



Seinpost

ADVIESBUREAU BV

Ruimtelijk economische visie Rijssen - Holten

Deelrapport centrum Holten

Arnhem, december 2007

Ruimtelijk economische visie Rijssen - Holten

Deelrapport centrum Holten

Uitgebracht aan:
Gemeente Rijssen-Holten

Seinpost Adviesbureau BV
Drs. M.J.M. (Mathieu) Vaessen
M. (Mirjam) Fokkema MSc
Drs. W.F. (Wout) Nieuwenhuis (projectleider)

Projectnummer: 26.100

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Arnhem, december 2007

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	1
Inleiding	3
1.1 Waarom een detailhandelsvisie?	3
1.2 De aanpak	3
1.3 Leeswijzer	4
2 Feiten en ontwikkelingen	5
2.1 Beschrijving Holten	5
2.2 Beleid	6
2.3 Algemene trends en ontwikkelingen	10
2.4 Het winkelaanbod	11
2.5 Horeca en dienstverlening	14
2.6 Holten in perspectief	16
2.7 Het consumentengedrag (de vraag)	17
2.8 Confrontatie vraag – aanbod: Draagvlakanalyse	19
2.9 De ondernemers en sleutelpersonen aan het woord	24
2.10 SWOT	27
3 Visie	29
3.1 Holten als winkelgebied	29
3.2 Visie: een nieuw hart voor Holten	30
4 Ontwikkelingsprogramma en functionele opbouw	33
4.1 Randvoorwaarden	33
4.2 Opgave Holten centrumgebied	37
5 Herontwikkelingsaanpak centrum Holten	41
5.1 Regie	42
5.2 Winkels buiten het centrumgebied	44
5.3 Functioneren toekomstig centrumgebied	45
5.4 Beheer tijdens de realisatiefase	47
5.5 Draagvlakvergroting	48
5.6 Organisatiestructuur, instrumentarium en actielijst	49

Bijlagen	53
Bijlage 1: Aanbod detailhandel	53
Bijlage 2: Overzicht landelijke trends	59
Bijlage 3: Draagvlakanalyse	63
Bijlage 4: Lijst van geïnterviewden	65
Bijlage 5: Verkeerstructuur Rijssen en Holten	67
Bijlage 6: Eindbeeld structuurvisie nieuw Hart voor Holten	68
Bijlage 7: Winkelactiviteiten in Holten	69
Bijlage 8: Winkelactiviteiten Holten Centrum	70
Bijlage 9: Definiëring centrum winkelgebied Holten – concept -	71
Bijlage 10: Ruimtelijk economische structuur Holten centrum	72

Managementsamenvatting

Aanleiding en doel

De gemeente maar ook partners als de HHV en de horeca hebben behoefte aan een visie op de ontwikkeling van de functies en het winkelaanbod in het centrum van Holten. Deze ruimtelijke economische visie gaat in op de kansen en randvoorwaarden om een aantrekkelijk centrum in Holten te creëren.

Analyse

Holten kan getypeerd worden als een winkelgebied waar doelgericht en efficiënt boodschappen kunnen worden gedaan. De kleinschaligheid van het centrum biedt een gezellige dorps sfeer. Potentie om ook gebruik te maken van toerisme en toevloeiing van consumenten uit de regio is zeker aanwezig, maar deze wordt niet voldoende benut.

Visie: Een nieuw hart voor Holten

In de structuurvisie wordt de ambitie uitgesproken om Holten aantrekkelijker te maken als winkelgebied. De verdraaiing van de huidige centrale 'oost-west' as naar een 'noord-zuid' as is één van de speerpunten. Het opwaarderen van de Smidsbelt tot een hoogwaardig verblijfsgebied door het plein verkeersluw te maken en het betrekken van het stationsgebied bij het centrum, maken eveneens deel uit van deze visie.

De ambities voor de economische functies kunnen als volgt worden samengevat:

- Uitbreidingsmogelijkheden wat betreft de detailhandel in de dagelijkse en niet dagelijkse sector met ongeveer 2000 – 2500 m² bvo;
- Versterking van de horeca op de Smidsbelt (aanvullen met ontbrekende kwaliteiten);
- Handhaving van het aanbod in de (ambachtelijke) consumentgerichte dienstverlening.

Ruimtelijke economische Structuur

Het centrum van Holten kent in de basis een compacte structuur. De plannen zoals bewoners, zullen bijdragen aan een versterking van de concentratie van voorzieningen. De gewenste maatregelen zijn samengevat in een Ruimtelijk-economische Structuur (zie bijlage 10).

Randvoorwaarden

Om dit te bereiken is het voldoen aan een aantal randvoorwaarden essentieel:

- Een compact centrum met een goede routing;
- Een breed, gevarieerd en kwalitatief goed aanbod;
- Comfort: goede ontsluiting, gemakkelijk parkeren, gezellig verblijven;
- Stimuleren bezoeker van buitenaf;
- Tegengaan perifere detailhandel, tegengaan concurrerende ontwikkelingen;
- Goede samenwerking;
- Een goede marketing;
- Veiligheid.

Herontwikkelingsaanpak centrum Holten

In de ontwikkelingsvisie is duidelijk gemaakt dat de vernieuwingsopgave voor het centrum van Holten fors is en ingrijpende gevolgen heeft voor de huidige vastgoedstructuur. Daarom is een duidelijke regie noodzakelijk. Gemeente, ondernemers en ontwikkelende partijen dienen vanuit een vooraf bepaalde strategie de herontwikkeling aan te pakken. Planorganisatie, instrumentatie en prioriteitstelling maken hier deel van uit.

Inleiding

1.1 Waarom een detailhandelsvisie?

De gemeente Rijssen-Holten heeft behoefte aan een visie op het detailhandelsbeleid in de gemeente, hoe dit vertaald kan worden naar locaties en hoe dit in de markt kan worden gezet. Deze visie moet tevens een uitvoeringsprogramma kennen, om zodoende de winkelfunctie van de kernen te versterken, te faciliteren en om nieuwe impulsen te bieden aan de ondernemers. Hierbij wil de gemeente niet alleen kijken naar wat kan op basis van de cijfers, maar ook lef tonen door nieuwe ambities in te brengen. Tevens moet rekening worden gehouden met de nieuwe mogelijkheden die de Nota Ruimte biedt.

1.2 De aanpak

De vraagstelling die leidend is geweest tijdens het ontwikkelingsproces van de ruimtelijk economische visie is als volgt opgebouwd:

"Hoe kunnen wij komen tot een versterking en optimale situering van (winkel)voorzieningen, horeca en andere centrumfuncties in de kernen Holten en Rijssen, opdat er gezonde winkelvoorzieningen naar aard en schaal ontstaan en de (toeristische) kansen beter benut worden?"

Het verschil in karakter tussen beide kernen in het aanbod en het verschil in de wijze van omgaan met vraagstukken, hebben geleid tot twee deelvisies. De centrale vraag is verdeeld in een aantal deelvragen:

1. Hoe zijn de omstandigheden (vraag-aanbod-functioneren-structuur) in Holten, mede beoordeeld in relatie tot de directe omgeving?
2. Welke ambitie streeft men na voor Holten?
3. Welke uitgangspunten zijn van belang?
4. Welke randvoorwaarden zijn er? Denk hierbij aan o.a. infrastructuur, beschikbare ruimte, beschikkingsmacht over vastgoed, middelen.
5. Welke maatregelen (projecten en acties) zijn nodig?

Communicatie en interactie

Tijdens het ontwikkelingsproces is veel aandacht besteed aan juiste en tijdige communicatie. Er ontstaat immers een beter eindproduct wanneer alle partijen op interactieve wijze zijn betrokken bij de totstandkoming van een visie. Uiteindelijk zijn het de belanghebbenden die het nieuwe beleid moeten dragen én vertalen in eigen handelen.

1.3 Leeswijzer

Het rapport bestaat uit verschillende delen. Voorafgaand aan de visie en uitvoeringsaspecten wordt eerst een beschrijving en analyse van Holten gegeven. In hoofdstuk twee wordt een beeld geschetst van de huidige structuur van Holten, de feitelijke ontwikkelingen, het ondernemerschap en een sterkte-zwakte-analyse. De visie en daarbij behorende ambitie worden in hoofdstuk drie uiteengezet, waarvoor in hoofdstuk vier de randvoorwaarden worden weergegeven. Het laatste hoofdstuk leidt naar de uitvoering, waarin de actiepunten voor de herontwikkeling van het centrumgebied staan beschreven.



2 Feiten en ontwikkelingen

2.1 Beschrijving Holten

Voor Holten is de Sallandse Heuvelrug een belangrijk identificatiepunt. Door de toeristische aantrekkingskracht van dit gebied heeft het ondernemerschap zich sterk ontwikkeld in de recreatieve sector. Toch is het centrum van Holten achtergebleven door het niet/te laat inspelen op nieuwe potenties. De samenstelling van het winkelaanbod is niet dusdanig geconcentreerd zodat aantrekkelijke verblijfsomgeving wordt aangeboden. Vooral het doorgaande verkeer in het centrum creëert een onveilige situatie. Maar de positionering van de kleine kern (bijna 9.000 inwoners) tussen steden zoals Deventer, Hengelo en Almelo geeft aanknopingspunten voor verandering. Gelet op het huidige aanbod aan evenementen (gericht op natuur en sportieve activiteit), kan Holten zich ontwikkelen als een echte dorpskern. Dit op de eerste plaats voor de eigen consument. Daarnaast is Holten ook interessant voor bezoekers.



2.2 Beleid

De gemeente Rijssen-Holten is bezig met de aanpak van het centrum van Holten. Om de vernieuwing te realiseren zijn visies en plannen opgesteld die nog verder ontwikkeld worden. De actuele beleidsnota's zijn bepalend voor de randvoorwaarden waarbinnen het Masterplan voor het centrumgebied uitgewerkt kan worden. Na een toelichting op de centrumplannen, worden de belangrijkste beleidsstukken op lokaal, regionaal en nationaal niveau weergegeven.

Structuurvisie 'Een nieuw hart voor Holten'

De basis voor het centrumgebied is vastgelegd in de structuurvisie 'Een nieuw hart voor Holten' die door S.A.B. is opgesteld en door de gemeenteraad is vastgesteld. Er is een forse ambitie voor de toekomst. Het centrum moet meer beleving krijgen. Dit is aantrekkelijk voor de eigen bewoners maar ook voor toeristen die Holten bezoeken. Recreatie en toerisme zijn speerpunten. Daarom wordt door een verdraaiing van de centrum-as de relatie met de Holterberg sterker benadrukt. De huidige verkeersas dwars door het centrum, de Dorpsstraat-Oranjestraat, moet verkeersluw worden opdat mogelijkheden ontstaan om de noord-zuid as over het Zwartepad (meer) in te richten voor het winkelende publiek. Het gemotoriseerde verkeer zal dan om het centrum worden geleid (zie bijlage 5). De Smidsbelt zal als centraal plein (blijven cq. beter gaan) fungeren.

Visie S.A.B.: herontwikkeling De Kom - De Kol

In dit voorjaar is de stedenbouwkundige visie gepresenteerd door S.A.B. die zowel richting geeft aan de herontwikkeling van De Kom als De Kol (ligt noordoostelijk van het centrumgebied). In het plan worden vier deelgebieden binnen De Kom onderscheiden: het centrumgebied, het stationsgebied, de noordostrand en het binnengebied. In de eerste twee deelgebieden zijn de belangrijkste centrumfuncties gedacht (deze zijn van belang voor de ruimtelijk-economische planvorming. De twee andere gebieden zijn van belang omdat ze belangrijke randvoorwaarden voor de aanpak van het centrum zijn (omleidingstracé en parkeren) en mede de totale sfeer in het centrum (zullen) bepalen. Voor de toekomstige verkeersstructuur geldt dat er geen doorgaand gemotoriseerd verkeer in het centrum mag zijn en dat er een wandelroute vanaf het stationsgebied naar de Smidsbelt wordt gecreëerd.

Horecabeleid

Het onderzoek van (Ecorys-Kolpron, 2002) naar de horecafunctie van Holten benadrukt de beperkingen van het centrumgebied. De kern wordt voornamelijk bezocht voor doelgerichte aankopen (boodschappen), waardoor de verblijftijd minimaal is. Het huidige aanbod heeft onvoldoende aantrekkingskracht op inwoners en toeristen om het bezoek te verlengen. In het beleid wordt ingezet op kwantitatieve en kwalitatieve uitbreiding om het toeristisch-recreatieve profiel van Holten te versterken. Het rapport geeft aan een horeca-aanbod dat hierop gericht is te ontwikkelen. Er kan dan gedacht worden aan maaltijdverstrekkers, drankverstrekkers, en logiesverstrekkers. Vooral versterking van de terrasfunctie op de Smidsbelt wordt van belang geacht.

Recreatiebeleid

De gemeente heeft in een recreatienota (Arcadis, 2006) verschillende ambities aangegeven ten aanzien van de ontwikkeling van het toerisme. Voor Holten wordt het volgende aangegeven:

De gemeente Rijssen-Holten geeft aan de ontwikkeling van het dagrecreatiegebied centrum Holten - Nationaal Park Sallandse Heuvelrug (inclusief station en het overgangsg gebied tussen Holten en het Nationaal Park) de hoogste prioriteit. Binnen een termijn van 5 jaar moeten hier publieke en private investeringen plaatsvinden die zullen resulteren in een gewenste toeristische en economische spin-off. Zowel het (nog her in te richten) centrum van Holten als het Nationaal Park is uitermate geschikt voor dagrecreatie. Een bezoeker van het Nationaal Park moet (op dezelfde dag dan wel op een ander moment) het centrum van Holten willen bezoeken, en vice versa.

Verkeer

In de structuurvisie voor Holten is rekening gehouden met de aanleg van diverse wegen om het nu nog doorgaande verkeer in de Oranjestraat en de Dorpsstraat te verplaatsen. Niet alle rondwegen zijn definitief gepland, maar wel in studie. In 2005 is een studie gedaan naar de aanleg van rondwegen in Holten (zie bijlage 4).

Parkeren

De huidige parkeersituatie is in 2005 in beeld gebracht met behulp van diverse metingen van het algehele druktebeeld. Het aanbod van 727 parkeerplaatsen gaf destijds voldoende mogelijkheden naar de vraag in het centrum van

Holten. Voor het jaar 2010 en 2020 is een prognose gemaakt waarin wordt aangegeven dat de parkeervraag zal toenemen, maar dat het huidige aanbod in 2010 nog steeds zal voldoen. Op de lange termijn zal de acceptabele grens van een bezetting van 85% zowel doordeweeks als op de zaterdag worden overschreden. In deze prognoses is rekening gehouden met een uitbreiding en een concentratie van de voorzieningen in het centrum¹.

Momenteel kan overal in Holten gratis geparkeerd worden. In het advies van 2005 wordt een blauwe zone als mogelijk instrument genoemd om op deze manier de verschillende doelgroepen te kunnen sturen. Eveneens wordt aangegeven dat tijdens toekomstige bouwwerkzaamheden in het centrum het van belang is om voldoende parkeercapaciteit beschikbaar te hebben. In het plan voor de Kom en de Kol wordt rekening gehouden met de bouw van ruim 300 openbare parkeerplaatsen. Voor de woningen geldt: in principe geen auto's in de straat, maar parkeren op eigen terrein.

Woningbouw

In de nota Woningbouw is het uitgangspunt dat de gemeente bouwt voor de eigen bevolking. Het nieuwbouwprogramma richt zich op het bevorderen van de doorstroming in de gemeente. Bij het vaststellen van de woningdifferentiatie van het woningbouwprogramma is gebruik gemaakt van de resultaten van het woningmarktonderzoek uit 2002. Voor Holten is in het nieuwbouwprogramma van 2005 tot 2009 een aantal van 165 nieuw te bouwen woningen aangewezen. In deze berekening is geen rekening gehouden met de vervangende nieuwbouw en het inhalen van achterstanden. Op de lange termijn wordt rekening gehouden met uitbreiding op de Kol van 275 woningen en 120 woningen in de Liesen. Het centrumplan biedt ook mogelijkheden voor uitbreiding, er wordt gedacht aan ongeveer 80 appartementen boven winkels.

Ambulante handel

Op de parkeergelegenheid van de Smidsbelt wordt op vrijdagmiddag een warenmarkt gehouden. Het aanbod bestaat voornamelijk uit food producten van ongeveer 20 kramen.

Uitstillingsbeleid en reclame

De bevordering van de toegankelijkheid van het winkelgebied en algehele

¹ In de berekening voor 2020 is een uitbreiding van ruim 2.000 m2 vvo voor de detailhandel, 1.700 m2 bvo voor uitbreiding van de horeca en een hotel met 100 kamers meegenomen.

uitstraling is het doel van het uitstallings- en reclamebeleid. Leidraad is een ingetogen manier van uitstallen en reclamevoering, waarbij zoveel mogelijk wordt rekening gehouden met de vrije doorgang voor voetgangers en fietsers.

Regionaal / Nationaal beleid

De *Nota Ruimte* geeft meer ruimte aan provincies en gemeenten om invulling te geven aan het detailhandelsbeleid. De provincie Overijssel heeft een eerste aanzet gedaan om een detailhandelsvisie op te zetten. Door Goudappel Coffeng is een wenselijk beeld van de ruimtelijk-economische ontwikkelingsrichting uiteengezet. Deze visie is nog niet vastgesteld door de provincie, maar kan wel als achtergrond worden gebruikt voor de gemeente Rijssen-Holten. Vooral nieuwe winkelplannen met een bovenlokale impact zullen getoetst worden aan de provinciale visie.

