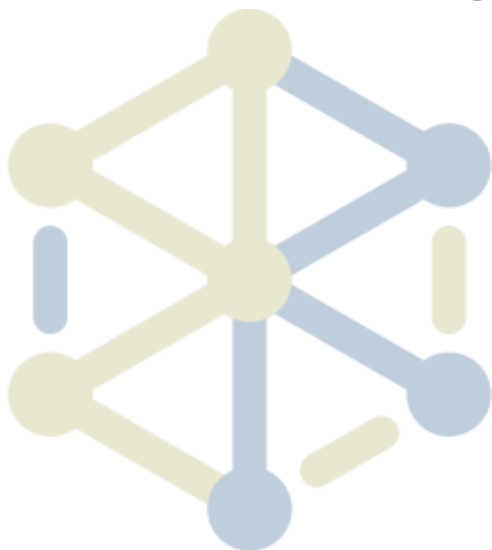


Actualisatie

Structuurvisie masterplan centrum Goor

Actualisatie Structuurvisie masterplan centrum Goor



Opdrachtgever:
Projectnummer:
Datum:

Gemeente Hof van Twente en BIZ Goor
05.23.541
22/11/2023

Adres

Telefoon

E-mail

Web

Wederik 1
9801 LX Zuidhorn
0594-528358
info@brdgadvies.nl
www.brdgadvies.nl

Inhoud

1	Inleiding	5
	1.1 Aanleiding	5
	1.2 Doelstelling	5
	1.3 Vraagstelling	6
	1.4 Leeswijzer	6
2	Demografische situatie Goor	7
	2.1 Bevolkingsgegevens en structuur	7
	2.2 Demografische ontwikkelingen	8
	2.3 Nieuwbouwplannen	9
3	Trends en ontwikkelingen	11
4	Kwantitatieve analyse	14
	4.1 Algemeen	14
	4.2 Leegstand	16
	4.3 Relevant onderzoek	17
	4.4 Distributieplanologische analyse	18
5	Kwalitatieve analyse	20
	5.1 Ruimtelijke structuur	20
	5.2 Horeca en dienstverlening	21
	5.3 Commerciële uitstraling	22
	5.4 Verkeer en parkeren	22
	5.5 Openbare ruimte en groen	23
6	Visie op het centrum van Goor	24
	6.1 Keuze voor functie centrum Goor	24
	6.2 Ruimtelijke structuur	24
	6.3 Leegstandsinvulling	27
	6.4 Verkeer, bereikbaarheid en parkeren	27
	6.5 Commerciële uitstraling en presentatie/profilering ondernemers	28
	6.6 Openbare ruimte en groen	29
	6.7 DNA profiel	29
	6.8 Subsidiekansen	29
7	Opgaven en de positie van partijen	31
	7.1 Gemeente Hof van Twente	31
	7.2 Ondernemers	31
	7.3 Vastgoedpartijen	32

Bijlage 1 - Bevolkingsontwikkeling Goor

Bijlage 2 - Demografische ontwikkelingen

Bijlage 3 - Trends en ontwikkelingen

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

Het voorzieningenniveau in de stad Goor wordt voor een belangrijk deel bepaald door het totaalaanbod aan detailhandel en horeca. Naast de eigen inwoners en inwoners uit de direct omliggende regio is het aanbod ook gericht op de bezoekers/toeristen vanuit de regio. Het totaalaanbod aan detailhandel en horeca draagt in grote mate bij aan het leefklimaat en de beleving in centra en vormt een substantieel deel van de lokale economie en werkgelegenheid.

In 2012 is door DTNP een structuurvisie masterplan centrum Goor opgesteld. Deze visie is de afgelopen periode de leidraad geweest voor de ontwikkeling van het centrum. Inmiddels zijn we ruim een decennium verder en heeft de ontwikkeling in de retail- en horeca niet stil gestaan. Ook de corona crisis heeft flink huisgehouden onder ondernemers. Desalniettemin zijn de in 2012 geconstateerde problemen voor een fors deel nog steeds dezelfde als de huidige. Zo is de verbinding tussen het Weversplein en de Grotestraat nog steeds niet optimaal, is er sprake van leegstand op cruciale plekken in het centrum en kan de overall uitstraling van het centrum, zowel voor wat betreft de panden als de openbare ruimte, nog fors verbeterd worden. De verplaatsing en nieuwbouw van de Lidl heeft geleid tot leegstand aan het Weversplein.

Op basis van de gedateerde structuurvisie masterplan centrum Goor en de huidige problematiek in het centrum van Goor heeft de gemeente Hof van Twente verzocht om een compacte, maar adequate actualisatie van de visie op Goor te maken. Deze visie dient in de samenleving en vooral bij de belangrijkste stakeholders draagvlak te hebben. Daarom dienen deze stakeholders ook vanaf het begin bij de actualisatie betrokken te worden en vormt het inventariseren van mogelijkheden voor samenwerking tussen de verschillende stakeholders een belangrijk onderdeel van dit project.

Een compacte actualisatie van de visie uit 2012 met draagvlak is voor Goor van belang, zowel om de positie als regiokern te optimaliseren als om in te kunnen spelen op vragen en initiatieven van marktpartijen (waaronder ontwikkelaars, beleggers, eigenaren en winkel- en horecaformules). De gemeente kan op basis van een actuele visie duidelijke standpunten innemen naar aanleiding van vragen uit de markt en wordt daarmee ook een transparante partij voor marktpartijen. Op basis van een afgewogen beleid ten aanzien van de functiemix kunnen marktpartijen met vertrouwen een investeringsbeslissing nemen over hun bedrijf of vastgoedobject.

1.2 Doelstelling

Het doel van het onderzoek kan als volgt worden omschreven:

“Kom tot een compacte en heldere actualisatie van de visie op het centrum van Goor met draagvlak bij de stakeholders, waarbij de verantwoordelijkheden per stakeholder worden weergegeven”.

1.3 Vraagstelling

Op basis van de door u aangeleverde informatie en het gesprek op 9 mei jl. hebben we de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

1. Welke fysieke ingrepen in het centrum zijn nodig voor een toekomstbestendige ruimtelijke economische structuur?
2. Hoe kan worden omgegaan met leegstand?
3. Op welke wijze kan worden omgegaan met eigenaren en strategische vastgoedposities?
4. Door welke maatregelen met betrekking tot het verkeer inzake routing, parkeren en bevoorrading kan het centrum van Goor beter functioneren?
5. In welke delen van het centrum is herontwikkeling of herbestemming mogelijk en gewenst?
6. Op welke wijze kan gekomen worden tot een verbetering van het gevelbeeld en de uitstraling van de ondernemingen in het centrum?
7. Hoe kan de inrichting van de openbare ruimte de positie van het centrum verder versterken, rekening houdend met plannen die al in ontwikkeling zijn (zoals voor het plein de Höfte)?
8. Op welke wijze kan het eigen karakter (het “DNA”) van de kern zo goed mogelijk worden meegenomen in alle acties?
9. Welke verantwoordelijkheden hebben de verschillende stakeholders bij de aanpak van het centrum?
10. Welke subsidiekansen kunnen mogelijk worden benut?

1.4 Leeswijzer

Deze actualisatie gaat in hoofdstuk 2 in op de demografische ontwikkelingen en in hoofdstuk 3 op belangrijke trends en ontwikkelingen. In de hoofdstukken 4 en 5 worden achtereenvolgens de kwantitatieve en de kwalitatieve analyses uitgevoerd. In hoofdstuk 4 wordt vooral gekeken naar de distributieve ruimte in Goor en in hoofdstuk 5 wordt thematisch ingegaan op de huidige kwaliteit van het centrum. Alle bevindingen worden in hoofdstuk 6 samengebracht in een actuele visie op het centrum van Goor. In hoofdstuk 7 wordt tot slot stilgestaan bij de rol van alle betrokken partijen om de visie ook uitgevoerd te krijgen.