Het huidige provinciale *streekplan Overijssel 2000+* (2001) vormt het toetsingskader voor het gemeentelijk ruimtelijk beleid. Het streekplan biedt voor de provincie een sturingsinstrument. De huidige richtlijnen zijn vooral gericht op de inpassing van nieuwe ontwikkelingen binnen de bestaande ruimtelijke hoofdstructuur. De vijf grote steden zijn aangewezen voor de vestiging van grootschalige perifere ontwikkelingen. Voor de gehele provincie geldt dat reguliere detailhandel alleen binnen de bebouwde kom mag plaatsvinden. Wanneer de nieuwe Wet op de Ruimtelijke Ordening (WRO) in werking is, zal het streekplan als planfiguur komen te vervallen. Structuurvisies zullen hiervoor in de plaats komen.

De provinciale detailhandelsvisie biedt economische richtlijnen voor de onderbouwing van detailhandelsontwikkelingen. De visie bouwt voort op het voormalige ABC- en PDV/GDV-beleid. Versterking van de bestaande detailhandelsstructuur is een belangrijk uitgangspunt door de bundeling van verstedelijking en economische activiteiten. Naast een algehele visie voor de provinciale structuur is een onderscheid gemaakt tussen de regio's Twente en West-Overijssel. In deze visie wordt Holten als een lokaal verzorgend centrum beschreven. Het behouden van de detailhandelsstructuur waarbij de consument op korte afstand wordt voorzien in aanbod in de dagelijkse sector en een aanvulling in de niet-dagelijkse sector vormt het uitgangspunt. Mogelijke actiepunten worden voorgesteld op het gebied van het draagvlak, waarbij structuur, uitstraling, bereikbaarheid en parkeren van belang zijn. Aanvullende voorzieningen en de warenmarkt spelen een rol bij de instandhouding van de concentratie van het aanbod.

2.3 Algemene trends en ontwikkelingen

Deze paragraaf geeft de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de detailhandel en de vrijetijdsvoorzieningen in Nederland weer. Voor de volledigheid is in de bijlage 3 een uitgebreid overzicht toegevoegd.

Voorzieningenstructuur in Nederland

De Nederlandse voorzieningenstructuur is relatief fijnmazig. Er zijn verschillende niveaus te onderscheiden. Winkelcentra van grote steden hebben een regionale functie waarbij het begrip 'winkelen' van belang is. Het aanbod in de niet-dagelijkse sector is uitgebreid en specialistisch en trekt zodoende consumenten uit een wijde omgeving. Dorpen van 10.000 tot ongeveer 20.000 inwoners hebben een subregionale functie. Consumenten uit kleinere kernen kopen er de dagelijkse en (niet-specialistische) niet-dagelijkse goederen, zoals huishoudelijke artikelen, supermarktkopen en kleding. Kleine kernen tot 7.000 inwoners hebben voornamelijk een (boven)lokale functie. Hier kunnen de inwoners met name de dagelijkse artikelen kopen, soms aangevuld met enkele winkels voor bijvoorbeeld kleding en meubelen.

Efficiënt de dagelijkse inkopen doen

Afstand is bij het doen van boodschappen en inkopen een belangrijke factor. In principe is de consument georiënteerd op het dichtstbijzijnde winkelgebied. Door de toenemende mobiliteit wordt het voor de consument echter eenvoudiger om ook verder te kijken. Andere factoren spelen dan een rol, zoals het aanbod (mogelijkheid van combinatiebezoeken en (prijs)vergelijkend winkelen), bereikbaarheid en parkeren, inrichting van de openbare ruimte, uitstraling en sfeer.

Beleving

In toenemende mate staat niet zozeer het product of de dienst centraal, maar een met het product of met de dienst geassocieerde beleving. Een bekend voorbeeld daarvan is de vraag waarom mensen bereid zijn in het ene etablissement meer voor een kop koffie te betalen dan in het andere. De naam en faam van de duurdere gelegenheid geven haar een zeker cachet: men drinkt niet alleen koffie, maar men beleeft ook de omgeving. Reisbureaus promoten hun reizen in een omgeving die sterk aan de gepresenteerde dienst doet denken: er wordt een strand gesimuleerd of een oude trein.

Conjunctuur

De aantrekkende economie is zowel in de detailhandel als in de vrijetijdsvoorzieningen goed te merken. In de detailhandel is in 2006 een groei gerealiseerd van ruim 5%. Vooral consumentenelektronica en media doen het goed. Ook detailhandel in het modische segment en woonwinkels doen het goed². Ook voor 2007 zijn de vooruitzichten positief. Het CBS geeft voor de eerste twee maanden een omzetgroei van 4%, waarbij de niet-dagelijkse winkels een iets sterkere groei doormaken dan de dagelijkse. Wel moet worden opgemerkt dat er (gedeeltelijk) ook sprake is van een inhaalslag. De periode 2003-2005 was voor de detailhandel in zijn algemeenheid een teleurstellende periode. De horeca heeft het afgelopen decennium een sterke omzetgroei laten zien (5%). Vooral de restaurant- en hotelsector hebben een stijging doorgemaakt. De omzetstijging werd niet alleen behaald door een verhoging van de prijzen, maar vooral door een toename van het volume (bezoek, consumpties en overnachtingen).

2.4 Het winkelaanbod

Totaalbeeld dagelijks en niet-dagelijks aanbod in Holten

In de tabel staat de totale omvang van de detailhandel in Holten in vergelijking met plaatsen in Nederland van vergelijkbare omvang. Hierna:



² Ondernemen in de sectoren, EIM 2006.

Tabel 2.1: Vergelijking Holten met kernen van vergelijkbare omvang						
	Holten (8.963 inwoners)			Gemiddeld voor plaatsen met 7.500 – 10.000 inwoners		
	Aantal	m ² wvo ³	m ² wvo per 1.000 inw.	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Totaal dagelijks	16	3.306	374	16	3.208	370
- supermarkt	4 ⁴	2.391	271	- -	- -	- -
- speciaalzaken	12	915	104	- -	- -	- -
Totaal niet-dagelijks	36	5.803	657	39	9.812	1.131
- luxe en mode	11	1.845	209	14	2.010	- -
- vrije tijd	4	376	43	6	602	- -
- In/Om Huis	19	3.477	393	18	6.947	- -
- Overig	2	105	12	1	251	29
Leegstand	3	1.503	170	- -	- -	- -
Totaal	55	10.612	1.201	55	13.020	- -

De vergelijking met dorpen van dezelfde omvang laat zien dat de winkels in de dagelijkse sector zowel wat betreft aantal als verkoopvloeroppervlak 'gemiddeld scoren'. Het aantal van drie supermarkten voor een kern als Holten is als normaal te beschouwen. Er is ook een breed scala aan (vers)speciaalzaken in de dagelijkse sector. Zelfs een visspeciaalzaak is aanwezig (niet in het centrumgebied).

De vergelijking in de niet-dagelijkse winkels levert wel verschillen op met dorpen van ongeveer dezelfde omvang. Het totaal aantal m² is beduidend lager. Het verschil manifesteert zich vooral in de sector "in en om het huis". Daar vallen meubelwinkels, tuincentra en bouwmarkten onder. Dit zijn winkels die zich echter steeds minder vaak vestigen in dorpen en kleinere steden. Hoewel de verschillen met andere dorpen kleiner zijn in de hoofdbranches "luxe en mode" (kleding, schoenen, juweliers, etc) en "vrije tijd" (boeken, media, etc), zijn deze juist wel van belang. Dit zijn winkels die samenhangen

³ WVO is winkelverkoopvloeroppervlak (voor de consument toegankelijke winkelruimte).

⁴ één van de supermarkten is gevestigd op een bungalowpark.

met het recreatief winkelen en dus met de geboden sfeer en ambiance van het centrum.

Situering van het aanbod

Het aanbod van winkels is tamelijk geconcentreerd. De meeste winkels liggen in het centrum. Voor de dagelijkse winkels geldt dit in ruim tweederde van het aantal, en wat betreft metrages voor meer dan 80%. Ook de winkels in de niet-dagelijkse sector staan vooral in het centrum (75%). Het metrage van het winkelaanbod in deze sector is voor 30% buiten het centrum gelegen. Hierbij moet gedacht worden aan doe-het-zelf zaken en bloemen & planten.

Tabel 2.2: Detailhandelsstructuur						
	Holten-Centrum⁵		Holten-Overig		Holten totaal	
	Winkels	m ² wvo	Winkels	m ² wvo	Winkels	m ² wvo
Leegstand	2	1.493	1	10	3	1503
Dagelijks	11	2.877	5	429	16	3.306
- <i>supermarkt</i>	3	2.259	1	132	4	2.391
- <i>speciaalzaken</i>	8	618	4	297	12	915
Niet-dagelijks	27	3.948	9	1.855	36	5.803
Horeca	13	- -	15	- -	28	- -
Dienstverlening	17	- -	10	- -	27	- -
Totaal	70	- -	40	- -	110	- -

De conclusie is dat Holten (slechts) één duidelijk winkelgebied kent, het centrum van Holten. Toch is er een aantal winkels buiten het centrum. Deze zullen een gezamenlijke trekkracht moeten ontberen. Meestal is een dergelijke spreiding in de loop der jaren zo ontstaan (al dan niet in combinatie met ambacht en dienstverlening). Op het moment dat er concreet gewerkt wordt aan een versterking van het centrum, zullen deze ondernemers moeten overwegen of verplaatsing naar het centrum voordelen kan opleveren. Het horeca-aanbod is niet geconcentreerd. Dat heeft te maken met het aanbod op Nationaal Park Sallandse Heuvelrug. Van de dienstverlenende bedrijven is het merendeel gevestigd in het centrum.

⁵ Met het centrum wordt bedoeld: Dorpsstraat 1-68, Kerkstraat 1-28, Zwartepad 8-10, Lareneweg 12-23, Oranjestraat 1-38, Smidsbelt 3-9 en Stationsstraat 1-10.

2.5 Horeca en dienstverlening

Aanbod dienstverlening

Er is ook een beeld samengesteld van bedrijvigheid die niet behoort tot detailhandel maar die wel in (het centrum van) Holten is gevestigd. Steeds meer zijn ook de dorpscentra niet meer mono-functioneel maar bevatten ze een scala aan bedrijvigheid. Daarmee is onderscheid mogelijk en bepaalt dit zo mede het karakter en het imago van een dorp. In onderstaande tabel is een vergelijking gemaakt met dorpen van dezelfde omvang. Wat opvalt is dat Holten een ruim aanbod heeft dat onder leisure is te scharen. Vooral het horeca-aanbod is groot (Holten inclusief Nationaal Park Sallandse Heuvelrug). Dit past bij het recreatieve karakter. Wat betreft ambacht en dienstverlening is het aanbod in Holten vergelijkbaar met kernen van deze dezelfde omvang.

Tabel 2.3: Vergelijking Holten met kernen van vergelijkbare omvang		
	Holten (8.963)	Gemiddeld voor plaatsen met 7.500 – 10.000 inwoners
Leisure	31	21
- horeca	28	18
- cultuur	3	2
- ontspanning	-	1
Diensten	24	22
- verhuur	1	1
- ambacht	7	9
- financiële instelling	7	6
- particuliere dienstverlening	9	6
Totaal (aantal)	55	43

Omdat het horeca-aanbod van belang is bij de herontwikkeling (versterking toeristisch product), is hier meer detail naar gekeken. Het horeca-aanbod is in onderstaande tabel verdeeld in vijf categorieën. Daarbij blijkt dat m.u.v. het gecaterde bedrijfsrestaurant alle soorten horeca ruim aanwezig is. Dit zegt natuurlijk nog niets over de omvang en kwaliteit. Tijdens het onderzoek is gebleken dat de bedrijven in Nationaal Park Sallandse Heuvelrug vernieuwd zijn. Het aanbod in het centrum van Holten is, zoals ook in de horecanota staat, hierbij (kwalitatief) achtergebleven. De functie bread&breakfast die onlangs in het Holtense centrum is toegevoegd, blijkt, gezien het succes, aan

te geven dat er kansen liggen die opgepakt moeten worden.

Tabel 2.4: Totaal aantal bedrijven per sector in Holten	
Drankensector	12
Fastfoodsector	5
Restaurantsector	8
Hotelsector	3
Gecaterd bedrijfsrestaurant	-
Totaal horeca en cateringbedrijven	28

Vergelijking horeca aanbod in gemeente Rijssen-Holten

Om een vergelijking gemeentebreed te maken zijn slechts gegevens per 10.000 inwoners voorhanden. In onderstaande tabel zijn deze afgebeeld. De conclusie die hieruit te trekken is: De gemeente Rijssen-Holten heeft een 'benedengemiddeld' aanbod. Dit zowel in vergelijking met het gemiddelde in Nederland, als met steden van vergelijkbare omvang als met een andere toeristische gebieden in Overijssel. Aangezien Holten bovengemiddeld scoort, is het tekort vooral in het overige deel van de gemeente aanwezig. Het tekort doet zich m.u.v. de hotelsector in alle andere geledingen gelden.

Tabel 2.5: Cijfers aantal bedrijven per 10.000 inwoners				
	Gemeente Rijssen - Holten	Gemiddelde van gemeenten met 25.000 – 50.000 inwoners	Toeristisch gebied Twente / Salland / Vechtstreek	Nederland
<i>Drankensector</i>	6,3	9,8	9,7	11,1
<i>Fastfoodsector</i>	3,6	5,3	5,4	6,1
<i>Restaurantsector</i>	5,5	5,8	5,7	6,5
<i>Hotelsector</i>	1,6	1,6	1,2	1,7
<i>Gecaterd bedrijfsrestaurant</i>	0,8	1,6	2,1	2,6
Totaal Horeca en cateringbedrijven	17,8	24,4	24,4	28,3

2.6 Holten in perspectief

De detailhandel en horecavoorzieningen in Holten staan niet op zichzelf. In de directe omgeving zijn diverse winkelcentra die concurreren. Daarnaast zijn er ook vrijetijdsvoorzieningen in de regio die invloed hebben op die in Holten.

Regionale ontwikkelingen

De concept-detailhandelsvisie Provincie Overijssel (Goudappel-Coffeng, 2007) biedt een actueel overzicht van de huidige situatie, plannen en beleid. Het detailhandelsaanbod in Overijssel wordt beschreven als omvangrijk en zeer divers. Vooral het aanbod in de regio Twente waarbinnen de steden Enschede, Hengelo en Almelo liggen, hebben een groot winkelaanbod. De trends zoals schaalvergroting binnen de detailhandel komen zeer overeen met de landelijke trends. Ook nieuwe plannen voor uitbreiding van de winkelvoorzieningen ontbreken niet in Overijssel. Onderstaande tabel geeft helder weer dat Holten zich omringd weet door kernen met een redelijk tot groot voorzieningenaanbod, Vooral de kernen Markelo, Bathmen, Rijssen, Lochem en Goor liggen in de directe invloedssfeer.

Tabel 2.6	Totaal aantal verkooppunten	Totaal WVO (m²)	Filialiseringsgraad naar verkooppunt
<i>Holten</i>	136	9.959	29 %
<i>Bathmen</i>	62	5.962	23 %
<i>Rijssen</i>	391	75.897	34 %
<i>Markelo</i>	136	9.959	29 %
<i>Nijverdal</i>	396	64.058	34 %
<i>Almelo</i>	1046	166.386	30 %
<i>Deventer</i>	1187	144.673	29 %
<i>Goor</i>	210	24.031	37 %
<i>Wierden</i>	205	26.331	29 %
<i>Hengelo</i>	1324	196.011	30 %
<i>Hellendoorn</i>	64	6.284	25 %
Totaal Overijssel	16198	2.215.595	30 %

2.7 Het consumentengedrag (de vraag)

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

In 2005 heeft een koopkrachtonderzoek plaatsgevonden in opdracht van de provincie Overijssel, een aantal gemeenten en de Kamer van Koophandel. Goudappel Coffeng BV heeft dit onderzoek uitgevoerd. De belangrijkste bevindingen voor Holten zijn in tabel 2.7 op de volgende pagina aangeduid.

Tabel 2.7: Koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing				
	Koopkrachtbinding		Koopkrachttoevloeiing	
	2000	2005	2000	2005
Dagelijks	94%	93%	22%	14%
Niet-dagelijks	33%	27%	22%	31%
Kleding	13%	6%	54%	55%
Schoenen	32%	30%	39%	44%
Woninginrichting	20%	16%	25%	41%
Huishoudelijke artikelen	51%	57%	13%	11%
Electro	23%	33%	17%	10%
Doe-het-zelf	52%	54%	10%	9%
Bloemen, planten en tuinartikelen	- -	65%	- -	13%

De belangrijkste conclusies die uit het onderzoek zijn af te leiden, luiden:

1. De *koopkrachtbinding* in de dagelijkse sector is hoog (ook in vergelijking met landelijke cijfers). Er is een zeer lichte daling vergeleden met 2000. De *toevloeiing* is echter aanmerkelijk gedaald. De dagelijkse winkels verliezen t.o.v. de concurrentie.
2. De *koopkrachtbinding* in de niet-dagelijkse sector is in 5 jaar sterk gedaald (met ongeveer 20%) tot onder het niveau dat voor kernen van deze omvang gemiddeld in Nederland wordt gescoord. De *toevloeiing* is procentueel gestegen, maar in absolute zin waarschijnlijk ongeveer gelijk gebleven. Per saldo verliest ook deze sector terrein. De verslechtering deed zich vooral voor in de detailhandel die het moet hebben van het recreatief winkelen (funshoppen). Bij de meer doelgerichte aankopen lijkt een versterking zichtbaar vooral omdat de betreffende ondernemers beter 'scoren' in Holten zelf.

Meer en detail zijn enkele aanvullingen opgesteld over de koopkrachttoevloeiing. In de dagelijkse sector komt ongeveer 14% van het draagvlak van buiten Holten zelf (buiten postcodegebied 7451). Volgens het koopstromenonderzoek uit 2005 blijkt dat ongeveer 7% toevloeiing vanuit Deventer komt, het overige deel van de klanten komt uit nabijgelegen gebieden zoals Raalte, Markelo en Rijssen.

De omzet van de winkels in de dagelijkse sector in het centrum van Holten is voor een relatief groot deel afkomstig van buiten Holten. Dat is te concluderen uit het passantenonderzoek. Dit wijst uit dat 61% van de omzet lokaal gebonden is, de overige 39% van de omzet vloeit dus toe. Voor de niet-dagelijkse artikelen is het omzetaandeel van buiten Holten groter dan bij de dagelijkse artikelen. Bij de niet-dagelijkse artikelen is 60% van de omzet afkomstig van buiten Holten, en wordt de resterende 40% lokaal gebonden.

De aandelen in de omzet die kunnen worden toegerekend aan de koopkrachttoevloeiing blijken hoger te zijn dan is vastgesteld in het telefonische consumentenonderzoek dat Goudappel Coffeng uitvoerde. In dit onderzoek is de koopkrachttoevloeiing voor dagelijkse artikelen vastgesteld op 14%, tegen 39% in het passantenonderzoek. De koopkrachttoevloeiing niet-dagelijkse artikelen is in het telefonische onderzoek vastgesteld op 31%. Uit de passantenenquête blijkt dat dit aandeel 60% bedraagt. Voor een zeer belangrijk deel zijn deze verschillen te verklaren uit de toeristisch-recreatieve bestedingen. Dit beeld wordt bevestigd in de gesprekken die Seinpost in april 2007 heeft gehad met de ondernemers in Holten. Op basis van een berekening van de bestedingen van de verblijfstoeristen is een inschatting gemaakt van de bestedingen. Gedurende het gehele jaar kan rekening worden gehouden met een gemiddelde toevloeiing tussen de 26% en 28 % in de dagelijkse sector en 40% in de niet-dagelijkse sector.

2.8 Confrontatie vraag – aanbod: Draagvlakanalyse

Voor het winkelaanbod kan de marktruimte worden bepaald. Deze marktruimte wordt berekend door de bestedingen te relateren aan de omzet (vloerproductiviteit) die winkels moeten behalen om rendabel te kunnen functioneren. De berekende marktruimte wordt vergeleken met het aanwezige aanbod. Zo wordt nagegaan of er ook functionele uitbreidingsruimte mogelijk is in de vorm van extra vierkante meters winkelruimte. Met dergelijke analyses moet niet te krampachtig worden omgegaan. Ze bepalen de koers en geven de marges. Individuele situaties bepalen de nuances. Toekomstige situaties zijn daarnaast ook altijd gebaseerd op veronderstellingen en ambities. Bijstellingen naar boven en naar beneden zijn mogelijk. Deze hangen bijvoorbeeld af van de mate waarin individuele ondernemers en het collectief in staat zijn om de ambities ook waar te maken. Voor horeca is een dergelijke berekening niet te maken. Zaken als omzet per vierkante meter zijn

in die sector te weinig eenduidig. Wel kan er een schatting worden gemaakt van de marktruimte in de horeca.

Bestedingsgedrag consumenten

De bestedingen worden bepaald op basis van:

- het aantal inwoners van het verzorgingsgebied en de prognose voor de toekomst;
- de lokale situatie, zoals de aanbodstructuur van Holten in relatie tot de omgeving;
- de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing;
- gemiddeld bestedingsniveau per hoofd van de bevolking.

Bevolkingsomvang

De kern Holten telde op 1 januari 2006 8.963 inwoners. De bevolkingsprognose voor de gemeente laat op de korte termijn geen toename van het aantal inwoners zien. De gemeente spant zich in om toevoeging in de woningvoorraad te realiseren. Hierdoor ontstaat een ander beeld van de bevolkingsomvang op de lange termijn. In de berekening van de toekomstige situatie wordt het aantal van 10.000 inwoners gehanteerd.

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Het centrum van Holten behaalt in de sector dagelijkse artikelen een koopkrachtbinding van 93% (koopstromen onderzoek 2005). Deze binding is hoog. Voor gemeenten tussen de 5.000 en de 10.000 inwoners wordt over het algemeen een binding berekend tussen de 76% en 89%. Uit het koopstromenonderzoek blijkt dat er een toevloeiing plaatsvindt in de dagelijkse sector van 14%. Voor gemeenten tussen de 5.000 en 10.000 inwoners wordt over het algemeen een toevloeiing berekend van 19%. Wanneer rekening wordt gehouden met toevloeiing door toerisme, kan gerekend worden met een percentage tussen de 26% en 28% toevloeiing in de dagelijkse sector.

De huidige koopkrachtbinding in niet-dagelijkse goederen voor Holten is gemiddeld 27% (koopstromen onderzoek 2005). Deze binding is tamelijk laag. De gemiddelde koopkrachtbinding van plaatsen van 5.000 tot 10.000 inwoners is 38% (30% tot 45%). Op basis van het inwoneraantal zou Holten meer aan de bovenkant van deze range moeten scoren. In deze sector is een koopkrachttoevloeiing gemeten van 31%. Voor gemeenten tussen de 5.000 en 10.000 inwoners wordt over het algemeen een toevloeiing berekend van 29%. Wanneer rekening wordt gehouden met toevloeiing vanuit de toeristische

sector kan gerekend worden met een percentage van 40% toevloeiing in de niet-dagelijkse sector.

Bestedingsbedrag

Per hoofd van de bevolking wordt gemiddeld € 2.078 (inclusief BTW) besteed aan goederen in de dagelijkse sector⁶. De dagelijkse aankopen omvatten de voedings- en genotmiddelen, papierwaren, cosmetische producten en was- en reinigingsartikelen. Het gaat hier om consumptieve bestedingen bij de detailhandel. Bestedingen bij de ambulante handel zijn hier niet bij inbegrepen. Volgens CBS-gegevens is het gemiddeld besteedbaar inkomen per huishouden in de gemeente Rijssen-Holten ongeveer 17% boven het landelijk gemiddelde. Wanneer gekeken wordt naar het gemiddeld besteedbaar inkomen per persoon dan ligt dit lager dan het Nederlands gemiddelde. Dit gegeven is relevant voor de bestedingen in de dagelijkse sector. Daarom wordt een correctie op de bestedingen toegepast waarin wordt rekening gehouden met 110% van het Nederlands besteedbaar inkomen⁷. De gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking in Holten komen daarmee op € 2.130 (inclusief BTW). De huidige bestedingen in de niet-dagelijkse goederen liggen op € 2.402 per hoofd van de bevolking (landelijk gemiddelde, gecorrigeerd).

Gemiddelde vloerproductiviteit

In 2005 lag de gemiddelde vloerproductiviteit in Nederland voor supermarkten op ongeveer € 7.594 (inclusief BTW). Dit kan per branche, formule en categorie sterk verschillen. In dorpssupermarkten wordt over het algemeen een lagere productiviteit gerealiseerd dan in grote steden. Uit het beeld van de gesprekken met de ondernemers is op te maken dat de supermarkten in het centrum van Holten goed functioneren en op landelijk niveau 'scoren'. De huidige gemiddelde vloerproductiviteit van niet-dagelijkse goederen ligt landelijk op € 3.305,-(inclusief BTW). Het is aannemelijk dat de betreffende ondernemers in Holten met een lagere vloerproductiviteit goed kunnen functioneren (o.a. omdat ze ook eigenaar zijn van het pand). Voor de niet-dagelijkse sector is ingeschat dat de huidige vloerproductiviteit tussen de € 1.600,- en € 1.700 zal liggen. Bij een herontwikkeling zal de vloerproductiviteit zich moeten bewegen in de richting van het landelijk gemiddelde. Dit komt omdat er dan allerlei onkosten worden gemaakt en het

⁶ Bron: HBD Jaarboek Detailhandel 2006/2007

⁷ 0,25% van het percentage, omdat de bestedingen aan dagelijkse artikelen tamelijk inelastisch zijn en 0,50% van het percentage niet-dagelijkse artikelen.

bovendien niet zeker is dat de ondernemers ook eigenaar kunnen blijven (opnieuw kunnen worden) van hun pand. In de berekening is een toekomstige vloerproductiviteit van € 2.000,- tot € 2.100 voor de gehele niet-dagelijkse sector in Holten aangehouden. De nieuw toe te voegen meters zullen dan rekening moeten houden met een vloerproductiviteit die op het Nederlands gemiddelde ligt.

Kooporiëntatie supermarkt versus speciaalzaken

In Nederland komt ongeveer 80% van de bestedingen in de dagelijkse sector bij de supermarkt terecht. Er is een tendens richting 85% (ook drogisterijen merken nu consequenties na de supermarktoorlog). Het overige deel wordt besteed in (vers)speciaalzaken. In kleine kernen met een volledig aanbod versspeciaalzaken, is de positie van de speciaalzaak over het algemeen beter. In Holten zijn de supermarkten sterk vertegenwoordigd (in aantal en in kwaliteiten). Hierdoor wordt ondanks het volledige aanbod van (vers)speciaalzaken rekening gehouden met een toekomstig hogere oriëntatie op de supermarkten van 83%.

Marktruimte

Bij de berekening voor dagelijkse artikelen zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

Tabel 2.8. Uitgangspunten draagvlakanalyse dagelijkse artikelen		
	Minimaal	Maximaal
Huidige koopkrachtbinding	89% ⁸	93% ⁹
Toekomstige koopkrachtbinding	89%	93%
Huidige toevloeiing (inclusief toerisme)	26%	28%
Toekomstige toevloeiing (inclusief toerisme)	26%	28%
Uitbreidingsruimte supermarkten 2010-2015	541 m² tot 748 m²	
Uitbreidingsruimte speciaalzaken 2010-2015	26 m² tot 96 m²	

⁸ Dit percentage is thans het Nederlands gemiddelde voor dorpen van deze grootte.

⁹ Dit percentage is gemeten in het Koopstromen onderzoek van 2005.

Met behulp van deze uitgangspunten kan een draagvlakanalyse voor de dagelijkse sector worden gemaakt (zie bijlage 3 voor berekening). De conclusies die te trekken zijn uit deze tabel luiden als volgt:

1. Er is bij een goed uitgevoerde herontwikkeling extra distributieve ruimte voor ruim 700 m² WVO (900 -1.000 m² bvo) in de supermarktsector.
2. De uitbreidingsruimte voor speciaalzaken is beperkt. Dit hangt mede af van specifieke wensen van de ondernemer en de mogelijkheden die hij/zij op de beoogde nieuwe locatie ziet. Combinaties met bijvoorbeeld dienstverlening of een aanbod specifiek gericht op de toerist vormen mogelijke argumenten.

Bij de berekening van de niet-dagelijkse artikelen gelden als uitgangspunten:

Tabel 2.9. Uitgangspunten draagvlakanalyse niet- dagelijkse artikelen		
Huidige koopkrachtbinding	27% ¹⁰	38% ¹¹
Toekomstige koopkrachtbinding	27%	38%
Huidige toevloeiing	40%	40%
Toekomstige toevloeiing	40%	40%
Uitbreidingsruimte niet-dagelijkse artikelen 2010-2015	- 539 m² tot 1.619 m²	

Met behulp van deze uitgangspunten kan een draagvlakanalyse voor de niet-dagelijkse sector worden gemaakt (zie bijlage 3 voor berekening). Wat betreft de gegevens in de niet-dagelijkse sector zijn de volgende opmerkingen te maken:

1. De uitkomsten laten grote marges zien. Redenen zijn stijging in de koopkrachtbinding (ambitie) en de verhoging van de gemiddelde vloerproductiviteit. Dit betekent dat lokaal ondernemerschap een relatief belangrijke rol in moet nemen. Indien ondernemers kansen zien en durven te investeren kunnen zich goede kansen voordoen. Bij een afwachtende houding bij ondernemers in deze sector zal men nauwelijks profiteren van de herontwikkeling.
2. De koopkrachtbinding is op een voor Nederland gemiddeld niveau gehouden (maar wel duidelijk hoger dan in 2005). De maximale

¹⁰ Dit percentage is berekend Koopstromen onderzoek uit 2005

¹¹ Dit percentage is het Nederlands gemiddelde voor dorpen van deze grootte.

toevloeiing is aanmerkelijk hoger dan het landelijk gemiddelde en is het gevolg van de kansen die de toeristische positie biedt.

3. Uitbreidingsruimte is aanwezig maar beperkt. In Holten is thans sprake van een lage vloerproductiviteit, zeker bij sectoren die gelegen zijn buiten het centrum (relatief forse aantallen meters). Dit vertekent het beeld. De uiteindelijke uitkomst is mede afhankelijk van zowel de investeringsmogelijkheden die ondernemers in deze sector krijgen/pakken en het kunnen realiseren van panden met acceptabele (relatief lage) huisvestingslasten.

Vooralsnog is het voorstel verdedigbaar om in het centrum ongeveer 1.000 – 1500 m² BVO toe te voegen. Dit bovenop het huidige metrage in het centrum van Holten en de eventueel te verplaatsen ondernemers (waarbij de meters van het te verlaten pand uit de markt worden genomen). Voor de lange termijn kan daarboven nog extra metrage worden gereserveerd.

2.9 De ondernemers en sleutelpersonen aan het woord

Mate waarin medewerking werd verleend en de openheid van de gesprekken

In overleg met de Holtense HandelsVereniging (HHV) is een selectie gemaakt van ondernemers die door Seinpost zouden worden geïnterviewd. Seinpost heeft uit de lijst 8 ondernemers gebeld met de vraag of ze bereid waren tot een gesprek. Met alle ondernemers kon meteen een afspraak worden gemaakt. De meeste gesprekken werden gevoerd op 24 en 26 april. Bij één ondernemer heeft de afspraak twee weken later plaatsgevonden.

De gesprekken hadden een open karakter. Er was vooraf een lijst opgesteld met onderwerpen. De ondernemers toonden zich bereid antwoorden te geven op de gestelde vragen, ook bij een meer vertrouwelijke vraagstelling. De gesprekken hadden een eigen karakter waarbij bepaalde thema's meer of minder werden uitgelicht.

Eigendom / huur

Van de geïnterviewde ondernemers kan gesteld worden dat het merendeel al geruime tijd het bedrijf heeft op de huidige locatie, soms al meer dan een eeuw. De meeste ondernemers (5) zijn ook eigenaar van het eigen pand. Sommige hebben zelfs een groter vastgoedbezit in het dorp. Eén van de drie ondernemers die nu huurt, wordt binnenkort eigenaar van het pand.

Enige inkomstenbron?

Voor de meeste ondernemers die zijn geïnterviewd geldt dat ze hun inkomen in zijn geheel halen uit het bedrijf. Een enkeling heeft meerdere vestigingen. In een paar gevallen betekent verhuur van vastgoed daarnaast een inkomen.

Gewenste veranderingen eigen pand

Vrijwel alle ondernemers geven aan dat het pand niet voldoet aan de eisen om goed te kunnen (blijven) functioneren. Meestal is er ruimtegebrek en soms is het pand niet helemaal geschikt. Wanneer de uitbreidingsbehoefte van de geïnterviewde ondernemers worden opgeteld is sprake van een wens die eerder ligt bij 1000 m² - 1500 m² dan bij 500 m² bvo. Ook zijn verouderde situaties aangetroffen waar de noodzaak om te investeren in de huisvesting tamelijk groot is. In een paar gevallen is de ligging niet optimaal. Slechts in een enkel geval voldoet het pand en zijn er ook voldoende mogelijkheden naar de toekomst.

Omzetontwikkeling / niveau (indruk)

De ondernemers hebben allemaal aangegeven dat de omzet zich ontwikkelt op landelijk niveau of daarboven. Het niveau van de omzet past minimaal bij de aangetroffen dorpse setting en is zonder meer prima te noemen. De meeste ondernemers zien kansen tot een duidelijke omzetstijging maar worden belemmerd door de onmogelijkheden op de huidige locatie en/of zijn afhankelijk van de investeringsconsequenties.

Omzetherkomst (inclusief toerisme)

Vrijwel alle ondernemers hebben uitgelegd dat het bedrijf ook scoort op omzet die van buiten Holten afkomstig is. Dit is gemiddeld genomen bij de geïnterviewde ondernemers 'bovenproportioneel' als gekeken wordt naar de schaalgrootte van Holten. Bij de meeste ondernemers is de omzet voor maximaal 75% afkomstig uit Holten zelf. Er is een duidelijke bovenlokale functie ondanks de ligging t.o.v. Rijssen. Opvallend is het aandeel dat afkomstig is vanuit het toerisme. Op een enkele uitzondering na is dat (fors) meer dan 10% van de jaaromzet.