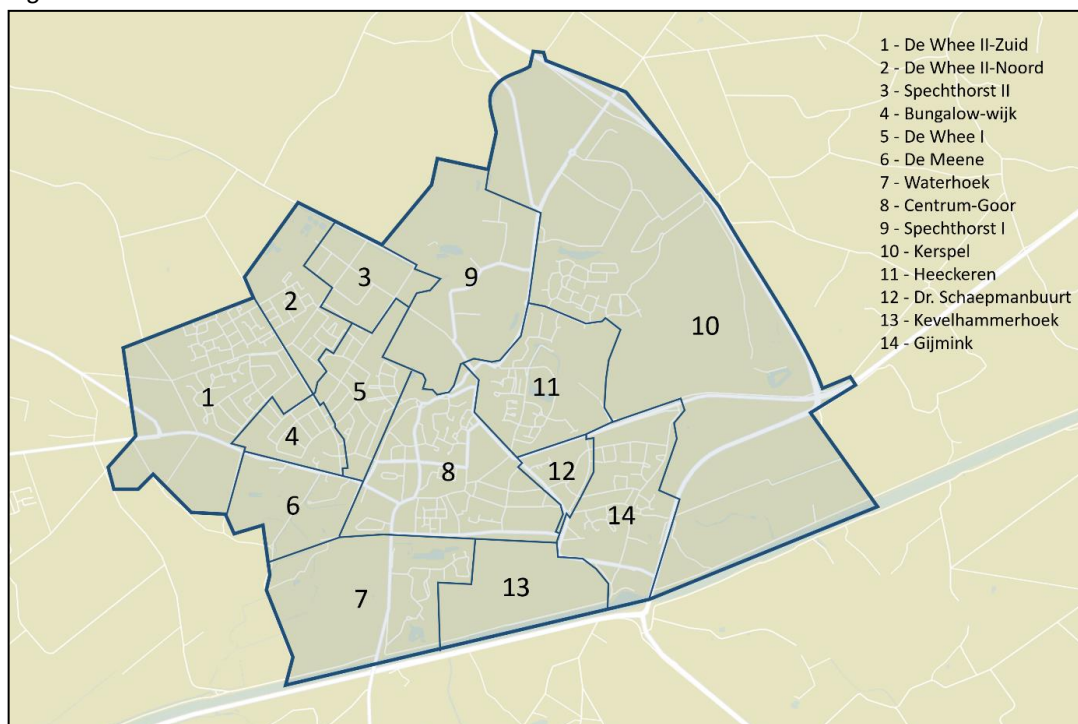
2 Demografische situatie Goor

Dit hoofdstuk gaat in op de demografische situatie van Goor. We belichten hier de huidige bevolkingsgegevens en in de bijlage wordt dieper ingegaan op de bevolkingsontwikkeling in de toekomst. Daarnaast komen demografische ontwikkelingen, zoals vergrijzing en ontgroening aan bod.

2.1 Bevolkingsgegevens en structuur

Goor is onderdeel van de gemeente Hof van Twente. De stad Goor ligt centraal in de gemeente. Het centrum van Goor werd in de Tweede Wereldoorlog deels verwoest. Een deel van het centrum (Sterbuurt) van Goor kent daardoor voornamelijk naoorlogse bebouwing. Na de Tweede Wereldoorlog is Goor aan de randen planmatig uitgebreid en zo zijn de naoorlogse uitbreidingswijken als De Whee, Heeckeren, 't Gijmink en Kewelhammerhoek ontstaan. Figuur 2.1 geeft een overzicht van de opbouw van Goor in buurten.

Figuur 2.1: Overzicht buurten Goor



Bron: BRDG Advies

De gemeente Hof van Twente telde in 2023 bijna 35.500 inwoners. In de stad Goor wonen in augustus 2023 circa 12.250 inwoners¹. Bijlage 1 gaat kort in op de bevolkingsontwikkeling in de gemeente Hof van Twente.

¹ Kerncijfers wijken en buurten (CBS Statline, 2023)

Inkomensniveau

Het inkomensniveau in de gemeente Hof van Twente was met een gemiddeld besteedbaar inkomen van € 51.600 in 2021 ongeveer 7% hoger dan het Nederlands gemiddelde van € 48.400 ².

2.2 Demografische ontwikkelingen

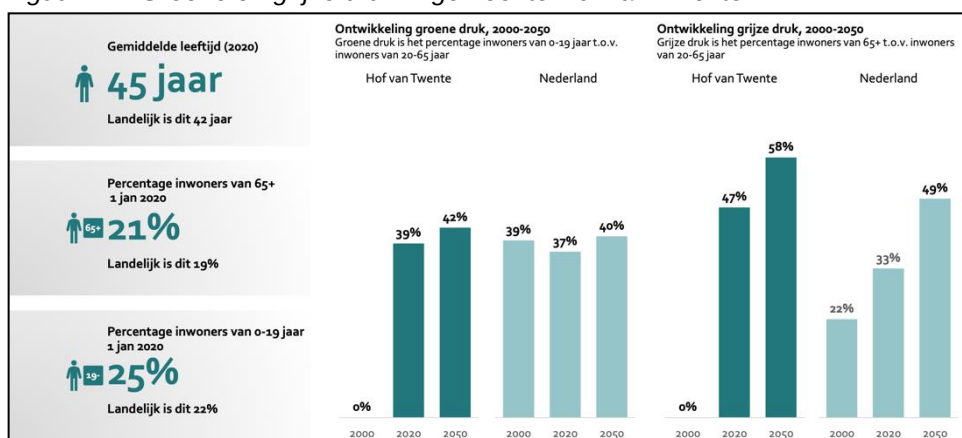
Vergrijzing en ontgroening

Nederland vergrijst nog steeds. Momenteel is de 'grijze druk' ³ in Nederland 34,4%⁴. In vergelijking met de landelijke situatie is de grijze druk in de gemeente Hof van Twente met 48,0% nu al zeer hoog⁵. De verwachting is dat deze grijze druk in Hof van Twente de komende jaren verder zal toenemen en in 2050 58% zal bedragen⁶. Dit is nog steeds erg hoog ten opzichte van de landelijke verwachting (49%).

Naast vergrijzing heeft Nederland ook te maken met ontgroening, wat betekent dat het aandeel kinderen/jongeren daalt. Momenteel is de 'groene druk'⁷ in Nederland 35,9%. In gemeente Hof van Twente bedraagt dit 37,1%. Zowel nu als in de toekomst ligt de groene druk in lijn met het landelijk gemiddelde.

Zie bijlage 2 voor een nadere toelichting op de demografische ontwikkelingen in Nederland en Goor.

Figuur 2.2: Groene en grijze druk in gemeente Hof van Twente



Bron: Gemeente in beeld: Hof van Twente (it's public, 2021)

² Inkomen van huishoudens, huishoudenskenmerken, regio (CBS, 2021) | Cijfers zijn alleen op het niveau van Hof van Twente beschikbaar.

³ De verhouding tussen het aantal personen van 65 jaar of ouder en het aantal personen van 20 tot 65 jaar. Dit cijfer geeft inzicht in de verhouding van de ouderen tot het werkende deel van de bevolking.

⁴ Bevolking; kerncijfers (CBS Statline, 2023) | alleen cijfers Hof van Twente als geheel beschikbaar.

⁵ Regionale kerncijfers Nederland (CBS Statline, 2023)

⁶ Gemeente in beeld: Hof van Twente (it's public, 2021)

⁷ De verhouding tussen het aantal personen van 0 tot 20 jaar en het aantal personen van 20 tot 65 jaar. Dit cijfer geeft inzicht in de verhouding van de jeugd tot het werkende deel van de bevolking.

2.3 Nieuwbouwplannen

Op 15 december 2021 is de Woonvisie Hof van Twente 2021-2025 vastgesteld. Hierin is het woonbeleid van de gemeente Hof van Twente voor de komende jaren vastgelegd, waaronder de stad Goor.

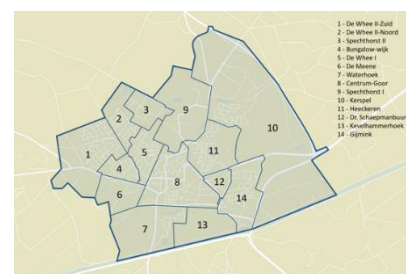
Uit de woonvisie komen enkele conclusies naar voren:

- Goor kent een stijging in het aantal huishoudens, vooral eenpersoonshuishoudens.
- Er is een daling in de leeftijdscategorie <55 jaar en een stijging in de leeftijdscategorie >55 jaar. We herkennen deze stijging vanuit de verwachtingen vanuit zowel CBS als Primos.
- Effect: de bevolkingsgroep waarin de stijging in aantal huishoudens plaatsvindt is veelal tevreden over de woonsituatie. Ze wonen in de bestaande voorraad. Deze mensen hebben (dus) in mindere mate behoefte om te verhuizen. Hierdoor stagneren de doorstromen en instromen op de woningmarkt.
- Er is behoefte aan alle woningtypen; voor starters en doorstromers. Er zal dus moeten worden voorzien in levensloopbestendige woningen om deze doorstroming te faciliteren.
- Voor Goor betekent dit dat er de komende jaren een uitbreiding van ongeveer 300 woningen ontstaat, waarvan 60% grondgebonden woningen zullen zijn, 25% appartementen en 15% flexibel.

Op dit moment zijn er 221 woningen (semi)hard gepland.

Het project Goor Op Stoom vormt de belangrijkste ontwikkeling. Op Industriegebied Spechthorst I op het terrein van de Twentsche Stoombleekerij (TSB) moeten de oude gebouwen plaatsmaken voor de nieuwe wijk Op Stoom. In dit gebied, dat 18 hectare groot is, komen wonen, werken en recreëren bijeen met een knipoog naar het industriële verleden van 't Twentse Haagje.

Figuur 2.3: Project Goor Op Stoom



Het bestemmingsplan voor de 1e fase ligt thans ter inzage. Dit bevat de realisatie van 110 woningen; 30 in de sociale huur, 55 projectmatig en de overige bouwkvavels worden uitgegeven via de kavelwachtlisjt. Op het moment van schrijven van dit rapport is nog niet duidelijk wanneer met de 1^e fase wordt gestart en wanneer deze (naar verwachting) wordt opgeleverd. Uiteindelijk moeten er 300 tot 400 nieuwe woningen herrijzen.

3 Trends en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk bespreken we kort een aantal algemene trends die direct of indirect te maken hebben met de Nederlandse winkelgebieden en winkelstructuur. Op landelijk niveau spelen trends die ook op regionaal of lokaal niveau zichtbaar zijn. Diverse trends zullen vroeg of laat gevolgen hebben voor het te voeren gemeentelijke detailhandelsbeleid. De belangrijkste trends geven we hier kort weer; bijlage 3 gaat dieper in op deze trends.

Online winkelen, daling uit 2022 stabiliseert

Het gebruik van internet voor het doen van aankopen is de afgelopen jaren flink toegenomen, en zeker in de corona tijd bracht online veel groei. Het gebruik van internet voor het doen van aankopen is in 2022 (na corona) afgenomen. In 2023 zet deze trend zich echter niet door. Nederlanders hebben in het eerste kwartaal van 2023 5% meer uitgegeven t.o.v. het eerste kwartaal van 2022. Het aantal online aankopen blijft daarbij stabiel (0%); er is dus gemiddeld meer per online aankoop besteed (+5%).

Click & collect onverminderd populair

Veel consumenten zijn teruggekeerd naar de winkelstraat, maar nieuwe bestel- en leveringsmethodes die in zwang raakten tijdens de pandemie zoals afhalen in de winkel (click & collect) en 'vandaag besteld, morgen in huis', zijn onverminderd populair.

Impact van Social Media op koopgewoonten wordt steeds belangrijker

Social media spelen een steeds grotere rol bij het beïnvloeden van consumenten beslissingen. Wat andere consumenten schrijven in reviews en wat influencers, vloggers en bloggers aanbevelen, wordt steeds belangrijker dan traditionele reclame, zoals reclamefolders.

Live winkelen nieuwe trend?

Livestream shopping of live winkelen is het promoten en verkopen van producten via livestreams op digitale platforms. Vaak worden influencers ingezet om tegen een commissie producten aan te prijzen. Kijkers kunnen in realtime vragen stellen en ter plekke hun aankopen doen. Live shopping is al een aantal jaar een groot succes in China en het begint nu ook zijn weg te vinden naar de rest van de wereld.

Fysieke winkelstraat weer in trek

Webwinkels hadden door de coronacrisis de wind in de zeilen. Ook al is het online winkelen niet meer weg te denken; veel consumenten geven er nog steeds (of beter gezegd steeds meer) de voorkeur aan om persoonlijk te shoppen. Mensen gaan weer vaker naar fysieke winkels en kiezen dan vooral lokaal. Dit kan ook ten dele komen door de dalende koopkracht. Retailers moeten hierop inspelen en vooruitplannen om aan de behoeften van hun klanten te voldoen.

Schaalvergroting bij supermarkten

De behoefte aan schaalvergroting in de supermarktbranche is al decennia gaande en blijft ook de komende jaren aanwezig. Consumenten hebben tegenwoordig toenemende eisen en verwachten een completer assortiment. Ook in Goor heeft de schaalvergroting van supermarkten, onder andere bij Jumbo en Lidl, de afgelopen jaren plaatsgevonden.

Branchevervaging en blurringtrend zet door

Sterk samenhangend met de schaalvergroting is de trend van de branchevervaging. Winkels verbreden hun assortiment om de consument meer te kunnen bieden. 'Blurring' ontstaat wanneer diverse sectoren zich met elkaar mengen, en de grenzen tussen horeca, retail en cultuur vervagen.

Deze trend zet zich in 2023 verder door. De Nederlandse regering noemde het concept zelfs in haar regeerakkoord, waarmee het voor retailers een interessante bijverdienste kan betekenen.

Duurzaamheid wordt steeds belangrijker bij aankoopbeslissing

Duurzaamheid is al sinds enkele jaren een prioriteit, zowel voor retailers als consumenten. Dat zal ook in 2023 zo blijven. We verwachten dat retailers hun initiatieven op het gebied van duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen blijven verbeteren.

Van bezit naar gebruik

De consument koopt in de toekomst steeds meer contracten (diensten) en steeds minder producten. Bezit van het product is niet noodzakelijk om het te gebruiken. Autoleasecontracten, het huren van ski's of een abonnement op Spotify zijn bekende voorbeelden. Daarnaast is een deeleconomie ontstaan waarin consumenten onderling producten uitlenen en in toenemende mate verhuren aan elkaar.

Van transactie naar attractie

De functie van de winkel zal deels veranderen van een plek waar de transactie plaatsvindt in een plek waar attractie plaatsvindt. Een plek met een sterke aantrekkingskracht waar consumenten graag komen. In de meest ultieme vorm zijn winkels plekken waar helemaal geen transacties plaats hoeven te vinden.

De fysieke winkelomgeving wordt een plek waar retailers een verbinding aangaan met de klant. Die gaat veel verder dan de uitruil van geld tegen producten of diensten. In de toekomst draait het om ervaringen en het creëren van herinneringen, dit kan op allerlei manieren. De factor mens wordt steeds belangrijker.

Consolidatie supermarkten

Net als de afgelopen jaren zet de consolidatietrend naar waarin supermarktformules worden overgenomen of gaan fuseren door. Alleen al dit en afgelopen jaar verdwenen op die manier de supermarktformules Deen, COOP en Jan Linders. Een verdere reorganisatie van de branche is niet ondenkbaar en heeft gevolgen voor de supermarktstructuur in bestaande winkelgebieden.

Personeelstekort belemmert groei en leidt tot maatregelen retailers

In het tweede kwartaal van 2022 is de krapte op de arbeidsmarkt zo hard opgelopen dat alle beroepsgroepen een tekort aan personeel hebben, zo meldt het UWV. Het aantal vacatures groeide met 44%. Daarnaast waren er aanmerkelijk minder mensen om deze vacatures in te vullen. Al met al was de arbeidskrapte in het tweede kwartaal van 2022 twee keer zo groot als een jaar eerder.

Retailers zijn steeds vaker genoodzaakt ingrijpende maatregelen te nemen vanwege het tekort aan personeel. Openingstijden worden versoerd, koopavonden zijn (tijdelijk) afgeschaft en filialen sluiten noodgedwongen voor halve of hele dagen de deuren. Dat heeft ook gevolgen voor de aantrekkelijkheid van het winkelgebied en de uitstraling naar consumenten.

Druk op het exploitatiemodel en onzekere tijden om te ondernemen

Het wordt voor winkeliers een steeds grotere uitdaging om het verdienmodel in stand te houden. Door de eerdergenoemde krapte op de arbeidsmarkt en het kabinetsplan om de minimumlonen met 10% te verhogen, nemen de loonkosten aanzienlijk toe. Daarnaast nemen de inkooprijzen nog steeds toe en hebben ondernemers te maken met stijgende huren en toenemende kosten voor energie, transport en verpakkingsmaterialen. Er blijft daardoor steeds minder marge over. Deze kostenstijgingen kunnen niet zomaar aan consumenten doorberekend worden. Exploitaties komen daardoor onder druk te staan. Ingeval er onvoldoende weerstandsvermogen bij de ondernemer is, leidt dit tot (gedwongen) bedrijfsbeëindiging.

Opvolgingsproblematiek

De vergrijzing onder Mkb'ers stijgt en de komende jaren bereiken veel ondernemers de pensioengerechtigde leeftijd. De opvolging van het bedrijf is echter vaak een probleem. Opvolgers zijn nauwelijks te vinden. En als die al gevonden kunnen worden is het exploitatiemodel voor starters vaak niet rendabel te maken. Enerzijds omdat de exploitatiekosten hoger liggen, anderzijds omdat de banken zware voorwaarden stellen aan het financieren. In grotere kernen komt wellicht een filiaalbedrijf in het pand, maar in kleinere kernen met een beperkt draagvlak en op minder goede locaties ontstaat vaker leegstand.

Leegstand daalt, functiewijziging stijgt

Onder andere als gevolg van de economische crisis, de stijgende kosten, het teruglopende verdienmodel en de ontwikkeling van het online winkelen zou je verwachten dat de leegstand toeneemt. In 2023 is er echter sprake van een daling van de leegstand. De functiewijziging is daarin de hoofdoorzaak; veel winkelpanden hebben in 2022 een andere functie gekregen.

Tabaksverkoop

De rijksoverheid heeft per 1 januari 2024, met als doel het roken te ontmoedigen, verboden om nog tabak te verkopen in supermarkten en alle horeca instellingen. Vanaf 2030 mag tabak alleen nog maar verkocht worden in gemaks- en speciaalzaken en vanaf 2032 alleen nog maar in speciaalzaken. De consequentie van dit beleid is dat een aantal supermarkten speciale winkels beginnen, maar dat anderen de verkoop volledig stopzetten. De komende jaren kunnen door dit beleid vooral de gemakszaken nog extra omzet genereren.