Geïnformeerd over / steun aan de planvorming

De geïnterviewde personen zijn allen op de hoogte van het gegeven dat er plannen zijn om het centrum aan te pakken. Over de status van de plannen is men minder eenduidig en soms is daar zelfs geen beeld van. Men hoopt dat het nu eindelijk snel komt tot concretisering. Over het terugdringen van de verkeersfunctie over de Dorpsstraat/Oranjestraat is men het eens, het helemaal doen verdwijnen van de mogelijkheid om door het centrum te rijden

ligt genuanceerd. Het komen tot structurele ingrepen om het verblijfsklimaat te verbeteren en meer mogelijkheden te creëren voor recreatie en bijpassende winkel- en horecamogelijkheden wordt alom gesteund. In een paar gevallen is niet duidelijk voor de ondernemer of de huidige vestiging ook behoort bij de herontwikkelingsplannen. Het parkeren vindt men uiterst belangrijk en men vraagt van de gemeente om daar duidelijke normen over af te spreken passend bij het nieuwe imago van Holten.

Indruk huurprijzen (i.v.m. planvorming)

De meeste ondernemers hebben een goed beeld over de verhuurmogelijkheden. Dit ook als ze nu eigenaar zijn. Men vindt het belangrijk dat een goede branchering mogelijk wordt gemaakt. Dit kan volgens hen slechts gebeuren als het huurniveau (niveau van de huisvestingslasten) acceptabel is. De meesten noemen hierbij prijzen tussen de €120 en maximaal €150 per m² per jaar. Een enkele ondernemer ziet ook mogelijkheden bij hogere huurprijzen. Er is serieuze belangstelling van andere ondernemers in een vestiging in Holten. Om een goede branchering te bewerkstelligen over het hele centrumgebied (dus zowel naar huurprijs als naar locatie) ziet men graag dat er door de gemeente goede afspraken worden gemaakt.

Indruk functioneren ondernemersvereniging

De meeste ondernemers uit Holten zijn lid van de HHV (c.a. 80). De HHV heeft onder haar leden ook bedrijven en horeca. Er is niet een segmentering. Wel hanteert men verschillende lidmaatschapsgelden afhankelijk van waar de behoefte van de betreffende ondernemer ligt. De betrokkenheid bij de HHV is minder dan het lidmaatschap zelf. Meestal zijn 30 tot 40 ondernemers aanwezig op ledenvergaderingen. De echte actie komt van ondernemers die in het centrum van Holten zijn gevestigd (maximaal zo 'n 15). Sommigen zouden graag een prominentere rol van de HHV willen zien bij de planvorming. Men wil graag verantwoordelijkheden op zich nemen om te komen tot een optimaal plan. Hierbij is beheer zowel tijdens de uitvoeringsfase als daarna zeker een punt waarover men met de gemeente (en de ontwikkelaars) afspraken wil maken. Men hoopt dat bij de uitwerking van de plannen de veiligheid in het centrum voor zowel de ondernemer als de bezoeker beter wordt.

Houding ondernemer zelf

De geïnterviewde ondernemers hebben allen een houding van "nu doorpakken". De meeste ondernemers kunnen worden gekwalificeerd als "jong" en/of "gericht op het optimaliseren van de winst". Het is belangrijk voor

een dorp als Holten dat deze ondernemers in voldoende mate aanwezig zijn. Dat de gewenste investeringen al geruime tijd uitblijven, is te zien aan de uitstraling van panden en winkels. Slechts in een enkel geval is deze up-to-date. Gezien het vastgoedbezit van de geïnterviewde ondernemers kan gesteld worden dat de groep ondernemers met wie gesproken is, zeker ook mede bepalend is voor het totale investeringsklimaat.

2.10 SWOT

STERKTES	ZWAKTES
- centraal gelegen marktplaats - sterke supermarktstructuur - aanbod dagelijkse winkels - hoge binding dagelijkse sector - vrij parkeren (gratis) - winkelfunctie voor omliggende kernen - aanwezigheid toeristische infrastructuur in de regio (VVV in het centrumgebied) - concentratie avondhoreca in het centrumgebied - landelijke filiaalbedrijvigheid behoorlijk aanwezig - relatief veel panden in eigendom bij lokale ondernemers	- verkeercongestie - zoekverkeer voor parkeren (op marktdagen) - verslechtering koopkrachtbinding niet-dagelijkse sector - geen ruimtelijke samenhang in het centrumgebied - onvoldoende aanbod (met name niet-dagelijkse sector) - onvoldoende kwaliteit horeca-aanbod in het centrum - geen duidelijke positionering van het karakter van het centrumgebied - matig aanzicht van de panden - uitbreidingsmogelijkheden huidige panden beperkt - inrichting openbaar gebied minimaal samenhang winkelbestand onvoldoende

KANSEN	BEDREIGINGEN
- dienstverlening meer integreren in het centrum - investeringsbereidheid van de ondernemers - doorstroming ondernemersbestand - beleidsaandacht gemeente - aanbod afstemmen op bezoeker van buitenaf, toerist en recreant - marktplein biedt ruimte voor terrassen en evenementen - verbinding van centrum met station - ruimtelijke mogelijkheden voor herontwikkeling beschikbaar - plannen om centrum verkeersluw maken	- concurrentie wordt sterker in de regio - verdergaande afvloeiing niet-dagelijkse sector - onvoldoende betrokkenheid ondernemers bij herontwikkeling - toenemende parkeerdruk - investeringen in toerisme Holterberg gaan aan Holten-centrum voorbij - onduidelijkheid strategie herontwikkeling

3 Visie

Inleiding

De ambitie voor Holten is in de structuurvisie 'een nieuw hart voor Holten' duidelijk neergelegd. Nu zal deze ambitie moeten worden omgezet in plannen. Dit is ook duidelijk de sfeer die in de workshop met ondernemers naar voren is gekomen: er moet nu wat gedaan worden. Het bureau SAB heeft de stedenbouwkundige contouren uiteengezet in een presentatie voor het centrumgebied. In de hierna volgende visie wordt vanuit het ruimtelijk economisch perspectief een aanvulling gemaakt teneinde de uitvoerbaarheid van het stedenbouwkundig idee te vergroten. In de eerste paragraaf wordt vanuit de analyses en gesprekken een analyse gemaakt van het huidige functioneren van het winkelgebied om vervolgens in de tweede paragraaf de ambities in plannen voor het winkelgebied uiteen te zetten.

3.1 Holten als winkelgebied

Holten heeft een winkelaanbod waar doelgericht en efficiënt boodschappen worden gedaan. De kleinschaligheid van het centrum biedt een gezellige dorps sfeer. Potentie om gebruik te maken van toerisme en toevloeiing van consumenten uit de regio is zeker aanwezig, maar wordt niet voldoende benut.

Boodschappen doen in Holten

- Holten heeft een trouwe hoeveelheid klanten uit het eigen dorp. De concurrentie wordt sterker, de consument is grillig. De hoge koopkrachtbinding in de dagelijkse sector moet vastgehouden worden evenals de toevloeiing vanuit de omliggende dorpen.
- Nu een hoge binding, maar een afnemende toevloeiing.
- Vanuit het toerisme ook een sterke toevloeiing.
- De diversiteit in het supermarktaanbod spreekt aan, alle supermarkten zijn geconcentreerd in het dorpscentrum met parkeergelegenheid op een afstand van minder dan 50 meter tot de winkel.
- Goede kwaliteit speciaalzaken, en het aanbod is tamelijk compleet.
- Een pluspunt is het gratis parkeren.

Het aanbod in de niet-dagelijkse sector, horeca en dienstverlening

- Weinig aanbod in de niet-dagelijkse sector in vergelijking met dorpen in Nederland van dezelfde grootte, vooral de sectoren die interessant zijn voor aanvulling op het dagelijks aanbod blijven achter in Holten.
- Lage afnemende binding, gelijkblijvende toevloeiing. Ondanks het feit dat in veel kernen in Overijssel de koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector terugloopt, heeft Holten het voordeel dat er toeristen komen.
- Het recreatieve winkelen in het centrumgebied van Holten is beperkt, ook voor het toeristen of bewoners uit de omgeving.
- In het centrum wordt één groot pand als leegstand aangewezen. Maar er is voldoende aanbod van potentiële ondernemers die zich willen vestigen; vooral door het herontwikkelingsproces in het centrum worden nu weinig geïnvesteerd.
- De ambacht en dienstverlening in Holten laat een beeld zien overeenkomstig de gemiddelden in dorpen van gelijke omvang in Nederland. Het aanbod in Holten is nogal verspreid.
- Voor Holten geldt dat er een hoge potentie is voor toerisme en recreatie, maar vraag is wie profiteert en inspeelt in op welk type recreant?
- Geen tweede winkelconcentratie (70% van de ondernemers is in het centrum gevestigd¹²).

3.2 Visie: een nieuw hart voor Holten

In de structuurvisie van de gemeente voor het centrumgebied van Holten is de ambitie uitgesproken om Holten aantrekkelijker te maken als winkelgebied. De verdraaiing van de huidige centrale oost-west as naar een noord-zuid as is voor het centrumgebied één van de speerpunten. Het opwaarderen van de Smidsbelt naar een hoogwaardig verblijfsgebied door het plein verkeersluw te maken en het betrekken van het stationsgebied bij het centrum maken eveneens deel uit van deze visie. De realisering van deze ambitie vraagt om betrokkenheid en investeringsbereidheid van verschillende partijen. Het is van belang om gezamenlijk een aantal uitgangspunten vast te leggen voor het centrumgebied.

¹² Let op dit is het centrum volgens de definiëring van Locatus

In het ontwikkelingsprogramma worden deze aspecten verder uitgewerkt. De plannen hebben betrekking op drie centrale locaties in het centrum, te weten:

- o Herontwikkelingsgebied noordzijde Dorpsstraat (AH en Nijhuis-Schuppert)
- o Herontwikkelingsgebied C1000
- o Functiewijzigingsgebied Smidsbelt

In hoofdstuk vier wordt de beoogde ruimtelijk economische structuur toegelicht.

4 Ontwikkelingsprogramma en functionele opbouw

Het is de bedoeling dat voor het centrum van Holten (voor de afbakening van het gebied zie paragraaf 4.2) een ontwikkelingsprogramma wordt geformuleerd. Dit programma bestaat vooral uit economische functies en een woonprogramma. We beperken ons in deze visie tot de opgave voor het economische deel en daarbij behorende randvoorwaarden.

4.1 Randvoorwaarden

In de ruimtelijke economische structuur wordt uitgegaan van de structuurvisie 'Een nieuw hart voor Holten'. Om deze visie en ambitie te bewerkstelligen is een aantal randvoorwaarden noodzakelijk.

- Een compact centrum met een goede routing;
- Een breed, gevarieerd en kwalitatief goed aanbod;
- Comfort: goede ontsluiting, gemakkelijk parkeren, gezellig verblijven;
- Stimuleren bezoeker van buitenaf;
- Tegengaan perifere detailhandel, tegengaan concurrerende ontwikkelingen;
- Goede samenwerking;
- Een goede marketing;
- Veiligheid.

Een toelichting

- *Compact centrum met een goede routing: RES*

Het centrum van Holten kent in de basis een compacte structuur. De plannen voor het centrumgebied zullen bijdragen aan een versterking van deze concentratie. De benodigde maatregelen zijn samengevat in een Ruimtelijk-Economische Structuur. In het kaartmateriaal in bijlage 6 en 10 is één en ander duidelijk in beeld gebracht. Daarbij wordt uitgegaan van de volgende randvoorwaarden:

- De winkelstructuur vormt zich rondom het aanbod in de dagelijkse sector, specifiek de supermarkten.
- De herontwikkelingslocaties vormen samen het centrale winkelgebied. Het verbreden van het aanbod met versspecialisten, "leuke winkeltjes", publieke diensten, cultuur en vermaak e.d. moeten vooral daar hun beslag krijgen.

- Vermaak en verblijven (o.a. daghoreca) concentreert zich rond de Smidsbelt. Dit moet een aantrekkelijk verblijfsplein worden: als men een terras gebruikt moet dit een gezellig en aantrekkelijk gevoel geven. Nadruk op daghoreca, zoals grandcafé, lunchroom, ijssalon en fastfood.
- Avondhoreca in de vorm van cafés e.d. is momenteel in de Dorpstraat voldoende aanwezig en kan behouden blijven.
- De noord-zuid as langs het Zwartepad heeft als verbindingsas met de stationsomgeving potentie om zich te richten op kleine bedrijvigheid en aanvullingen vanuit de commerciële diensverlening.

- *Een breed, gevarieerd en kwalitatief goed aanbod ook voor de toerist*

Uit de analyses blijkt dat het aanbod in Holten momenteel niet voldoende ontwikkeld is. De analyses geven aan dat er op het gebied van mode, huishoudelijke- en luxe artikelen nog marktruimte is. De mogelijkheden voor een warenhuis, zoals de HEMA, kunnen ook meegenomen worden. De combinatie van de bekendheid van nationale trekkers met lokale ondernemers kan het aanbod in Holten doen versterken. Gelet op de wens tot aansluiting bij de behoefte van toerist zou dit vooral gezocht moeten worden in *kleinere* specialiteitenzaken. Te denken is aan:

- Bijoux / cadeaus
- Specialistisch dagelijks zoals koffie- en thee, streekproducten, delicatessen.
- Outdoor-shop
- Galerie

De huidige recreatiemogelijkheden liggen vooral rond de Holterberg. De horeca aanbieders op de Nationaal Park Sallandse Heuvelrug zitten in een aantrekkelijke omgeving. De recente investeringsimpuls op deze locatie heeft duidelijk zijn vruchten afgeworpen. Het centrumgebied in Holten kan deze allure doorzetten, de ambitie is momenteel aanwezig, maar wordt te weinig benut.

De vrijdagmiddagmarkt op de Smidsbelt is een waardevolle aanvulling op het aanbod in het centrum en biedt mogelijkheden voor het aantrekken van mensen van buitenaf. De huidige locatie sluit goed aan op het winkelcircuit. In de herontwikkelingsplannen biedt de Smidsbelt een verkeersluwe omgeving, waardoor meer ruimte voor de markt ontstaat. De kwaliteit en branchering binnen de weekmarkt moet passen bij samenstelling en kwaliteit van het winkelbestand, maar moeten ook mogelijkheden bieden voor de toerist. Zo

kan gedacht worden aan uitbreiding of thematisering van assortiment van de tot nu toe vooral op consumptiegerichte markt.

- *Comfort: goede bereikbaarheid, gemakkelijk parkeren, gezellig verblijven*

- De ontsluiting van het centrum zal met de maatregelen van het Zilverzandtracé en het Wansinktracé verbeterd worden.
- In de structuurvisie is rekening gehouden met de verschillende fases waarbinnen de aanpassingen zullen worden doorgevoerd.
- Het verkeersluw maken van de Smidsbelt en het niet doorlaten van gemotoriseerd verkeer draagt bij aan het creëren van een aantrekkelijke verblijfsgebied.
- Momenteel wordt gewerkt aan een parkeerstructuurvisie. In deze ruimtelijke economische structuur wordt rekening gehouden met 3 à 4,5 parkeerplaatsen per 100m² bvo. Eveneens zal de parkeergelegenheid in het centrumgebied zich op maximaal 50 meter afstand moeten bevinden van de winkels in de dagelijkse sector. De mogelijkheden voor ondergronds parkeren kunnen in de herontwikkelingsplannen nader worden onderzocht.
- Een goede bereikbaarheid per fiets zal door de nieuwe verkeersstructuur comfortabeler worden, waarbij wel gedacht moet worden aan stallingmogelijkheden.

- *Stimuleren bezoeker/consument van buiten Holten*

De kwaliteit en diversiteit van het aanbod in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector trekt in Holten veel bezoekers van buiten. Niet alleen de toerist, maar ook consumenten uit de regio vinden het aantrekkelijk om boodschappen te doen in Holten. Door een verbetering van de uitstraling van het centrum en een betere afstemming van de diversiteit aan winkels zal de consument zijn/haar verblijfsduur in Holten willen verlengen.

- *Tegengaan perifere detailhandel, tegengaan concurrerende ontwikkelingen*

Het centrumgebied van Holten moet voor nagenoeg alle aankopen de belangrijkste locatie blijven. Momenteel bevindt het merendeel van de ondernemers zich in het centrumgebied van Holten. Het is van belang voor het functioneren van het centrumgebied om deze geconcentreerde structuur vast te houden. Initiatieven om detailhandelsvestigingen te realiseren buiten het centrumgebied zullen dan ook niet moeten worden toegestaan. In de nota over perifere detailhandel zijn deze voorwaarden opgenomen. Dit neemt niet weg dat er voor bepaalde vormen van detailhandel ruimte is op perifere locaties. Het gaat dan om doelgerichte, niet-frequente aankopen.

- *Goede samenwerking*

Bovenstaande ambities en randvoorwaarden vragen om een goede samenwerking tussen de ondernemers (via de Holtense Handelsvereniging) en tussen de ondernemers en de gemeenten. Dit betekent o.a.

- Een gezamenlijke visie, beleid en ondersteuning van de aanpak.
- Een sterke ondernemersclub met een breed draagvlak en een professionele werkwijze (Holtense Handelsvereniging).
- Een goed regulier overleg van ondernemers met de gemeente.
- Één aanspreekpunt binnen de gemeentelijke organisatie.
- Aansluiting van de ondernemers en investeerders bij de economische visie. Door samenwerking is het mogelijk een integrale aanpak te bewerkstelligen.
- Integrale aanpak betekent meer waarde voor onroerend goed op lange termijn.