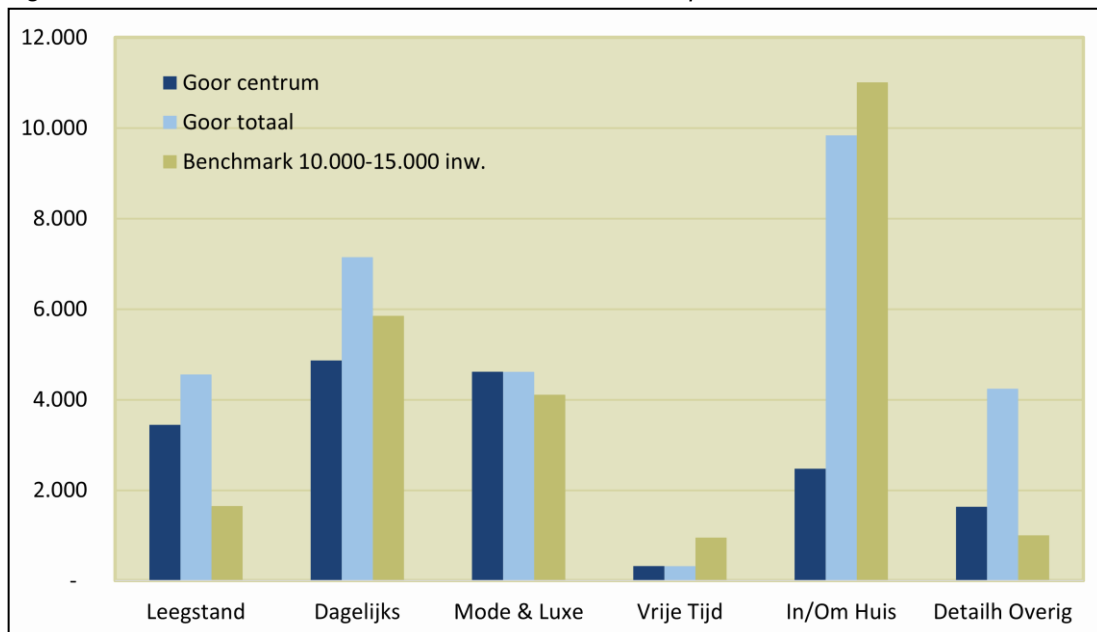
4 Kwantitatieve analyse

4.1 Algemeen

In Goor is in totaal 30.734 m² winkelvloeroppervlak (WVO) aan detailhandel aanwezig (inclusief leegstand), verdeeld over 86 verkooppunten (VKP). Hiervan liggen 68 verkooppunten in het centrumgebied; deze zijn goed voor 17.359 m² WVO.

In figuur 4.1 is een overzicht van het winkelaanbod in de detailhandel in het centrum van Goor te zien (gemeten in m² WVO). Dit is vervolgens afgezet tegenover een landelijke benchmark van plaatsen in Nederland (105 plaatsen) met een vergelijkbaar aantal inwoners. Omdat binnen Goor een deel van de detailhandelsactiviteiten buiten het centrum gevestigd is, kijken we zowel naar het centrum als naar Goor als geheel.

Figuur 4.1: Detailhandelsaanbod in Goor en in benchmarkplaatsen, in m² WVO



Bron: Locatus 2023, bewerking door BRDG Advies

Wat opvalt:

- Er is verhoudingsgewijs veel m² leegstand in Goor ten opzichte van de benchmark.
- In de dagelijkse sector zijn relatief gezien veel meters aanwezig; met name de hoge concentratie supermarkten in/tegen het centrum (in combinatie met de grootte van deze winkels) is hier de oorzaak van.
- In de groep 'Vrije Tijd' zijn juist relatief gezien weinig meters aanwezig.
- Aanbod in de groep 'In/Om Huis' is voornamelijk buiten het centrum te vinden.
- In Goor is het aanbod in de groep 'Detailhandel Overig' aanzienlijk groter dan in de benchmark plaatsen. Met name twee grote kringloopwinkels aan de DJ Bunschotenstraat en Wijnkamp hebben hier invloed op.

Detailhandel buiten het centrum van Goor

Aan de rand van het centrum van Goor in buurt De Whee I neemt de van Kollaan een belangrijke positie in. Hier zijn op 2.223 m² WVO een prominente Jumbo supermarkt, Gall&Gall slijterij en Etos drogisterij gevestigd.

Naast de van Kollaan zijn er twee andere locaties in Goor waar retail activiteiten plaatsvinden: Spechthorst I en Kerspel, zie tabel 4.1. In Spechthorst I zijn het de Hubo bouwmarkt en de kringloopwinkel die het grootste deel van de meters beslaan. In Kerspel zijn het de Karwei bouwmarkt en rijwielhandel Morsink die de meters invullen. Deze verklaren de grote afwijking in m² WVO tussen het centrum en totaal Goor.

Tabel 4.1: Detailhandel buiten centrum Goor

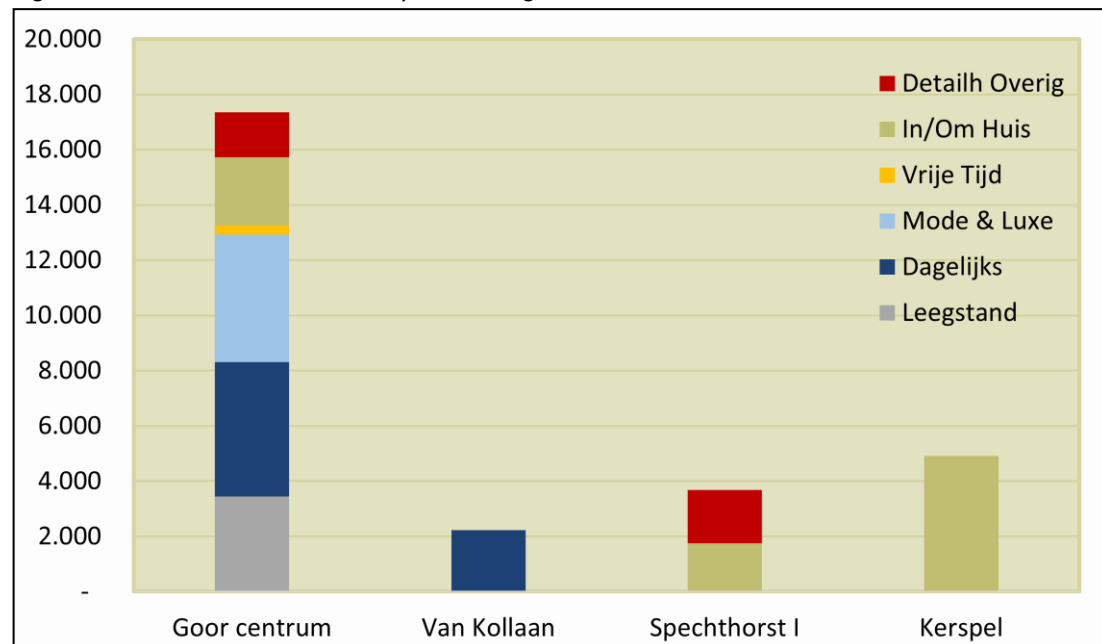
Gebied	Aantal	m ² WVO
<i>Wijk Goor</i> Buurt: Industriegebied Spechthorst	5	3.678
<i>Wijk De Whee II</i> Buurt: Kerspel	3	4.914

Bron: Locatus 2023, bewerking door BRDG Advies

Gevarieerd aanbod binnen het centrum van Goor

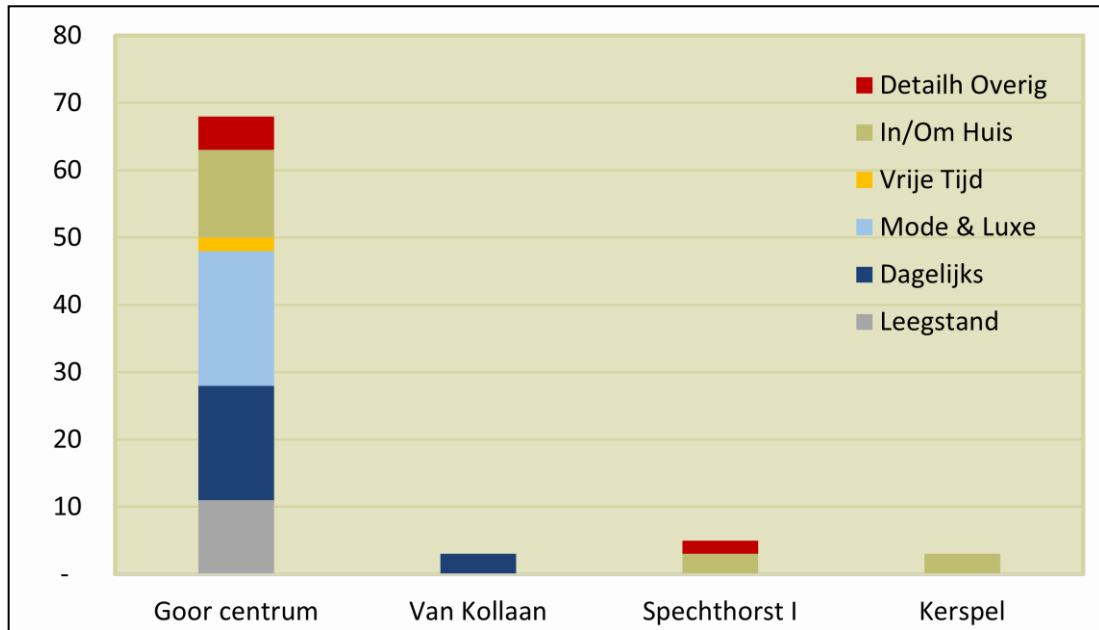
Uit figuur 4.2 komt duidelijk naar voren dat het centrale deel van Goor een gevarieerd aanbod heeft in de verschillende groepen. Buiten het centrum neemt de van Kollaan een belangrijke positie in als aanbieder van dagelijkse boodschappen, terwijl de grootschalige activiteiten buiten het centrum hoofdzakelijk gericht zijn op In/Om Huis.

Figuur 4.2: Detailhandelsaanbod per winkelgebied, in m² WVO



Bron: Locatus 2023, bewerking door BRDG Advies

Figuur 4.3: Detailhandelsaanbod per winkelgebied, in aantal VKP



Bron: Locatus 2023, bewerking door BRDG Advies

4.2 Leegstand

Het aantal winkelmeters dat leegstaat in Goor is significant (4.558 m²). In Goor als geheel stond per 1 januari 2023 11,9% van het aantal meters leeg. Het percentage verkooppunten dat leeg stond is 7,5%. Het betreft in totaal 12 panden. Het is met name het centrum waar veel panden leeg staan (11 in totaal). Hier ligt het leegstandspercentage op 15,7% voor het aantal meters WVO en op 10% voor het aantal verkooppunten.

Tabel 4.2: Leegstandspercentages

O.b.v.	Totaal Goor	W.v. centrum Goor
Winkelvloeroppervlakte (m ²)	11,9%	15,7%
Verkooppunten	7,5%	10,0%

Bron: Locatus 2023, bewerking door BRDG Advies

8 van de 11 leegstaande panden in het centrum liggen aan de Grotestraat, vooral aan het begin en aan het einde van deze straat. Dit duidt erop dat het centrum langzaam maar zeker compacter aan het worden is.

Als we kijken naar de aard van de leegstand in het centrum dan staat de helft van de panden maximaal 1 jaar leeg (aanvang/frictie) en betreft de andere helft structurele leegstand (3 of meerdere achtereenvolgende jaren). De locatie buiten het centrum betreft de voormalige EMTE-supermarkt in de Whee welke eerst onder eigen naam is geëxploiteerd en sinds eind 2019 leeg staat.

Tabel 4.3: Aantal leegstaande panden per type leegstand

Type leegstand	Totaal Goor	W.v. centrum Goor
Aanvang / Frictie	5	5
Langdurig	1	1
Structureel	6	5
Totaal	12	11

Bron: Locatus 2023, bewerking door BRDG Advies

4.3 Relevant onderzoek

Voor deze detailhandelsvisie is het koopstromenonderzoek uit 2019 relevant⁸. In deze paragraaf wordt de kern uit dit onderzoek samengevat. Voor de uitvoerige uitkomsten verwijzen we naar de oorspronkelijke rapportage.

In 2019 is een grootschalig koopstromenonderzoek uitgevoerd in de regio Oost-Nederland. In totaal deden 53 gemeenten uit de provincies Drenthe, Flevoland, Overijssel en Gelderland mee, waaronder ook gemeente Hof van Twente. Binnen de gemeente Hof van Twente is een aantal kwantitatieve detailinzichten aanwezig over het winkelaanbod en de herkomst en binding van de omzet in Goor.

Hoewel het onderzoek enigszins gedateerd lijkt, is er wel een aantal belangrijke conclusies uit te halen. Het is daarbij van belang om op te merken dat het onderzoek vóór de coronacrisis heeft plaatsgevonden. Het veranderde bestedingspatroon van de consument veroorzaakt door de crisis is hierbij dus nog niet meegenomen. Dit najaar wordt er een nieuw koopstromenonderzoek uitgevoerd waarvan de resultaten begin 2024 gepubliceerd zullen worden. Het is goed om dan de conclusies uit het eerdere onderzoek hiermee te vergelijken.

De koopkrachtbinding in de kern Goor lag in 2019 met 94% in de dagelijkse sector op een bovengemiddeld niveau. Vrij vertaald: van alle bestedingen aan dagelijkse artikelen door inwoners van de kern Goor wordt 94% binnen de eigen kern gedaan.

95% van de omzet aan dagelijkse artikelen in het centrum van Goor is afkomstig uit de eigen gemeente. Ook plaatsen rondom Goor, binnen gemeente Hof van Twente, doen veel van hun dagelijkse aankopen in het centrum van Goor (waar drie van de vier supermarkten zijn gevestigd). Plaatsen als Markelo, Diepenheim en Hengevelde hebben een beperkter supermarktaanbod, waardoor Goor een relatief grote trekkracht heeft. Ook uit naastgelegen gemeenten Rijssen-Holten en Wierden komen consumenten voor dagelijkse aankopen naar het centrum van Goor.

In de niet-dagelijkse sector ligt de binding met 35% laag in vergelijking tot de benchmarkgroep. Vrij vertaald: van alle bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen door inwoners van de kern Goor wordt 35% binnen de eigen kern gedaan. De nabijheid van met name Hengelo en in mindere mate Enschede en Rijssen - allen met een groot en divers niet-dagelijks aanbod - is één van de verklaringen voor de lage binding in de niet-dagelijkse sector. Een aanzienlijk deel van de inwoners van Goor gaat voor niet-dagelijkse aankopen dus naar andere plaatsen.

⁸ Koopstromen Oost-Nederland 2019 (I&O Research, mei 2020)

Het valt op dat er nauwelijks sprake is van toevloeiing van toeristen en van klanten uit Duitsland. Er zijn in het centrum van Goor onvoldoende trekkers aanwezig die het voor deze laatste groep interessant maakt om Goor te bezoeken.

4.4 Distributieplanologische analyse

Bij een distributieplanologische analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod.

De vraagzijde wordt bepaald door:

- De **omzet van winkels** per hoofd van bevolking;
- De omvang van het verzorgingsgebied (**aantal inwoners**);
- De mate waarin inwoners hun aankopen doen in het betreffende gebied (**koopkrachtbinding**);
- De mate waarin omzet van elders toevloeit (**koopkrachttoevloeiing**).

Aan de aanbodzijde spelen de volgende factoren een rol:

- De omvang van het aanbod (**vierkante meter winkelvloeroppervlak**);
- De benodigde omzet per vierkante meter (**vloerproductiviteit**).

Bij de analyse maken we onderscheid tussen de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Voor de berekening gaan we uit van de inwonergegevens zoals die in hoofdstuk 2 zijn weergegeven. Ook maken we voor de percentages voor koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing gebruik van de uitkomsten van het koopstromenonderzoek Oost-Nederland uit 2019. Voor de cijfers van omzet per hoofd en vloerproductiviteit is uitgegaan van de meest recente gegevens van onderzoek van Panteia⁹, dat op basis van gegevens van Locatus en het CBS deze gegevens jaarlijks verstrekt. De omzetgegevens per hoofd zijn gecorrigeerd voor het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Hof van Twente.

Wat is vloerproductiviteit?

Het hier gebruikte concept vloerproductiviteit is een maatstaf voor een 'gezonde' omzet per m² winkelloppervlak, die de totale exploitatie (o.a. inkoop, bedrijfs-, personeels-, marketing- en huisvestingskosten en winst uit onderneming) kan dekken. De weergegeven 'gezonde' vloerproductiviteit is een landelijk gemiddelde. Deze hebben we in de niet-dagelijkse sector toegespitst op het specifieke aanbod in Goor. De (benodigde) vloerproductiviteit verschilt per regio en per branche.

⁹ Omzetkengetallen 2022 (Panteia, 2023)

Tabel 4.4: Distributieplanologische berekening

Goor	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd	€ 2.795	€ 2.306
Inwoners	12.250	12.250
Koopkrachtbinding (%)	94%	35%
Omzet verzorgingsgebied	€ 32.184.577	€ 9.886.989
Koopkrachttoevloeiing (%)	30%	38%
Omzet toevloeiing	€ 13.793.390	€ 6.059.768
Totale omzet	€ 45.977.968	€ 15.946.757
Vloerproductiviteit	€ 8.025	€ 1.773
Potentieel winkelaanbod (m ²)	5.729	8.993
Aanwezig winkelaanbod (m ²)	7.148	19.028
Marktruimte	-1.419	-10.035

Op basis van de berekening kunnen we een aantal conclusies trekken:

- In de dagelijkse sector is er theoretisch gezien ruimte in de markt voor circa 5.700 m². Op dit moment is er ruim 7.100 m² ingevuld, en is er dus sprake van een overschot van 1.400 m² aan winkels in de dagelijkse sector (supermarkten, vers zaken, drogisterijen). Het overschot aan m² in de dagelijkse sector valt te verklaren door de aanwezigheid van een grote, dominante Jumbo aan de van Kollaan, de onlangs gereleceerde Lidl en de Albert Heijn aan het Weversplein. Op basis van de distributieve berekening is er in de huidige markt alleen ruimte voor kwalitatieve groei van bestaande aanbieders en geen ruimte voor nieuwe dagelijkse aanbieders.
- De niet-dagelijkse sector laat een vergelijkbaar, maar extremer beeld zien. Ook hier komt uit de berekening een theoretisch overschot naar voren, namelijk van 10.000 m². Binnen de niet-dagelijkse sector vallen met name drie grote kringloopwinkels op. Deze kringloopwinkels (D.J. Bunschotenstraat, Wijnkamp en Deldensestraat) zijn goed voor 3.649 m². Daarnaast hebben de ruime afmetingen van de Karwei en Morsink in de wijk Kerspel (in totaal bijna 5.000 m²) behoorlijk veel invloed op de cijfers.
- Overall is er binnen dagelijks en niet-dagelijks sprake van een overschot van ongeveer 11.500 m². Naast dit theoretische overschot aan meters, staat er ook nog circa 4.500 m² leeg in Goor. Dit betekent dat er nog eens extra meters - hoewel niet ingevuld met winkels - bij het aanbod opkomen.
- Op basis van de distributieplanologische analyse en de leegstandssituatie, concluderen we dat er een aanzienlijk overschot aan winkelmeters is in Goor. Het is op basis van de berekening niet aan te raden om zonder meer extra winkelmeters toe te voegen, omdat er zodoende een groter overschot zal ontstaan. Zeker gezien de lichte bevolkingsafname, de toename van het online winkelen en enkele andere ontwikkelingen binnen de detailhandel, is het mogelijk dat het aanbod in de toekomst verder van de vraag komt te staan.