- *Een goede marketing*

Het spreekt voor zich dat het winkelen in Holten op een goede manier aan de man gebracht moet worden. Dit ligt primair bij de ondernemers zelf en moet gefaciliteerd worden door de gemeente. De uitvoering van de plannen vraagt om duidelijke communicatie tussen de gemeente en ondernemers. Verder zal Holten als aantrekkelijk dorp om te winkelen gepromoot moeten worden naar buiten.

- Een éénduidig beeldmerk naar buiten dragen: "Holten, dat is.....".
- Een aansprekend jaarprogramma met leuke activiteiten voor verschillende doelgroepen.
- Bijzondere activiteiten in het toeristenseizoen (zie trendontwikkeling van de 50-plus doelgroep die vooral authentieke plekken wil bezoeken).
- Slimme reclames in dag- en weekbladen.
- Bij-de-tijd spaaracties.
- Goede afspraken tussen gemeente en Holtense Handelsvereniging over de organisatie van happenings, communicatie en beheer.
- Stimuleren interactie horeca ondernemers en detailhandel om de consument (toerist en bezoeker vanuit de regio) te verleiden langer in het gebied te blijven.

50-plusser uitgekeken op massale vakantie

De Nederlandse vijftigplusser ontloopt massale vakanties. Voorts schiet het reisaanbod volgens de oudere consument tekort. De respondenten geven aan kleinschaligheid en sfeer te verkiezen boven massale accommodaties. 64 procent vindt dat het huidige aanbod teveel gericht is op bulkaccommodaties. Dagelijks een verplicht uitstapje is passé: 82 procent heeft hierin geen interesse. Ook geeft 75 procent aan dat gepresenteerde folklore niet meer van deze tijd is. Bezochte gebieden moeten vooral authentiek zijn.

- **Veiligheid**

In het centrum van Holten zal de huidige verkeersveiligheidssituatie moeten worden aangepast om een aantrekkelijk winkelgebied te worden. Het verkeersluw maken van de Smidsbelt draagt bij aan deze verbetering.

Een aantrekkelijke verblijfsomgeving heeft ook te maken met “zich veilig voelen”. Het voorkomen van onveilige locaties zoals een pinautomaat in een donker hoekje is van belang in de aanpak van het centrum. Een veiligheidseffectrapportage (VER) kan deze plekken in diverse stadia van de herontwikkeling in kaart brengen. Eveneens is het beperken van overlast van jongeren bijvoorbeeld na afloop van cafébezoek van belang om het centrum voor iedereen aangenaam te houden. Onderlinge afstemming en afspraken met horeca-eigenaren en politie over sluitingstijden kunnen worden vastgelegd in een horecaconvenant.

4.2 Opgave Holten centrumgebied

Afbakening centrumgebied

Er dient een nieuwe functionele structuur te komen waarbij duidelijk wordt hoe de opgave wordt voor de volgende drie locaties in het centrumgebied:

1. de herontwikkelingsmogelijkheden aan de noordzijde van de Dorpsstraat/Oranjestraat (terreinen rondom de AH en Nijhuis&Schuppert);
2. de herontwikkelingsmogelijkheden aan de zuidzijde van de Dorpsstraat op de locatie rondom de C1000;
3. de functiewijzigingen aan de Smidsbelt.

De herontwikkeling zal waarschijnlijk ook gevolgen hebben voor de gevestigde

ondernemers elders in het centrumgebied. Immers, een aantal ondernemers zal graag willen worden betrokken in de herontwikkelingsopgave. Daarmee ontstaan op die te verlaten locaties weer mogelijkheden voor vestiging van andere, nieuwe ondernemers. Er ontstaat een doorschuif- en inschikkingseffect.

Belangrijke bouwstenen zijn geformuleerd in de eerste hoofdstukken van de visie t.a.v. het centrum van Holten. Hier zijn gegevens vergeleken met landelijke normen en zijn ambities uitgesproken. Samengevat komen deze neer op:

1. Uitbreidingsmogelijkheden wat betreft de detailhandel in de dagelijkse en niet dagelijkse sector van 2000 à 2500 m² bvo;
2. Versterking van de horeca op de Smidsbelt (niet te veel);
3. Handhaving van het aanbod in de (ambachtelijke) consumentgerichte dienstverlening.

Er is een RES opgesteld, die bestaat uit een centrumgebied met als hart de Smidsbelt. Buiten deze RES zal straks nieuwe vestiging van detailhandel en horeca worden tegengegaan. Het is juist de bedoeling dat ondernemers hun winkel verplaatsen naar het centrumgebied. De Dorpsstraat tussen de Stationsstraat en de Kerkstraat valt hierbinnen, alsmede het zuidelijk deel van de Stationstraat, het noordelijkste deel van de Larenseweg en de Smidsbelt. Het zuidelijk deel van het (vernieuwde) Zwartepad zal straks ook tot het centrumgebied behoren.

Binnen het centrumgebied van de RES moeten de drie verschillende delen van het economische programma een locatie krijgen. Dit heeft op de eerste plaats (eventueel) gevolgen voor de bedrijvigheid die binnen de cirkel is gelegen. Maar ook alle winkels, horecagelegenheden en consumentgerichte dienstverlening die buiten de grens van dit centrumgebied liggen moeten de bij op te stellen visie beoordeeld worden op hun verplaatsingsmogelijkheden.

Voorschriften herontwikkelingsprogramma

De haalbaarheid van de verplaatsingen en de wensen van de ondernemers zelf zullen bij de uiteindelijke realisatie mede bepalen in hoeverre de ambities daadwerkelijk waargemaakt worden. Vooralsnog moeten wij hier uitgaan van de nieuwe mogelijkheden. Bij de berekeningen die ten grondslag liggen aan het herontwikkelingsprogramma zijn bepaalde veronderstellingen gedaan:

1. Zittende ondernemers in het centrumgebied (dus binnen de cirkel van de RES) worden gehandhaafd. Ze worden geacht of op dezelfde locatie te blijven of naar een nieuwe locatie binnen het centrumgebied te

willen verplaatsen met wellicht meer mogelijkheden. (Er zijn geen signalen ontvangen dat ondernemers hun bedrijf (binnenkort) willen beëindigen.)

2. Bedrijven die passen binnen de nieuwe functionele structuur en die thans buiten de cirkel van de RES zijn gevestigd zijn in de berekeningen meegenomen als te verplaatsen ondernemers. Wij houden hierbij vooralsnog rekening met mogelijke uitbreidingswensen conform landelijke wensen naar de schaal van Holten. Dat betekent tegelijkertijd dat het centrumgebied extra m² krijgt maar dit zijn voor een deel geen nieuwe m² voor Holten. Het gaat immers ook om te verplaatsen ondernemers. De praktijk kan straks hiervan afwijken omdat ondernemers natuurlijk zelf hun keuzes maken. Wij willen echter op voorhand niemand uitsluiten.
3. Er wordt rekening gehouden met nieuwe branches en formules in Holten. We nemen hierbij mee de ambities die wij gehoord hebben tijdens de gesprekken met ondernemers. Deze ambities zijn wellicht fors maar niet onrealistisch en wij willen deze op voorhand niet afwijzen. We houden daarom in dergelijke gevallen marges aan. De haalbaarheid hiervan kan echter pas later getoetst worden als gesprekken met de betreffende ondernemers cq. organisaties plaatsvinden.

Economisch programma

Op deze wijze is een globale inschatting mogelijk van de herontwikkelingsopgave voor het Holtense centrum. Dit op basis van de (nog vast te stellen) RES. Wat betreft de **detailhandel** zou het programma er globaal als volgt uit kunnen zien: ruim 5000 m² BVO voor winkels in de dagelijkse sector en 5500 tot 6700 m² BVO voor de niet dagelijkse sector. In de bijlage (tabel 1.6) wordt deze berekening nader uitgewerkt.

Wat betreft de **horeca** zijn berekeningen tamelijk lastig te maken omdat de exacte m² wvo en bvo (nog) niet bekend zijn. Hier moet nog meer duidelijkheid over komen¹³. Vanuit het idee om te komen tot een versterking van de toeristische kwaliteit zijn wensen geuit, maar er liggen geen berekeningen (zoals bij de detailhandel) aan ten grondslag¹⁴.

Vooralsnog is uitgangspunt handhaving van het aantal gevestigde

¹³ De opdracht hiertoe is inmiddels door de gemeente Rijssen-Holten gegeven

¹⁴ De gevestigde ondernemers in de horeca worden ook benaderd i.v.m. het opstellen van het Masterplan opdat over hun over hun planvorming voldoende duidelijkheid gaat ontstaan.

horecabedrijven. De mogelijkheden voor een grand-café en een hotel-restaurant worden toegevoegd. Gezien de discussie met de ondernemers in het kader van het opstellen van deze nota lijkt er geen ruimte voor nog meer vestigingen. Wat betreft de m² bvo houden wij voor de horeca rekening met ongeveer 2.500 m² bvo. Hierbij moet ook betrokken worden dat ook in het kulturhus horecamogelijkheden worden geschapen. Door op deze wijze te werken is onze ambitie uit te gaan van 15 horecagelegenheden in het centrum van Holten. Dat is iets hoger dan het landelijk gemiddelde. Holten als geheel is zelfs sterk hoger dan de normen aangeven. Daar staat tegenover dat Holten zich ook wil profileren op recreatief-toeristisch gebied.

Het aantal **consument gerichte dienstverlenende bedrijven** dat zich thans binnen de centrumring RES bevindt is zeven. Daarvan zijn er 3 die in herontwikkelingsgebieden zijn gevestigd. Van deze bedrijvigheid zijn slechts de aantallen en locaties bekend. Landelijk gezien komen de aantallen overeen met die we in Holten zien. Thans is iets minder dan de helft van dit type bedrijvigheid in het centrumgebied gevestigd. Als wij deze situatie willen handhaven dan zal er voor (minimaal) 7 tot 8 ondernemers ruimte moeten kunnen zijn in het centrumgebied, dus binnen de ring van de RES. Wat betreft de m² bvo houden wij voor de consumentgerichte dienstverlening rekening met ongeveer 800 m² bvo.

De functies detailhandel, horeca en consumentgerichte dienstverlening dienen alle binnen de RES te worden gehuisvest. In totaal betreft het maximaal ongeveer 13.800 tot 15.000 m² BVO voor al deze functies samen. Dit vanuit de benaderingswijze zoals die eerder in deze paragraaf is verwoord.

5 Herontwikkelingsaanpak centrum Holten

In de ontwikkelingsvisie is duidelijk gemaakt dat de vernieuwingsopgave voor het centrum van Holten fors is en ingrijpende gevolgen heeft voor de aanwezige vastgoedstructuur. De herontwikkeling bestaat uit:

1. sloop en nieuwbouw;
2. functiewijzigingen;
3. opwaardering van panden.

De RES is hierbij het functionele uitgangspunt. Deze biedt een algemeen houvast en is een richtlijn voor eigenaren en ondernemers in het bestaande centrumgebied om hun plannen op af te stemmen. Maar de impact reikt verder.

Wat betreft de functionele structuur van het hele winkelbestand van Holten kan gesteld worden dat deze in zijn geheel wijzigingen zal ondergaan. Het is immers de bedoeling dat voor iedere ondernemer in Holten de kans aanwezig moet zijn mee te liften in dit herontwikkelingsproces. Daarmee krijgt de aanpak ook (enige) gevolgen voor het vastgoed buiten het centrumgebied.

Het vastgoedproces in een dorpscentrum is lastig te sturen. Veel is afhankelijk van beslissingen die door individuele eigenaren en ondernemers worden genomen. Maar het helpt als er gekomen kan worden tot gezamenlijke inspanningen, waarbij gemeente, ondernemers en eigenaren overleggen om te komen tot gezamenlijke investeringen. Belangrijk is dat alle partijen als uitgangspunt nemen dat een duurzaam, goed functionerend centrum uiteindelijk voor iedere partner ook resultaat zal krijgen. Samenwerking levert het meeste succes. Marktwerving is een belangrijk uitgangspunt maar regie moet de partners helpen afspraken te maken en stappen te zetten naar het einddoel. Gezien de forse ontwikkelingsopgave voor het Holtense centrum zal een dergelijke werkwijze noodzakelijk zijn.

De regie zal moeten worden geborgd in een sterke, doelmatige en krachtdadige organisatie. Met sterk bedoelen wij goed verankerd in de Holtense (ondernemers)samenleving en direct aansluitend op de gemeentelijke organisatie. Doelmatig en krachtdadig kun je alleen maar zijn als je beschikt over een adequaat instrumentarium. Hiermee kan efficiënt en effectief opgetreden worden. Professionaliteit van alle partners is hierbij

onontbeerlijk. Voorgesteld is om deze werkwijze te beschrijven en vast te leggen in een Masterplan Centrum Holten. Inmiddels is hiermee gestart.

Het centrum dient uiteindelijk te passen bij het concept dat men voor ogen heeft. Dat concept bestaat uit een functionele structuur in een bepaalde omgeving (milieu). Om die omgeving passend te krijgen moet voldaan worden aan de randvoorwaarden zoals verwoord in hoofdstuk 3. In paragraaf 5.2 t/m 5.4 staan acties die moeten worden ondernomen om zover te komen.

Om hiertoe te komen zullen verschillende stappen moeten worden ondernomen. Een (hechte) projectorganisatie kan de regie oppakken. Deze organisatie zal "neergezet" moeten worden en dient een duidelijke opdracht mee te krijgen. Dit zijn processtappen die wij in paragraaf 5.5 uitwerken en moeten leiden tot een procesorganisatie voor het Masterplan (paragraaf 5.6).

5.1 Regie

Door een gezamenlijke inspanning t.a.v. branchering en vastgoed moet de centrumstructuur van Holten op een uitgekiend peil worden gebracht. Dat betekent dat een strakke werkwijze moet worden ontwikkeld. Deze zou er als volgt uit kunnen zien:

- De gemeenteraad zal zich uit moeten spreken over de positie van de gemeente en het einddoel (de ruimtelijk-economische structuur): Ze ziet voldoende aanleiding voor een actieve (beïnvloedende) rol van de gemeente Rijssen-Holten opdat de RES daadwerkelijk kan worden gerealiseerd. Dit op basis van de geformuleerde stedenbouwkundige en de verkeerstechnische randvoorwaarden.
- Als eerste essentiële stap legt de gemeente contacten met de drie belangrijkste vastgoedeigenaren van de herontwikkelingslocaties (zie paragraaf 4.1) om te komen tot een gezamenlijke strategie. Dit door hun initiatieven en wensen te verbinden aan de RES en de structuurvisie.
- De gemeente legt contacten met het bestuur van de ondernemersvereniging HHV om te vernemen welke houding het bestuur heeft t.a.v. de RES en de bijbehorende randvoorwaarden. Zij stelt de HHV voor om ondernemers individueel te benaderen opdat inzichtelijk kan worden hoe participatie kan worden verkregen.

- Samen met de vastgoedeigenaren van de drie belangrijkste herontwikkelingslocaties en het bestuur van de HHV wordt een ontwikkelingsstrategie opgesteld. De gemeente brengt hierbij in dat zij het haar ter beschikking staande instrumentarium zal inzetten. Dit gezamenlijke overleg moet leiden tot een convenant waarin de ontwikkelingsstrategie wordt vastgelegd en die door alle partijen wordt ondertekend. Dit is in feite de start van de projectorganisatie.
- Het eigendom van panden in het centrum van Holten is en blijft verspreid. Het beeld is daarom diffuus en de opgave is groot. Dit kan leiden tot het niet maken van keuzes en het uitblijven van investeringen. De meest gewenste branchering wordt wellicht niet bereikt. Informatie-uitwisseling is daarom noodzakelijk. Er wordt een pandinformatiesysteem door de gemeente ontwikkeld. Dit met medewerking van zoveel mogelijk eigenaren. Het organiseren van eigenaren is hierbij belangrijk om hen goed te kunnen informeren over het gezamenlijke (lange termijn) belang.
- Wanneer herontwikkeling van panden waarbij planologische medewerking nodig is van de gemeente (in welke vorm dan ook), dienen afspraken te worden gemaakt over de concrete invulling (branchering). Een onafhankelijke brancheringscommissie krijgt de mogelijkheid op basis van een brancheringsplan voorstellen te doen met betrekking tot de invulling. Dit op basis van de vastgestelde detailhandelsvisie van de gemeente Rijssen-Holten.
Voor alle duidelijkheid moet wel aangegeven worden dat de reikwijdte van deze commissie zijn beperkingen heeft:
 - a. Een brancheringscommissie kan slechts werken als er contractuele afspraken met de eigenaar/ontwikkelaar zijn gemaakt.
 - b. Een branchering mag slechts in bepaalde gevallen (nieuwbouw en herontwikkeling) gedurende een beperkt aantal jaren (maximaal 5 jaar) worden "gestuurd".
 - c. Indien binnen een bepaald tijdsbestek geen passende invulling kan worden gevonden zullen oplossingen moeten worden gekozen die "second best" zijn. Vastgoed kan niet langdurig leeg blijven staan.

5.2 Winkels buiten het centrumgebied

De RES geeft aan welke delen van Holten behoren tot het centrumgebied. Het is de bedoeling dat binnen het centrumgebied de metrages worden (her)ontwikkeld en dat op de andere locaties een zeer terughoudend beleid wordt gevoerd. De keuze is immers gemaakt om het centrum te versterken en dat betekent dat daar ook de kansen moeten worden gecreëerd. Zowel ondernemers als de gemeente zullen dit als uitgangspunt moeten (blijven) nemen bij hun verdere acties. Daarbuiten zijn thans ook winkels en andere centrumvoorzieningen gevestigd. Juist dat vastgoed heeft daarom aandacht nodig bij een concentratiebeleid dat gericht is op een versterking van het centrum.