5 Kwalitatieve analyse

5.1 Ruimtelijke structuur

In de structuurvisie Masterplan centrum Goor werd reeds geconstateerd dat de spreiding van winkels en overige voorzieningen opvallend groot is. Deze constatering is nog steeds van kracht in 2023. Door de relocatie van de Lidl en de forse vergroting van de Jumbo met Etos en Gall&Gall is de spreiding feitelijk verder opgerekt. De Lidl supermarkt ligt in de schil van het centrum, maar functioneert als een solitaire supermarkt. De ligging van de parkeerplaats en het ontbreken van goede zichtlijnen en looproutes maakt dat er geen sprake is van aankopen in de directe omgeving van de huidige Lidl. De sterk vergrote en zeer moderne Jumbo draagt evenmin bij aan een sterker centrum van Goor. Een fors deel van de bestedingen in de dagelijkse sector vindt momenteel buiten het centrum plaats.



Ook de kracht van het Weversplein is door het vertrek van de Lidl afgenomen. De achtergebleven supermarkten, de Aldi en de AH vullen elkaar qua marktsegment goed aan, maar hebben beiden een impuls nodig. De Aldi supermarkt is verouderd, kent een beperkt aantal winkelmeters en heeft een zeer matige aantrekkingskracht. De AH is als grote service supermarkt teveel “weggestopt” in de hoek van het Weversplein en profileert zich te weinig.



Bovendien is de leegstandssituatie in de afgelopen periode niet verbeterd. Het vertrek van de Lidl heeft de leegstand aan het Weversplein fors vergroot. Ook in het westelijke deel van de Grotestraat is leegstand dominant aanwezig. Op beide locaties doet de leegstand afbreuk aan de omgeving.

De relatie tussen het Weversplein en de Grotestraat is nog niet verbeterd ten opzichte van ruim tien jaar geleden. De looproutes zijn nog steeds onaantrekkelijk.



5.2 Horeca en dienstverlening

Het belang van overige functies, naast detailhandel, wordt voor het functioneren van centra steeds belangrijker. Hierbij zijn vooral de functies horeca en publieke dienstverlening van groot belang. Deze functies kunnen het functioneren van centra direct versterken en consumenten van buiten het primaire verzorgingsgebied aantrekken. Bovendien wordt door deze functies de verblijfsduur, en daarmee het bestedingsniveau verhoogd.



Het huidige aanbod aan horecagelegenheden in het centrum van Goor oogt redelijk gedateerd, richt zich veelal op dezelfde consument en profileert zich maar matig. De openingstijden van de ondersteunende daghoreca zijn ook niet gelijk aan de winkelopeningstijden.

De overige publieksverzorgende dienstverlenende functies ondersteunen het centrum eveneens niet optimaal. De bibliotheek met horecavoorziening is naar binnen gericht, terwijl de ligging aan het centrale deel van de Grotestraat ook mogelijkheden biedt voor een extern gerichte profilering. Het politiebureau vormt meer een barrière dan een toevoeging aan het centrum.

5.3 Commerciële uitstraling

De afgelopen periode zijn, onder andere met behulp van een gemeentelijke stimuleringsregeling, enkele panden in het centrum opgeknapt. Desondanks blijft het overall beeld met betrekking tot de commerciële uitstraling van het centrum matig. De presentatie en profilering van de ondernemingen kan op veel plekken nog sterk verbeterd worden. Het algehele beeld is rommelig en op sommige plekken gedateerd. Hierin is, ondanks advies in de eerdere onderzoeken, de afgelopen jaren nauwelijks ontwikkeling geweest. De commerciële uitstraling van het centrum als geheel is hierdoor op dit moment matig. Als de uitingen van de BIZ met bloembakken en banieren in het centrum er niet zouden zijn, dan zou het centrum zeer armoedig ogen. De leegstand in combinatie met de matige commerciële uitstraling komt het centrum niet ten goede.



5.4 Verkeer en parkeren

Bevoorrading, bereikbaarheid en parkeren zijn belangrijke randvoorwaarden voor het functioneren van centra. Verkeer kan daarentegen ook een belemmerende factor zijn voor het functioneren van centra. Een doorgaande route in een centrum zonder parkeerplekken heeft dan ook eerder een blokkerende dan een stimulerende werking voor een centrum. Een automobilist is namelijk pas een consument nadat hij uit de auto is gestapt. De wijze waarop met verkeer in centra kan worden omgegaan hangt ook sterk af van het profiel van een centrum. Voor Goor geldt dat er een duidelijk verschil is tussen de toekomstige functie als boodschappencentrum of als boodschappencentrum plus (met doelgerichte aankopen in de niet-dagelijkse sector en ondersteunende horeca).



Voor een aantal onderdelen van de bereikbaarheid en het parkeren constateren we het volgende:

- de huidige aanrijroutes naar het centrum zijn niet altijd logisch en duidelijk, waardoor de vindbaarheid van het centrum voor mensen uit het secundaire verzorgingsgebied en toeristen en recreanten lastig is;
- de koppeling van parkeerplekken, de parkeerrouting, is voor verbetering vatbaar;
- het aantal parkeerplaatsen lijkt voldoende.

5.5 Openbare ruimte en groen

In de afgelopen periode is door een herinrichting van een deel van de openbare ruimte in het centrum de kwaliteit van de openbare ruimte verbeterd. Dit komt vooral door de toepassing van duurzame gebakken klinkers, lijnwaterafvoer en natuursteenelementen in de Grotestraat. Het centrum van Goor oogt op dit moment echter nog erg stenig. De koppeling van het centrum met de parkeerplaatsen wordt onvoldoende door de inrichting van de openbare ruimte ondersteund. Bovendien ontbreekt het aan groen in grote delen van het centrum. Meer groen in het centrum verbetert de kwaliteit van de openbare ruimte en draagt bij aan een natuurlijke verbinding in het centrum.



6 Visie op het centrum van Goor

6.1 Keuze voor functie centrum Goor

In de vorige hoofdstukken is ingegaan op de trends en ontwikkelingen in de detailhandel, de distributieve ruimte in Goor voor diverse functies en de huidige situatie van het centrum. Bij de actualisatie van de visie op het centrum is een aantal uitgangspunten van groot belang. Het gaat hierbij achtereenvolgens om:

- Er is geen ruimte voor kwantitatieve groei van winkelmeters, tenzij het gaat om een kwalitatieve verbetering/versterking van het centrum;
- De huidige ruimtelijke kwaliteit dient verbeterd te worden waarbij een compact centrum uitgangspunt is;
- Er dienen keuzes gemaakt te worden met betrekking tot het verkeer in het centrum;
- Er moet bekeken worden of de horeca de detailhandel en het centrum als totaal kan versterken;
- De uitstraling en profilering van de winkels moet beter;
- De inrichting van de openbare ruimte dient groener te worden.

Om alle uitgangspunten voor de toekomst goed in te kunnen vullen dient er nu een belangrijke keuze gemaakt te worden. Goor staat namelijk op een kruispunt voor wat betreft de toekomst van het centrum:

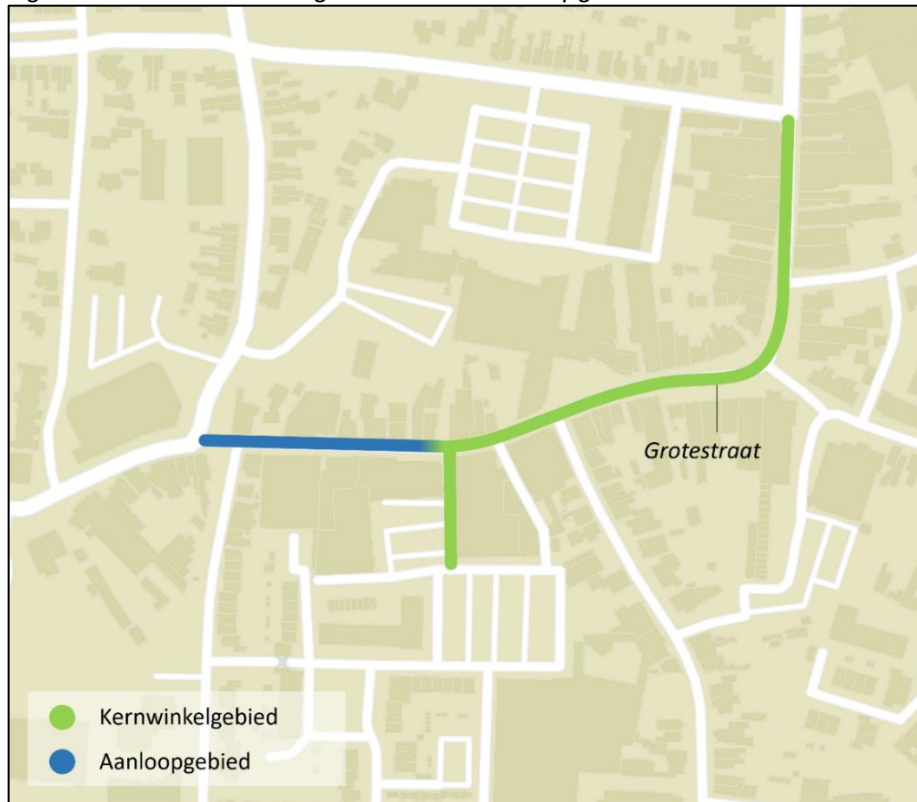
- óf er wordt gekozen voor een boodschappencentrum aangevuld met enkele winkels met frequent benodigde artikelen; hierbij is het centrum puur functioneel ingericht en zal het niet-dagelijkse aanbod langzaamaan verdwijnen en woningen op de begane grond worden in de Grotestraat toegestaan;
- óf er wordt gekozen voor de functie van een (beperkt) regionaal centrum waar naast de boodschappenfunctie ook de niet-dagelijkse sector, waaronder modische winkels in combinatie met horeca en andere centrumfuncties, het centrum aantrekkelijk maken. De versterking van de verblijfskwaliteit van het centrum is hierbij van groot belang.

Bij het vervolg van de visie op het centrum gaan wij uit van **een keuze voor een (beperkt) regionaal centrum** met een functie voor de inwoners van de gemeente en de direct eromheen liggende kernen en een functie voor recreanten en toeristen.

6.2 Ruimtelijke structuur

Bij de versterking van de ruimtelijke structuur is het van belang om het centrum compacter te maken en vooral het bronpunt Weversplein gebiedsgericht te herontwikkelen. De toekomstige ruimtelijke structuur van het centrum wordt in figuur 6.1 weergegeven. Het westelijke deel van de Grotestraat is aanloopgebied naar het centrum. Het centrumgebied van Goor omvat het bronpunt Weversplein, de verbinding met de Grotestraat en de Grotestraat tot aan de Herman Heijermansstraat.

Figuur 6.1: Het kernwinkelgebied en het aanloopgebied



Bron: BRDG Advies

In de ruimtelijke structuur van het centrumgebied bevinden zich 6 belangrijke aandachtsgebieden. Deze zijn in figuur 6.2 aangeduid. Het belangrijkste aandachtsgebied is aandachtsgebied 1, te weten de herontwikkeling van het Weversplein.

De gebiedsgerichte herontwikkeling van het Weversplein is een forse, maar noodzakelijke ingreep in de ruimtelijke structuur van het centrum. De herontwikkeling omvat niet slechts de invulling van leegstand, maar ook de herpositionering van de supermarkten Aldi en Albert Heijn. Bij de herpositionering hoort vooral een kwalitatieve - met een beperkte kwantitatieve -- versterking van deze twee supermarkten. Eveneens dient de haalbaarheid van de verbreding van de huidige steeg tussen de voormalige Lidl en de voormalige Zeeman onderzocht te worden. Sanering van niet bruikbare winkelmeters en aanpassing van bouwmassa kan hiervan een uitkomst zijn. De doelstelling van de herontwikkeling moet het realiseren van een volwaardig bronpunt met sterke dagelijkse aanbieders in combinatie met een logische koppeling met de Grotestraat zijn.

In de Grotestraat zijn verder een aantal plekken die aandacht verdienen. De belangrijke entree vanaf de westzijde (aandachtsgebied 2) kan veel beter worden geaccentueerd. Een betere inrichting van de openbare ruimte, met een logische oversteek vanaf de Lidl naar het centrum, gebruik makend van de aanwezige fraaie panden, kan de entree sterk verbeteren. Een mogelijk idee bij de uitwerking is het realiseren van een brug die als poort naar het centrum en als verwijzing naar het verleden (de Stoetenbrug/ Stads Regge). Bij de inrichting van de openbare ruimte kan door slim gebruik te maken van lichtelementen, kleur en street-art de entree van het centrum ook beter geaccentueerd

worden. In plaats van voorbij de entree te rijden dient er een automatische entree de Grotestraat in te worden gerealiseerd in de richting van het bronpunt Weversplein.

Aandachtsgebied 3, de verbinding tussen de Grotestraat en het Weversplein, kenmerkt zich door de overgang van een verkeersgebied naar een verblijfsgebied. Door de aanpak van het Weversplein en de sanering van één of twee winkelpanden aan de Grotestraat kan de entree naar dit plein vergroot worden en kunnen auto's rechtstreeks het bronpunt bereiken. De horecafunctie van Bar Bistro d'Olde Smidse kan hier in de openbare ruimte letterlijk meer ruimte gegeven worden. Dit zorgt voor een aantrekkelijker beeld van het centrum.

Het centrale plein bij het huidige politiebureau en het gemeentehuis is het 4^e aandachtsgebied. In de huidige centrumstructuur is het politiebureau een storende factor die niets toevoegt aan het centrum. Een alternatieve functioneel passende invulling op in ieder geval de begane grond, al dan niet gebruikmakend van het plein voor dit pand, zou verkend moeten worden. Ook het openen van het pand waar de bibliotheek met Salut op dit moment inzit, met een aantrekkelijke (horeca) functie aan de zijde van de Grotestraat, verdient aanbeveling.

De hoek van de Schoolstraat met de Grotestraat is ook een aandachtsgebied (5). In de openbare ruimte zou hier veel meer ruimte moeten komen voor horeca en beleving. Deze plek vervult vanuit zichtlijnen een scharnierfunctie voor het centrum. Tot slot verdient ook de entree voor fietsers en voetgangers vanaf de Noordzijde (6), kruising Grotestraat – Herman Heijermanstraat een opwaardering als volwaardige entree van het centrum.

Figuur 6.2: Aandachtsgebieden in het centrum



Bron: BRDG Advies

6.3 Leegstandsinvulling

De leegstand is in het centrum van Goor vooral aanwezig in de Grotestraat west en op het Weversplein. Het betreft hier een aanloopgebied naar het centrum en een bronpunt van het centrum. De leegstand in de Grotestraat west omvat veelal grootschalige panden die niet eenvoudig kunnen worden omgevormd tot kleinschaligere winkelunits. Het valt niet te verwachten dat deze diepe grotere panden in de Grotestraat west weer ingevuld kunnen worden met detailhandel. We denken hier meer aan specifieke vormen van detailhandel of dienstverlening. Met betrekking tot de detailhandel kan hier bijvoorbeeld gedacht worden aan vintage winkels / kringloopwinkels of startende winkels. Beleggingstechnisch wordt door een dergelijke invulling geen volwaardig rendement behaald, maar beter een gevulde unit dan een lege. Vanwege de verschillende maatvoering en uitstraling van de leegstand is hier in het vervolgtraject een maatwerkoplossing vereist.

De leegstand op het Weversplein kan worden aangepakt door middel van een gebiedsgerichte herontwikkeling. Een eerste toetsing bij vastgoedpartijen en meerdere detailhandelsbedrijven geeft aan dat de bereidheid om te komen tot een structurele aanpak en verbetering van het Weversplein aanwezig is. Bij de aanpak van het Weversplein dient ook de relatie met de Grotestraat betrokken te worden.