Om te stimuleren dat ondernemers die overwegen te verplaatsen naar het centrum moet bekeken worden hoe om te gaan met het achterblijvend onroerend goed. Vaak zal het gaan om een ondernemer-eigenaar. Het besluit tot verplaatsing betekent dat er geïnvesteerd moet worden op de nieuwe locatie maar ook op de verlaten locatie. Het proces zal zo ingericht moeten worden dat begeleiding en ondersteuning van deze functiewijziging daadwerkelijk kansen biedt. De oplossing is maatwerk. Gedacht kan worden aan een herbestemming waarbij de woonfunctie wordt uitgebreid. Ook kan overwogen worden een alternatieve bestemming (bijvoorbeeld kantoor) te geven aan het vastgoed.

Niet alle ondernemers zullen willen verplaatsen naar het centrum. Sommige winkel-, horeca- en andere commerciële functies passen ook niet goed in een centrumgebied. Ze zouden in het centrum bepaalde vormen van overlast geven of een te groot (en kostbaar) areaal nodig hebben. De betreffende ondernemers (vaak doelgericht bezochte bedrijvigheid) zullen de mogelijkheid moeten behouden hun bedrijf op een gezonde wijze voort te zetten op die locaties.

Samengevat:

- Planologische aanpassingen buiten het centrumgebied gericht op mogelijkheden tot functiewijziging;
- Actieve begeleiding om de functiewijziging in overleg met de betrokken ondernemer gestalte te geven;
- Goede communicatie met betrokkenen om het beleid helder te krijgen;
- Geen substantiële uitbreidingsmogelijkheden meer toestaan tenzij het commerciële functies betreft die niet in het centrumgebied passen.

5.3 Functioneren toekomstig centrumgebied

Een centrumgebied als dat van Holten dient een dorpse uitstraling te hebben waar het voor de consument, gebruiker en toerist prettig is om te vertoeven. Het duidelijk stellen en voldoen aan deze randvoorwaarden (zie paragraaf 3.1) helpt mee de besluitvorming van de ondernemers te bespoedigen. Niet verwacht mag worden dat dit alles vanzelf gaat. In de gesprekken met de ondernemers zijn verschillende knelpunten naar voren gekomen over het functioneren van het centrum. Dit moet in de nieuwe planvorming worden opgelost. Bij de uitwerking van de planvorming moeten de volgende thema's worden meegenomen:

1. bereikbaarheid

Zowel voor de consument als de recreant moet de bereikbaarheid optimaal zijn. Dat betekent een logische route naar het centrumgebied (voor gemotoriseerd verkeer en voor langzaam verkeer). Deze route dient goed te worden bewegwijzerd. Speciale aandacht moet er zijn voor de bezoekers die per trein komen. Bij het station moet goede informatie beschikbaar zijn over de winkels en horecamogelijkheden in het centrum.

De bereikbaarheid voor bevoorradend verkeer dient goed geregeld te zijn. De bevoorrading dient de parkeerfunctie niet te hinderen en zo weinig mogelijk overlast te geven aan de overige gebruikers van het centrum (aan de "achterzijde"). Indien mogelijk: inpandig bevoorraden. Overwogen moeten worden met venstertijden te werken.

2. parkeren/stallen

Er dient voldaan te worden aan de randvoorwaarden zoals gesteld in paragraaf 3.1. De consument en bezoeker dient zonder problemen zijn auto dicht bij de winkels te kunnen parkeren. Het aantal parkeerplaatsen dient volgens landelijk geaccepteerde normen (CROW-normen) te worden berekend waarbij een duidelijke scheiding plaatsvindt tussen de ondernemers/werknemers, de bewoners van het centrumgebied en de consument en toerist. Dit kan leiden tot het instellen van een blauwe zone om voldoende parkeercapaciteit vrij te houden voor de consument en de toerist. Eventueel kunnen oplossingen worden gevonden in ondergronds parkeren om de scheiding te bewerkstelligen tussen de gebruikers van het centrumgebied.

Niet alleen voor de auto, ook voor de fiets moeten prima mogelijkheden

zijn om te stallen. Dat betekent dat bij de inrichting van het openbaar gebied rekening moet worden gehouden met stallingvoorzieningen voor de fiets daar waar vanuit bepaalde richtingen fietsroutes het centrumgebied binnentreden en de belangrijkste centrumfuncties naderen. Het centrumplan van Holten heeft dus een op Holten toegesneden parkeer- en stallingplan nodig. Toegesneden betekent in dit geval gebaseerd op comfort en optimale toegankelijkheid.

3. inrichting en gebruiksmogelijkheden openbaar gebied

De inrichting van het openbaar gebied verlangt een zorgvuldige aanpak waarbij de aspecten comfort, eigen identiteit en vormgeving, overzichtelijkheid, duurzaamheid en mogelijkheden tot reinigen alle aandacht moeten hebben. Daarnaast zal i.v.m. een optimale toegankelijkheid van de winkels overwogen moeten worden de uitstallingregels te herzien.

Speciale aandacht dient er te zijn voor de locatie en inrichting van de markt. De opstelling, de mogelijkheden voor ander gebruik van dit terrein en de relatie met de uit te breiden terrassen (versterking horecafunctie) zijn aspecten die goed moeten worden onderzocht. De meest optimale invulling zal moeten worden besproken met de ambulante handel, de horecaondernemers en andere gebruikers van het centrumgebied. De HHV kan hierbij als het georganiseerde ondernemersverband van dienst zijn.

4. veiligheid

De veiligheidsaspecten dienen van meet af aan bij de plannen te worden betrokken. Het centrum van Holten moet zich in dit opzicht blijvend onderscheiden van de grotere steden. Veiligheidsbeleving bezit verschillende componenten, bijvoorbeeld de verkeersveiligheid, potentiële overlastplekken, overvalmogelijkheden bij winkels en unheimische (achterkant) locaties. Vanaf het stadium van de stedenbouwkundige plannen moet daarom steeds het veiligheidsaspect in de studies worden meegenomen. Ook in de uiteindelijke beheersituatie (als de plannen gereed zijn) moeten concrete afspraken worden gemaakt over het voorkomen van onveilige situaties en het voorkomen van het zich niet veilig voelen.

5. schoon en heel

Het centrum van Holten moet straks een prima performance hebben voor zowel de consument als de toerist. Materiaalkeuzes (duurzaamheid,

reinigingsmogelijkheden etc) zijn daarbij belangrijk en de architect dient dit aspect daarom mee te nemen in de opdracht.

Ondernemers zelf moeten zich voorbereiden op de identiteit van de nieuwe winkels. In het nieuwe winkelhart zal de winkel of het horecabedrijf een eigentijds karakter moeten hebben. Hoe die eruit ziet en wat je daarvoor als ondernemer moet doen, vraagt voorbereidingstijd. Dit te meer daar straks efficiënt moet worden gewerkt en de ondernemer voor ogen moet hebben dat de grillige consument van hem/haar steeds een verrassend beeld verwacht. De HHV kan hier een coördinerende rol vervullen en door initiatieven te nemen de leden inspireren.

Als het project is gerealiseerd moet het centrum er goed blijven uitzien. Een professioneel beheer gebaseerd op contractuele afspraken enerzijds tussen de gemeente en de beleggers/eigenaren en anderzijds verankerd in huurcontracten is essentieel. Dit uitgangspunt moet van meet af aan in de plannen worden meegenomen.

5.4 Beheer tijdens de realisatiefase

De plannen om het centrum een nieuw hart te geven zijn ingrijpend. Het zal enige jaren duren voordat de plannen daadwerkelijk gerealiseerd zijn. Overwogen moet worden om fasering aan te brengen in de uitvoering. Dit niet alleen omdat anders bepaalde winkeliers tijdelijk geen huisvesting hebben maar ook om te voorkomen dat het hele centrum tegelijkertijd wordt aangepakt en daarom ontoegankelijk wordt voor de consument.

Bovendien moet juist ook in een tijd van sloop en nieuwbouw gedacht worden aan:

1. toegankelijkheid en bereikbaarheid, zou goed mogelijk: tijdelijke parkeervoorzieningen, goede verwijzingen etc.
2. schoon en veilig, zo optimaal mogelijk: extra vegen, goede informatievoorziening, tijdelijke (verkeers)maatregelen etc.

Om het beeld van de verandering te ondersteunen is de opstelling van winkeliers in deze periode belangrijk. Het positieve eindbeeld moet centraal staan. Extra (promotionele) acties kunnen helpen deze overlastperiode als minder hinderlijk te ervaren.

5.5 Draagvlakvergroting

Ondernemers

De verankering in de Holtense samenleving dient te geschieden bij ondernemers, eigenaren en bewoners. De betrokkenheid van de ondernemers is essentieel. Zij hebben elke dag te maken met het functioneren van het centrum.

Hun deelname hangt op de eerste plaats af van de kansen die de markt biedt en die zij voor zichzelf zien. Maar ook het vertrouwen in de aanpak en de plannen speelt mee. Er wordt immers al lang gesproken over het centrum en er is nog niets concreets gebeurd. Besluiten over deelname kan daarom slechts plaatsvinden als ondernemers goed geïnformeerd zijn over de werkwijze en de op te zetten projectorganisatie, maar andersom zal de projectorganisatie ook uitstekend geïnformeerd moeten zijn over de houding van de ondernemers.

Eigenaren

Ook eigenaren hebben een belangrijke rol. Hun houding t.o.v. het vastgoed is medebepalend voor het uiteindelijke succes. Investeren in een centrumaanpak als in Holten betekent voor vrijwel alle eigenaren investeren. Door de 'fors' investering van de vastgoed eigenaar kan de ondernemer zich een nieuwe/vernieuwde locatie verwerven. Door de huur wordt de investering "terugverdiend".

Er zijn verschillende typen eigenaren in Holten. Er zijn kleinere eigenaren-verhuurders, eigenaren-ondernemers en ontwikkelende beleggers. Ieder heeft zijn eigen insteek, wat de een als "klein" wordt gezien kan door de ander als "groot" worden ervaren. Er zal een strategie moeten komen die zowel de grotere investeringen losmaakt, maar die er tegelijkertijd toe bijdraagt dat kleinere eigenaren ook meedoen. Deze strategie zal samen met de eigenaren moeten worden ontwikkeld.

In dit kader is de houding van eigenaren van de drie herontwikkelingslocaties van groot belang:

1. locatie omgeving Albert Heijn;
2. locatie omgeving C1000;
3. terrein Nijhuis & Schuppert (hoek Stationsstraat/Dorpsstraat).

Gezien de complexiteit van de aanpak en de verwevenheid van de ontwikkelingen op deze drie locaties is aan te bevelen bij deze eigenaren af te tasten hoe zij hun rol zien in het totale perspectief van het centrum. De herontwikkeling van ieder van deze locaties heeft invloed op de mogelijkheden die elders ontstaan. Maar het is ook zo dat juist 'grotere' eigenaren belang hebben bij een totaal-aanpak die door de gemeente wordt gestuurd.

Bewoners

Bewoners zijn, vooral als ze in het centrum wonen, erg betrokken bij een aanpak. Immers hun woongenot wordt er direct door beïnvloed. Ook voelen zij vaak om allerlei redenen een verbondenheid met het eigen centrum. Bovendien hebben zij er ook allerlei (eigen) belang bij: het is meestal de belangrijkste aankoopplaats en een fors aantal mensen vindt er zijn werk. Het draagvlak bij bewoners voor een ingrijpende aanpak is daarom ook voor de gemeente nogal belangrijk.

Dit belang van bewoners moet goed worden ingebracht. Hierbij dient onderscheid te zijn tussen degenen die er wonen en zij die er kopen. Met de bewoners in het centrumgebied (woongenot, wellicht aanpassingen in en om de woning of zelf verhuizen) moet een gesprek op gang komen hoe zij hun betrokkenheid georganiseerd willen zien.

5.6 Organisatiestructuur, instrumentarium en actielijst

De planvorming en realisatie van het nieuwe hart van Holten is een verantwoordelijkheid van verschillende partijen en organisaties. Oplossingen worden beter als er wordt samengewerkt. Het resultaat wordt beter als men rekening houdt met de inbreng van de ander. En er wordt efficiënter gewerkt als plannen op elkaar worden afgestemd. Een lange-termijn-visie moet helpen om e.e.a. voor elkaar te krijgen en om iedere partij zijn inbreng te laten leveren. Een goede regie is belangrijk.

Alle betrokken partijen moeten daarom deelnemen aan het proces. Dit kan door ze een plek te geven in de projectstructuur van het Masterplan. Deze zou kunnen bestaan uit:

1. een stuurgroep, bestaande uit stakeholders die beschikken over netwerken en de belangrijkste beslissingen kunnen beïnvloeden;

2. een projectgroep, waarin de 'technische' aspecten van het planproces worden opgepakt;
3. een klankbordgroep, waarin de samenleving is vertegenwoordigd (met het oogmerk om planvorming te toetsen en nieuwe informatie te vergaren);
4. werkgroepen om desgewenst deelaspecten uit te zoeken;
5. een communicatiewerkgroep met voelhorens in de samenleving en binnen de gemeentelijke organisatie.

De regie van deze procesorganisatie zou moeten liggen bij de gemeente. Deze keuze is vooral gebaseerd op het belang van de totale Holtense gemeenschap. Maar de overheid kan het niet alleen. Alle deelnemende partijen beschikken over mogelijkheden om het proces mee te helpen en in de gewenste richting te sturen. Dit duiden we aan met het instrumentarium. Dit instrumentarium heeft publieke en private aspecten. Hieronder staan twee lijsten met voorbeelden van dit instrumentarium.

Publiek:

- bestemmingsplan;
- verkeerscirculatieplan
- onteigening;
- aanschrijving;
- Wet Voorkeursrecht Gemeenten;
- baatbelasting;
- Wet Ruimtelijke Ordening: onderdeel grondexploitatie ('Grondexploitatiewet') i.v.m. verevening;
- regels aan het gebruik (drank- en horecawet, A.P.V. etc.);
- subsidies (al dan niet om verevening te bewerkstelligen).

Privaat:

- het (eigen) vastgoedbezit;
- pandinformatiesysteem (in samenwerking met makelaars);
- verwervingen;
- contractvorming;
- verkrijgen hypotheek en andere financieringsconstructies;
- netwerken (om andere ondernemers te interesseren en kennis te vergaren).

De samenwerking moet omgezet worden in acties. Deze acties dienen in samenwerking te worden opgepakt. Om de actiegerichtheid scherp te krijgen, dienen trekkers te worden aangewezen. In de vorige paragrafen genoemde

aspecten en aandachtspunten kunnen als volgt in een actielijst worden samengevat.

Actielijst Centrumplan Holten			
Actie	Trekker + Prioriteit		Planning
1 Vaststellen Detailhandelsvisie	Gemeente	Hoog	Begin 2008
2 Opstellen Masterplan centrum Holten	Gemeente	Hoog	2007/herfst 2008
<i>Herontwikkelingsaanpak en strategie</i> <i>Verkeerscirculatieplan / parkeren</i> <i>Stedenbouwkundig plan/uitgangspunten</i> <i>RES en brancheringsaanpak</i> <i>Communicatie</i>			
3 Uitwerking Masterplan			
<i>Draagvlakvergroting</i> <i>Pandinformatiesysteem</i> <i>Brancheringscommissie</i> <i>Opstellen bestemmingsplan centrum</i> <i>Inrichtingsplan centrumgebied</i> <i>Communicatieplan</i> <i>Beheer sloop- en bouwperiode</i>	Gemeente	Hoog	Vanaf 2007
	Gemeente	Middel	2008
	Gemeente	Hoog	Medio 2008
	Gemeente	Hoog	2008-2009
	Gemeente	Hoog	2008-2009
	Gemeente	Hoog	2007
	Gemeente	Middel	Vanaf herontwikkeling
4 Aanpassen bestemmingsplan buiten het centrumgebied	Gemeente	Hoog	2009
5 Markt- en standplaatsenbeleid	Gemeente	Middel	2008-2009
6 Kwalitatieve verbetering centrum			
<i>Aanpak commerciële uitstraling panden</i> <i>Stimuleren ondernemerschap</i> <i>Bevorderen promotie</i> <i>Beheersorganisatie (schoon, heel en veilig)</i>	Eigenaren	Hoog	vanaf herontwikkeling
	HHV	Middel	vanaf 2007
	HHV	Hoog	vanaf 2007
	Eigenaren	Hoog	vanaf herontwikkeling

Bijlagen

Bijlage 1: Aanbod detailhandel

In onderstaande tabellen is een uitsplitsing per brancheringsgroep in het dagelijkse- niet dagelijkse aanbod gemaakt en een vergelijking met Nederlandse plaatsen van vergelijkbare omvang.

Tabel 1.1: Vergelijking Holten met kernen van vergelijkbare omvang						
	Holten (8.963)			Gemiddeld voor plaatsen met 7.500 – 10.000 inwoners		
	Aantal	m ² wvo ¹⁵	m ² wvo per 1.000 inw.	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
<i>Levensmiddelen</i>	13 ¹⁶	2.933	339	13	2.739	316
<i>Persoonlijke verzorging</i>	3 ¹⁷	373	35	3	469	54
Totaal dagelijks	16	3.306	374	16	3.208	370

¹⁵ WVO is winkelverkoopvloeroppervlak (voor de consument toegankelijke winkelruimte).

¹⁶ Er zijn vier supermarkten: C1000 Dikkers (779 m2 WVO), ALDI-Markt (495 m2 WVO), Albert Heijn (985 m2 WVO) en een minisuper De Winkel Twenhaarsveld (132 m2 WVO) op een recreatiepark.

¹⁷ Persoonlijke verzorging is een DA-drogist (178 m2 WVO) en een Schlecker (135m2 WVO) en 1 apotheek (60 m2 WVO).

Tabel 1.2: Vergelijking Holten met kernen van vergelijkbare omvang						
	Holten (8.963)			Gemiddeld voor plaatsen met 7.500 – 10.000 Inwoners		
	Aantal	m ² wvo ¹⁸	m ² wvo per 1.000 inw.	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
<i>Warenhuis</i>	-	-	-	0,1	92	11
<i>Kleding en mode</i>	6	880	100	7	1.103	127
<i>Schoenen en lederwaren</i>	1	290	33	2	229	26
<i>Juwelier en optiek</i>	1	60	7	2	120	14
<i>Huishoudelijke / luxé artikelen</i>	2	480	54	2	375	43
<i>Antiek en Kunst</i>	1	135	15	1	91	19
Totaal Mode & Luxe	11	1.845	209	14	2.010	

¹⁸ WVO is winkelverkoopvloeroppervlak (voor de consument toegankelijke winkelruimte).

Tabel 1.3: Vergelijking Holten met kernen van vergelijkbare omvang

	Holten (8.963)			Gemiddeld voor plaatsen met 7.500 – 10.000 inwoners		
	Aantal	m ² wvo	m ² WVO per 1.000 inw.	Aantal	m ² WVO	m ² WVO per 1.000 inw.
Sport en spel	1 ¹⁹	60	7	2	287	33
Hobby	2	185	21	2	135	6
Media	1	131	15	2	180	21
Totaal Vrije Tijd	4	376	43	6	602	

Tabel 1.4: Vergelijking Holten met kernen van vergelijkbare omvang

	Holten (8.963)			Gemiddeld voor plaatsen met 7.500 – 10.000 inwoners		
	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Plant en dier (inclusief tuincentra)	5	452	51	5	1.610	186
Bruin- en witgoed	3	174	20	2	343	40
Fiets- en autoaccessoires	3	370	42	2	417	48
Doe-het-zelf	6	1.821	206	4	1.664	192
Wonen	2	660	75	5	2.913	336
Totaal In / Om Huis	19	3.477	393	18	6.947	

¹⁹ In de branche sport en spel is een ruitersportwinkel.

Tabel 1.5: Vergelijking Holten met kernen van vergelijkbare omvang						
	Holten (8.963)			Gemiddeld voor plaatsen met 7.500 – 10.000 Inwoners		
	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.	Aantal	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Overige detailhandel	2	105	12	1	251	29

Tabel 1.6: Voorstel programma detailhandel in centrumgebied Holten			
	M² wvo (huidig)	M² wvo (centrum plan)	M² bvo
<i>Supermarkten</i>	2.259	2.900 (3)	3.760
<i>Overige dagelijks</i>	516	920 (9)	1.270
<i>Mode</i>	1.845	1.630 (14)/ 2.330 (16)	2.030 / 2.930
<i>Huishoudelijk en luxe</i>	615	660 (3)	820
<i>Vrije tijd</i>	376	730 (5)	910
<i>In/om het huis</i>	2.961	1.410 (9)/ 1.610 (11)	1.800 / 2.050
Totaal detailhandel	8.572	8.250 (43) / 9.150 (47)	10.590 / 11.740

Toelichting:

De eerste kolom wvo betreffen m⁵ winkels die nu in (het centrumgebied van) Holten zijn gevestigd. De tweede kolom wvo (cursief) betreffen m⁵ winkels die straks in (het centrumgebied van) Holten kunnen zijn gevestigd. De derde kolom is de vertaalslag van m⁵ winkels wvo naar m⁵ winkels bvo. Hierbij is de verhouding aangehouden van 80 (wvo) : 100 (bvo). SAB en de gemeente geven stedenbouwkundige mogelijkheden voor bedrijvigheid ongeacht hoe de panden precies benut worden. Deze cijfers betreffen dus feitelijk de planologische mogelijkheden voor detailhandel in de beoogde nieuwe situatie in m⁵ bvo.

Achter het tweede rijtje staan cijfers tussen haakjes. Deze betreffen het mogelijke aantal winkels in die hoofdbranche. Bij twee categorieën worden

twee cijfers aangehouden. Hier betreft de mogelijkheden van nieuwe formules van substantiële omvang die nu niet in Holten zijn gevestigd. Komen deze wel of niet. Hier ligt dus een range binnen de ambitie. Totaal zou het detailhandelsbeslag voor het centrumgebied dus maximaal 11.000 tot 12.000 m² bvo kunnen gaan bevatten.

Tabel 1.7: Horeca in het toekomstige Holtense centrumgebied		
	Huidig aantal	Aantal in visie
<i>Café</i> ²⁰	4	4
<i>Cafetaria</i> ²¹	2	2
<i>Grillroom</i>	1	1
<i>IJssalon</i>	1	1
<i>Café-restaurant</i>	1	1
<i>Restaurant (incl. Chinees)</i> ²²	3	3
<i>Partycentrum</i>	1	1
<i>Grand café</i>	0	1
<i>Hotel-restaurant</i>	0	1
Totaal	13	15

Toelichting:

In de lijst is d.m.v. voetnoten aangegeven hoeveel horecapanden nu tot de beoogde herontwikkelingslocaties (kunnen) gaan behoren.

²⁰ 2 in te herontwikkelen centrumgebied

²¹ 1 in te herontwikkelen centrumgebied

²² 1 in te herontwikkelen centrumgebied

Bijlage 2: Overzicht landelijke trends

De volgende trends zijn van belang bij het in beeld brengen van het gedrag van de consument:

- **Individualisering:** door de toenemende individualisering kan er niet meer gesproken worden over 'de consument'. Er zijn steeds meer culturen en leefstijlen in Nederland. Dit heeft tot gevolg dat het als winkel/winkelgebied moeilijker is om aan te sluiten bij de wensen van die consument. Die wensen lopen immers sterk uiteen. Supermarkten spelen hier op in door hun assortiment sterk uit te breiden.
- **Schaalvergroting:** de consument wil een ruim aanbod waarbij het mogelijk is om te vergelijken. Hij wil zijn boodschappen zo veel mogelijk op één plek kunnen doen (one-stop-shopping). Het gevolg hiervan is dat de winkelvoorzieningen in Nederland steeds meer producten aanbieden. Dit houdt in dat de schaal van een winkel toeneemt. Deze ontwikkeling is duidelijk waar te nemen in de supermarktsector. Supermarkten van 300-600 m² wvo kunnen steeds minder goed uit de voeten²³. Als ondermaat voor een goed functionerende full-service supermarkt wordt tegenwoordig al snel 1.200 m² WVO gehanteerd. Harddiscount supermarkten zijn kleiner (700-900 m² wvo). Daarnaast doet zich ook de ontwikkeling voor van de grootschalige supermarkten zoals de AH XL formule.
- **Specialisering:** ook aan de zijde van het horeca-aanbod is aan de ene kant een vergaande ontwikkeling te zien van machtsconcentratie, schaalvergroting, ketenvorming en internationalisering. Aan de andere kant is er tegelijk een trend van vergaande specialisatie waarbij een ambachtelijk en hoogwaardig product wordt aangeboden en er een sterk accent ligt op persoonlijk contact.
- **Filialisering:** de gemiddelde winkelgrootte stijgt en er vestigen zich steeds meer filiaalbedrijven. Hierdoor lijken winkelgebieden steeds meer op elkaar. Tegelijkertijd wordt het belang van het onderscheidend vermogen hierdoor belangrijker.

²³ De SPAR is de enige formule die zich hierin op dit ogenblik probeert te onderscheiden door een meer gespecialiseerde formule te ontwikkelen.

- **Knooppunten:** de winkelvoorzieningen verschijnen de laatste jaren ook steeds vaker op verkeersknooppunten. Denk bijvoorbeeld aan de ontwikkeling van meubelboulevards aan invalswegen van grotere steden of aan de komst van winkels op NS-stations en universiteitslocaties. Ook het GDV-beleid²⁴ probeert aan te sluiten bij deze ontwikkelingen.
- **Internet:** de consument weet ook steeds beter de weg te vinden naar verkoopadressen op het internet. De schroom om met creditcard te betalen weerhield veel consumenten nog van het gebruikmaken van dit verkoopkanaal, maar tegenwoordig zijn er meer betalingsmogelijkheden dan enkele jaren terug. Daarnaast zijn ook steeds meer mensen aangesloten op het internet. Voorbeelden zijn het boeken van reizen en aankoop van boeken en cd's.
- **Specialisatie versus branchevervaging:** er komen steeds meer gespecialiseerde winkels en winkelgebieden in Nederland. Een voorbeeld hiervan zijn de speciale merkwinkels (brandstores), of de Factory Outlet Centers. Daar staat een andere ontwikkeling tegenover: de branchevervaging. Supermarkten en drogisterijen behalen een stijgend aandeel van hun omzet uit de verkoop van bijvoorbeeld huishoudelijke en cadeauartikelen; bouwmarkten verkopen fietsen en audioapparatuur; discountsupermarkten hebben een bepaald deel (100–125 m² wvo) van hun winkels ingeruimd voor weekaanbiedingen in de niet-dagelijkse sector, zodat dit een essentieel onderdeel van hun formule is geworden.
- **Toenemende oriëntatie op supermarkt:** het marktaandeel van supermarkten in het dagelijkse assortiment is toegenomen. Landelijk stijgt de oriëntatie van 75 naar 80%. Men verwacht in de komende jaren een verdere stijging tot 83-85%.
- **Afname aantal versspecialisten:** er is een aanzienlijke afname in o.a. het aantal kruideniers. 825 van de 5860 kruideniers zijn de jaren 2002-2006 gestopt. Ook het aantal slagers is teruggelopen van 5.354 in 2000 naar 3.235 in 2004. De meest recente gegevens over 2005 laten zien dat dit proces wellicht tot stilstand is gekomen. De (vers)specialisten hebben zich vorig jaar ondanks de prijzenoorlog redelijk staande kunnen houden. Hierbij blijken kwaliteit en service aan deze ondernemers een

²⁴ Grootschalige detailhandelsvestigingen.

onderscheidende positie te kunnen geven. Dit natuurlijk onder de voorwaarde dat er sprake is van prima ondernemerschap.

- **Prijsbewuste consument:** de consument wordt steeds prijsbewuster doordat er meer informatie is over de keuzemogelijkheden. Dit kan zijn via advertenties, internet of gewoon door zelf bij verschillende winkels de prijs te vergelijken. Het gevolg hiervan is onder andere dat de supermarkten hun prijzen aanpassen. Hierdoor worden de winstmarges in de supermarktbranche lager en dient de omzet dus te stijgen om eenzelfde resultaat te boeken. De supermarktoorlog is in 2003 ingezet en in 2004 echt losgebarsten. De omzetten zijn in 2004 licht gedaald, en die tendens zette zich voort in het eerste deel van 2005. Dit kan gezien worden als een correctie op de prijsstijgingen in 2002/2003. In 2006 hebben de meeste supermarktorganisaties hun omzet (ook in relatie tot de inflatie) weer weten te vergroten. De supermarktoorlog heeft echter het detailhandelslandschap danig verstoord. Hoe dit alles uiteindelijk op de kleine(re) kernen uitwerkt is nog niet duidelijk.
- **Toename van budget-detailhandel:** niet alleen groeit het aantal discounters (bijvoorbeeld ALDI, Lidl), ook budgetketens in de huishoudelijke artikelen (bijvoorbeeld Action) timmeren aan de weg. De doelgroep is steeds minder duidelijk; ook prijsbewuste consumenten uit de hogere inkomens ('bargainers') kopen steeds vaker bij budget-detailhandel. Tegengesteld aan deze trend zien we ook een toename van winkels in het hoge segment. Hooggespecialiseerde formules proberen hierop in te spelen. Grote ketens als de Albert Heijn doen hier ook aan mee door bijvoorbeeld het assortiment uit te breiden onder noemer "Excellent".
- **Winkeltrouw:** een ander aspect van de houding van de consument is het afnemen van winkeltrouw. De consument is steeds minder vast en vasthoudend in de keuze van de winkel. Mensen bezoeken meer formules²⁵. Men wisselt op basis van prijs, aanbiedingen, assortiment, sfeer in de winkelomgeving, etc.
- **Huishoudensamenstelling:** de toenemende vergrijzing, evenals de gezinnen die in de loop der jaren kleiner zijn geworden, zorgen voor behoefte aan andere producten en assortimentssamenstellingen.

²⁵ EFMI, effecten van de prijsoorlog (2004)

- **Centrum versus periferie:** De 'oude' winkelgebieden in de dorpen en de steden krijgen steeds meer concurrentie van perifeer gelegen winkelcentra, die (per auto) gemakkelijk te bereiken zijn. In dit kader past ook de ontwikkeling van de 'factory outlets'.
- **Vergrijzing:** Door de sterke vergrijzing vormen de senioren voor de horeca als consument een doelgroep met een belangrijk toekomstperspectief. De senioren wonen in toenemende mate zelfstandig, zijn actiever en beschikken over meer geld en vrije tijd. Het is wel van belang dat ondernemingen rekening houden met de eigen wensen en verwachtingen van senioren. Het gaat hierbij onder andere om bereikbaarheid, fysieke toegankelijkheid, comfort, veiligheid, snelheid van bediening en persoonlijke aandacht.
- **Intensivering vrijetijdsbesteding:** Door de stijging van het aantal eenpersoonshuishoudens, maar ook door het groeiend aantal tweeverdieners zal de traditionele huisvrouw uit het maatschappelijk beeld verdwijnen. Het vrijetijdsgedrag wordt steeds intensiever: in korte tijd wil men zoveel mogelijk doen en zoveel mogelijk activiteiten combineren. Er is dan ook een groeiende behoefte aan totaalconcepten waarin deze elementen zijn terug te vinden en men zelf zo weinig mogelijk zaken hoeft te regelen.
- **'Nieuwe consument':** De consument is steeds moeilijker in te delen in herkenbare doelgroepen voor wat betreft sociale klasse, inkomen of regionale verschillen. De nieuwe consument zoekt op basis van leeftijd, etnische afkomst en culturele achtergronden zijn eigen 'groep' om daarmee ook deel van zijn eigen identiteit te laten zien en bevestigen.
- **Combinatiebezoek:** Het vrijetijdsaanbod in Nederland blijft uitdijen. De gangbare opvatting is dat vermaak, horeca en winkels elkaar wederzijds versterken. Uit consumentonderzoeken is gebleken dat hier wel een nuancering moet worden gegeven. Zo is de combinatie vrijetijdsvoorziening en winkels onder het publiek niet populair. Vrijetijdsactiviteiten kenmerken zich door plezier en ontspanning. Bij winkelen hoeft dit niet het geval te zijn. Veel winkelbezoeken zijn immers functioneel en doelgericht. Wel is vaak behoefte aan ondersteunende horeca.

Bijlage 3: Draagvlakanalyse

Berekening marktruimte dagelijkse artikelen in Holten				
	2007		2010 / 2015	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
Supermarkten en speciaalzaken				
<i>Aantal inwoners</i>	8.963		10.000	
<i>Besteding per hoofd</i>	2.130		2.130	
<i>Lokaal gebonden bestedingen</i>	€ 16.990.760	€ 17.754.390	€ 18.956.555	€ 19.808.535
<i>Bestedingen door toevloeiing (inclusief toerisme)</i>	€ 5.969.727	€ 6.904.485	€ 6.660.411	€ 7.703.319
<i>Bestedingen totaal</i>	€ 22.960.487	€ 24.658.875	€ 25.616.966	€ 27.511.854
<i>Aanwezig in wvo</i>	3.174 m ²		3.174 m ²	
<i>Uitbreidingsruimte in wvo</i>	179	427	567	844
Supermarkten				
<i>Aanwezig in wvo²⁶</i>	2.259 m ²		2.259 m ²	
<i>Uitbreidingsruimte in wvo</i>	251	436	541	748
Speciaalzaken				
<i>Aanwezig in wvo</i>	915 m ²		915 m ²	
<i>Uitbreidingsruimte in wvo</i>	-71	-9	26	96

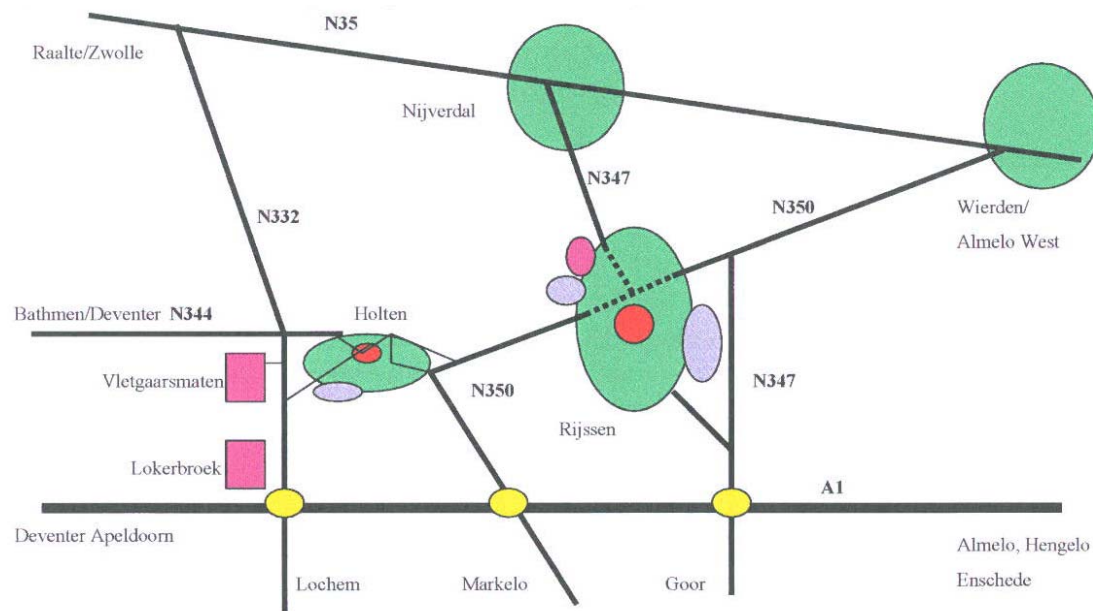
²⁶ In deze berekening is de supermarkt op het recreatiepark niet meegenomen.

Berekening marktruimte niet-dagelijkse artikelen in Holten				
	2006		2010 / 2015	
	Minimaal	Maximaal	Minimaal	Maximaal
<i>Aantal inwoners</i>	8.963		10.000	
<i>Besteding per hoofd</i>	2.402		2.402	
<i>Lokaal gebonden bestedingen</i>	€ 5.813.832	€ 8.182.430	€ 6.486.480	€ 9.129.120
<i>Bestedingen door toevloeiing (inclusief toerisme)</i>	€ 3.875.888	€ 5.454.954	€ 4.324.320	€ 6.086.080
<i>Bestedingen totaal</i>	€ 9.689.720	€ 13.637.384	€ 10.810.800	€ 15.215.200
<i>Aanwezig in vvo</i>	5.803 m ²		5.803 m ²	
<i>Uitbreidingsruimte in vvo</i>	nihil	nihil	-529	1.619

Bijlage 4: Lijst van geïnterviewden

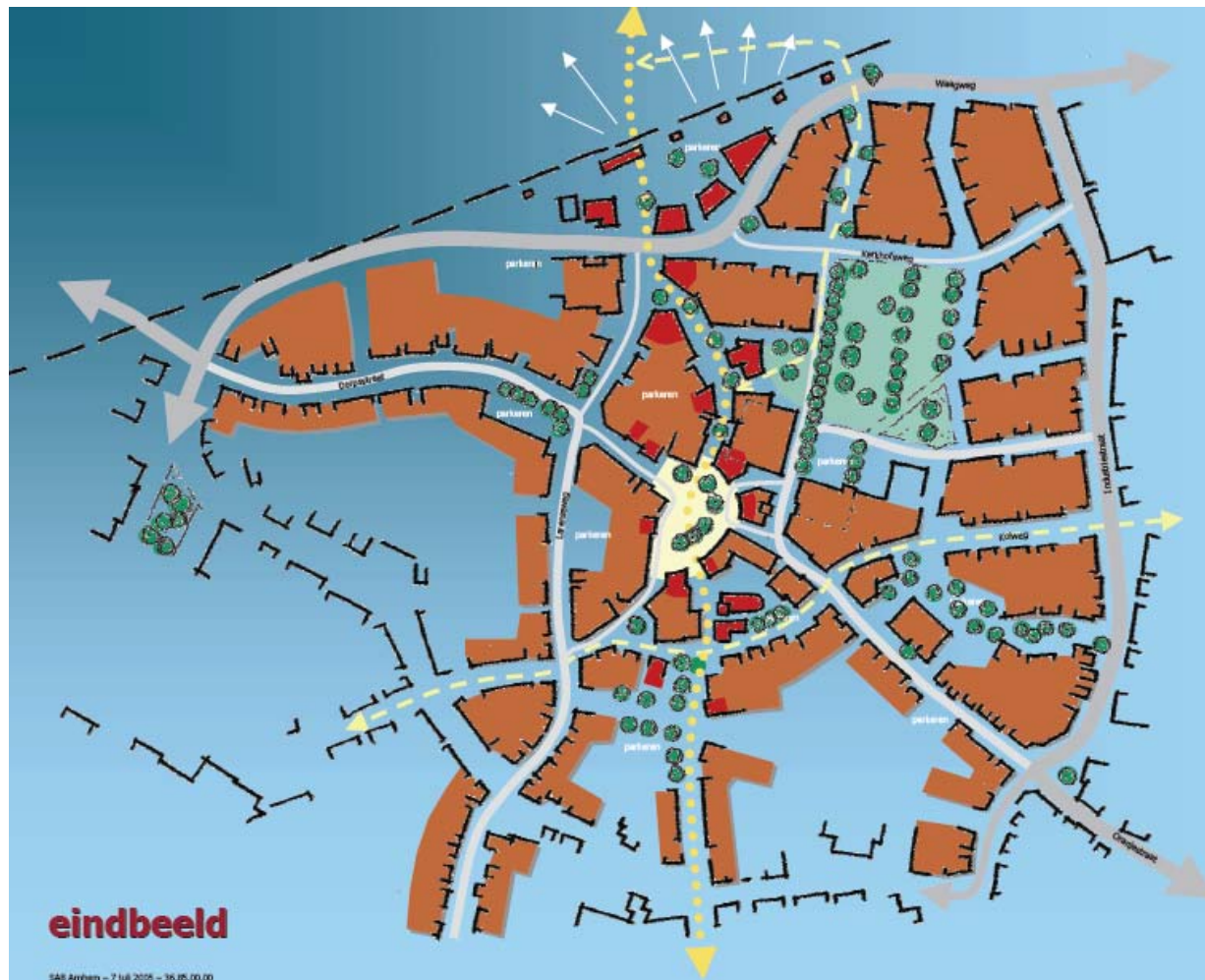
- de heer M. van de Maat, Blokker;
- mevrouw I. Nijkamp, bakker, lunchroom en ijssalon;
- mevrouw A. Dijkers, supermarkt C 1000;
- de heer J. Kamphuis, Café Klavier en snackbar Klavertje;
- de heer B. Wansink, supermarkt AH;
- de heer M. W. Drent, Kapsalon Drent;
- de heer T. Schuppert, Annemarie woninginrichting.

Bijlage 5: Verkeerstructuur Rijssen en Holten

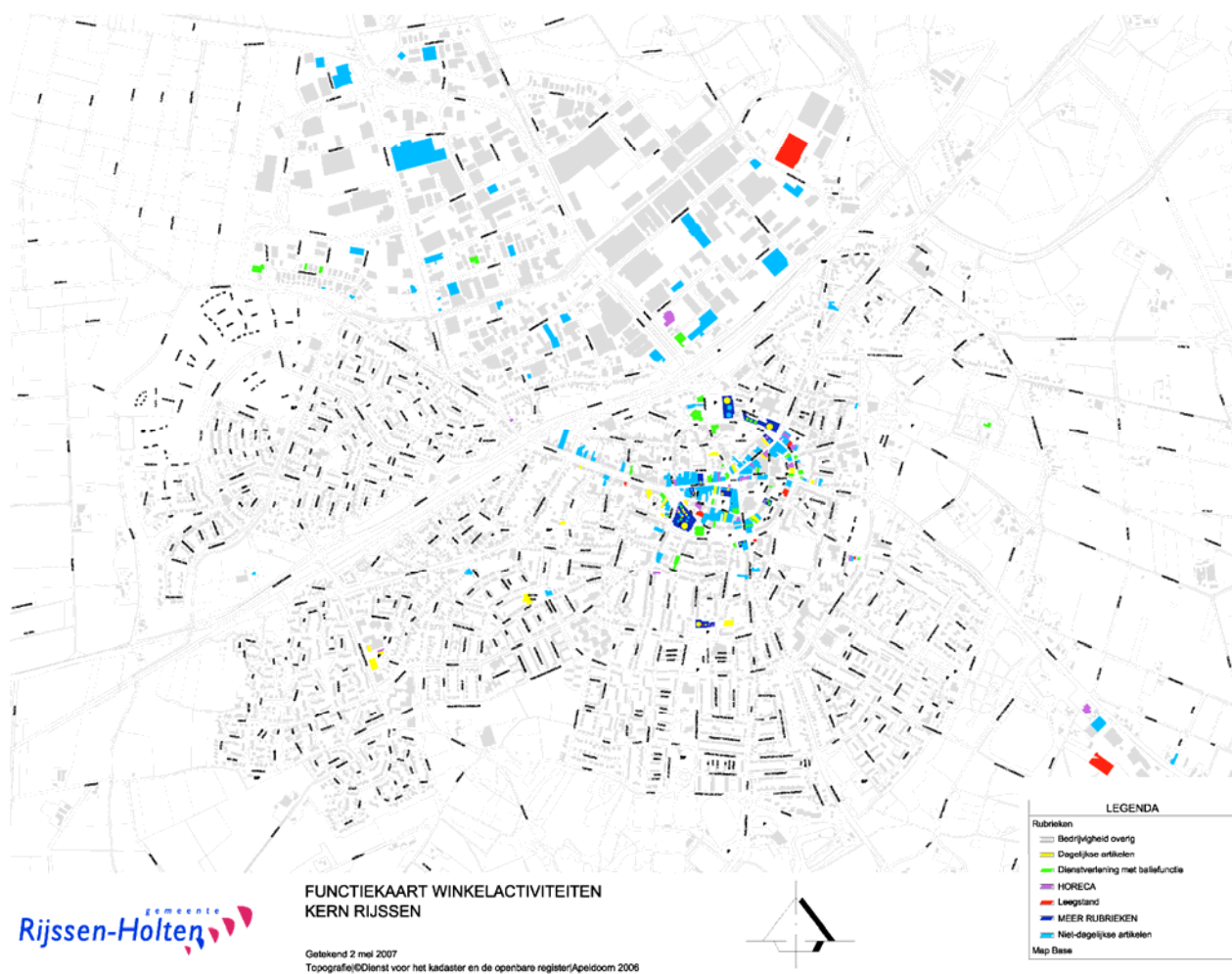


Bron: Hoe leiden we het verkeer rond Holten. Verkeerskundige analyse rondwegen Holten (DHV, 2005)

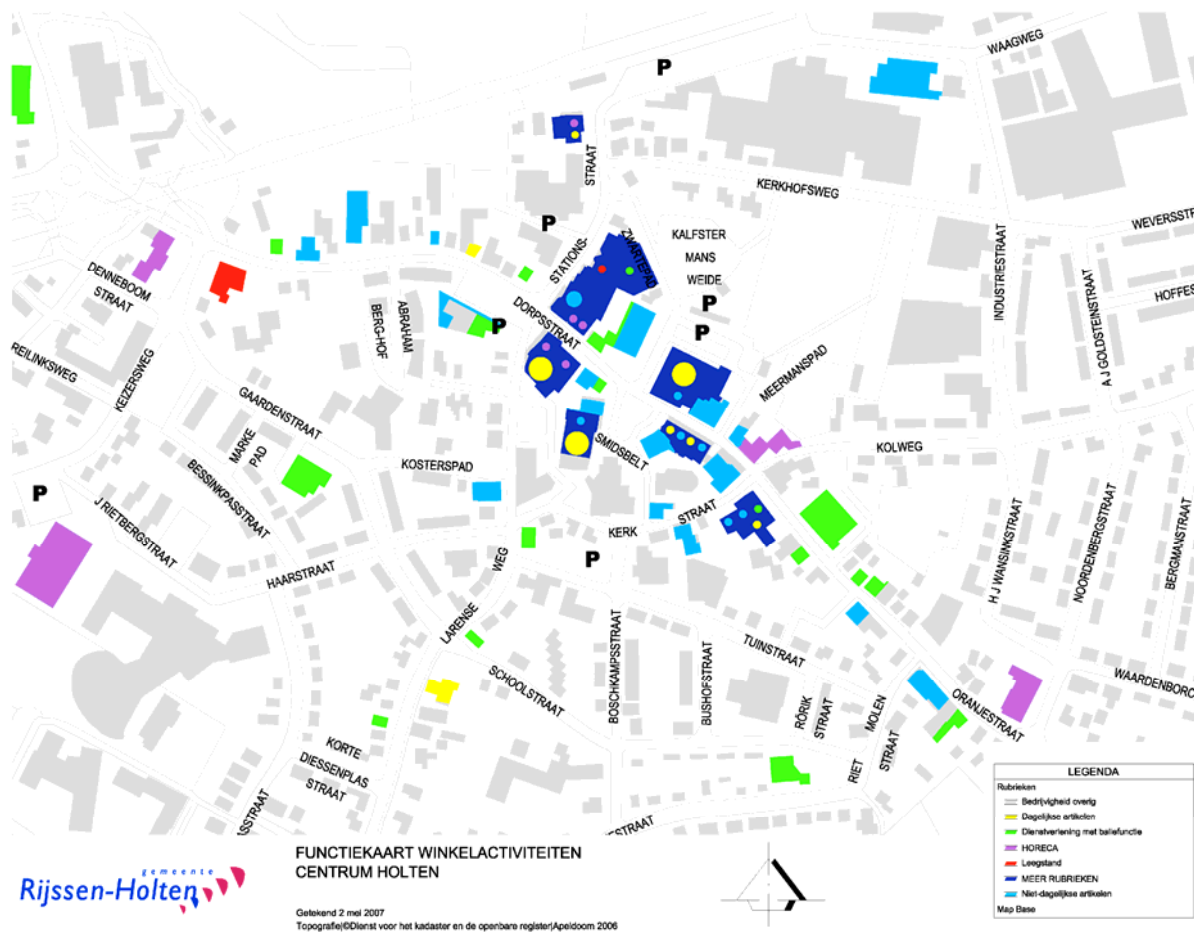
Bijlage 6: Eindbeeld structuurvisie 'Een nieuw Hart voor Holten'



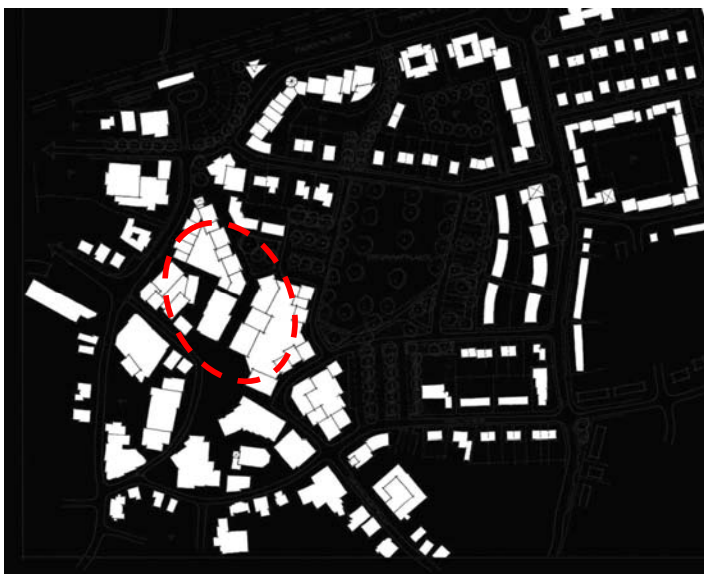
Bijlage 7: Winkelactiviteiten in Holten



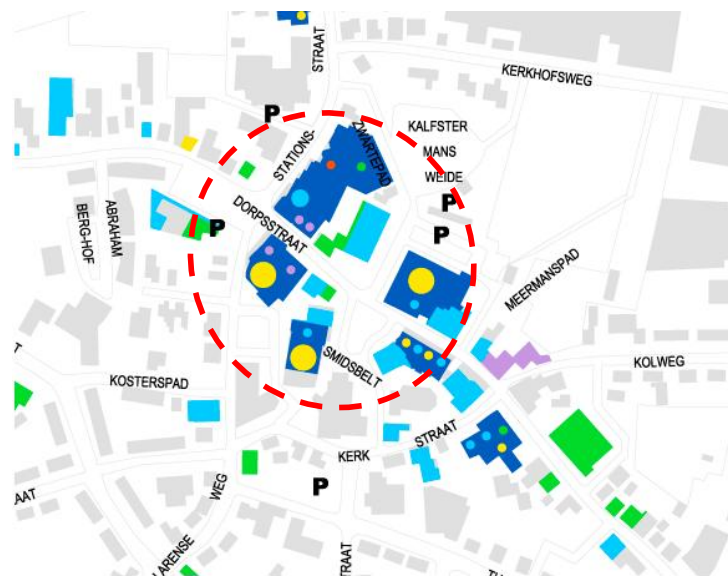
Bijlage 8: Winkelactiviteiten Holten Centrum



Bijlage 9: Definiëring centrum winkelgebied Holten



Centrumgebied in presentatie SAB



Centrumgebied in RES

Bijlage 10: Ruimtelijk economische structuur Holten centrum



Legenda

-  = kernwinkelstructuur dagelijkse sector
-  = horeca / vermaak
-  = niet dagelijkse sector recreatief
-  = aanloopgebied
-  = niet dagelijks doelgericht
-  = wonen gecombineerd met werken