6.4 Verkeer, bereikbaarheid en parkeren

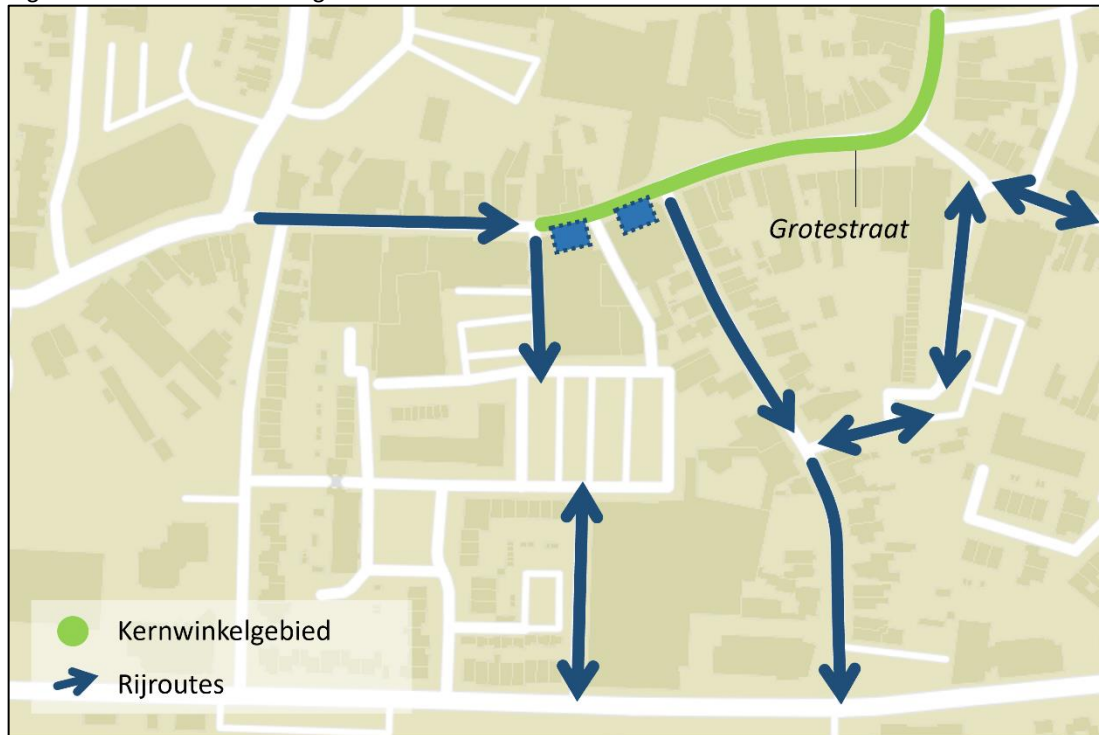
De vindbaarheid en bereikbaarheid van het centrum begint met een goede bewegwijzering naar het centrum. Op dit moment is deze bewegwijzering niet optimaal. Heldere aanrijroutes naar het centrum en de bronpunten van het centrum met duidelijke bebording is gewenst.

De huidige parkeerroute is eveneens niet geheel duidelijk en door de voorgestelde aanpak van het Weversplein moet deze parkeerroute nog eens goed tegen het licht gehouden worden. Vanuit het gezichtspunt van het economisch functioneren van het centrum is een andere routing gewenst. Bij de aanpak van het Weversplein stellen we voor om de aanrijroute naar dit bronpunt te laten lopen via de Grotestraat west. Vanaf het Weversplein dient er tevens een duidelijke looproute naar de Grotestraat aangelegd te worden.

Het autoverkeer wordt vanaf de nieuwe route naar het Weversplein of vanaf de Spoorstraat (afhankelijk van de bereikbaarheid van de woningen in de Spoorstraat) uit de Grotestraat geweerd. Vanaf de nieuwe route naar het Weversplein dient de inrichting van de openbare ruimte veel meer op de verblijfsfunctie van het centrum te worden gericht met beduidend meer groen dan in de huidige inrichting met een verkeersfunctie. De hier voorgestelde aanpak van de routing in het centrum zal in het vervolgtraject nog wel getoetst moeten worden aan overige verkeerskundige aspecten, waaronder de verkeersdruk op omliggende straten.

In de aanlooproute Grotestraat west conflicteert de huidige ruimte voor parkeerplaatsen voor auto's met het fietsparkeren, maar ook met de commerciële uitstallingen van ondernemers. Het laten vervallen van één of twee parkeerplekken doet recht aan de uitstallingswens van de ondernemers.

Figuur 6.3: Verkeersrouting in het centrum van Goor



Bron: BRDG Advies

Het aantal parkeerplaatsen op de bronpunten van het centrum lijkt vooralsnog voldoende. Als norm voor de parkeerdruk kan de 85% bezettingsgraad worden gehanteerd. Als op de pleinen gedurende meerdere momenten in de week de bezettingsgraad boven de 85% komt is er sprake van een te hoge parkeerdruk. Door middel van parkeerregulering of uitbreiding van het aantal parkeerplaatsen kan vervolgens gekeken worden naar oplossingen.

6.5 Commerciële uitstraling en presentatie/profilering ondernemers

Het verbeteren van de commerciële uitstraling van het centrum kan op meerdere manieren worden versterkt. Het gaat achtereenvolgens om:

- de aanpak van de panden, waarvoor reeds een stimuleringsregeling van gemeentezijde aanwezig is;
- de presentatie en profilering van de ondernemingen zelf, met als aandachtspunten de stopkracht op afstand en dichtbij, de etalering, de entree, de pui, de herkenbaarheid van het assortiment en van de winkel zelf en het algemene onderhoudsniveau;
- de uitstallingen en reclame-uitingen in de openbare ruimte.

Voor alle genoemde aspecten kan een heldere actie benoemd worden om op te pakken.

Samen met de verbetering van de commerciële uitstraling van de ondernemingen dient bij de profilering van het centrum te worden ingespeeld op een strategische marketingcampagne die ook consumenten uit het secundaire verzorgingsgebied en toeristen en recreanten een aanleiding geeft om voor een bezoek naar Goor te komen.

6.6 Openbare ruimte en groen

Het centrum van Goor oogt zoals al eerder opgemerkt erg stenig en de verblijfskwaliteit van de openbare ruimte is matig. Afhankelijk van de initiatieven van (horeca) ondernemers kan er een beter ingerichte openbare ruimte worden gecreëerd. Door de doorgaande verkeersroute uit een deel van de Grotestraat te halen ontstaan mogelijkheden om de verblijfskwaliteit fors op te krikken. De in figuur 6.2 aangegeven aandachtsgebieden kunnen met behulp van een plan voor de openbare ruimte worden uitgewerkt waarbij meer groen in het centrum de kwaliteit van de openbare ruimte kan verbeteren. Een goed beheer van het groen hoort hier uiteraard bij. Het verdient aanbeveling om bij de planvorming van de openbare ruimte de aanpak van gevels en puien direct mee te nemen. Hierbij kan bijvoorbeeld ook gekeken worden naar de toevoeging van groene elementen aan gevels van panden. Bij de herinrichtingsopgave kan worden aangesloten op de herinrichtingsplannen van het parkeerterrein de Höfte.

6.7 DNA profiel

Het onderscheidend vermogen van het centrum van Goor is niet echt duidelijk en dient voor de aantrekkingskracht van consumenten uit het secundaire verzorgingsgebied en de toeristen / recreanten ontwikkeld te worden. Vanwege de matige stedenbouwkundige kwaliteit van een groot deel van het centrum is een forse en grondige aanpak van bestaande en nieuwe panden mogelijk een denkrichting. Hierbij kan bijvoorbeeld worden gedacht aan de ontwikkeling van architectuur van Hundertwasser in het centrum, voortbordurend op het Aan de Stegge pand aan de Nieuwenkampsmaten. Ook de combinatie van groen en kleur op panden kan al veel meer sfeer in het centrum brengen en daardoor de aantrekkingskracht versterken.

6.9 Subsidiekansen

De mogelijke inzet van subsidiemiddelen hangt af van het moment waarop een plan (deel) gereed is en de financiering kan worden aangevraagd. De huidige subsidiemogelijkheden zullen over enige tijd er niet meer zijn en andere kunnen weer worden ingesteld. Op verschillende niveaus zijn er subsidiemiddelen mogelijk die kunnen worden ingezet. We gaan hier in op kansen die mogelijk kunnen worden benut.

Gemeentelijke subsidies

Op dit moment kunnen pandeigenaren uit Goor reeds gebruik maken van een stimuleringsregeling voor de aanpak van pui en luifel. Er zijn op gemeentelijk niveau ook andere subsidiemogelijkheden denkbaar waaronder bijvoorbeeld verplaatsingssubsidies, vastgoedverbeterplannen bij leegstand, strategische vastgoedfondsen (revolving funds) en groensubsidies voor binnenstedelijk groen op private terreinen. In de loop van het vervolgproces kan bekeken worden of dergelijke nieuwe subsidiemogelijkheden gewenst zijn en of naast de gemeente ook andere overheden mogelijk een bijdrage willen verlenen aan nieuwe fondsen.

Provinciale subsidies

De provincie Overijssel heeft de afgelopen jaren veel ondersteuning gegeven aan de aanpak van centra. Met behulp van stadsarrangementen is de vitaliteit van verschillende centra ondersteund. De komende periode is de verwachting dat beschikbare middelen met name ingezet gaan worden voor woningbouw en in mindere mate voor de aanpak van centra en

centrumvoorzieningen. Elementen die mogelijk provinciale ondersteuning kunnen krijgen liggen mogelijk op het gebied van duurzaamheid, hittestress, vergroening en toerisme en recreatie.

Momenteel heeft de provincie de Subsidie energiebesparing 2.0 open staan. Binnen deze regeling zijn er voor ondernemers kansen om bij verbouwingen of aanpassingen van het vastgoed subsidie op onderdelen te krijgen. Het gaat dan bijvoorbeeld om ledverlichting en lichtregelsystemen.

Rijkssubsidies

Het ministerie van EZK heeft momenteel een “Regeling specifieke uitkering impulsaanpak winkelgebieden” opengesteld. Deze regeling biedt kansen voor forse ingrepen, waaronder sanering van winkelmeters en het toekomstbestendig maken van centra. De laatste van de vier inschrijfrondes is echter reeds gestart en wordt naar verwachting fors overschreven. Mogelijk komt er, gezien het succes van de regeling, een vervolg.

Europese subsidies

Op Europees niveau kan mogelijk het Interreg programma aanknopingspunten geven. Zo is er in het Interreg programma “Deutschland-Nederland” onder de noemer duurzame ruimtelijke ontwikkeling een onderdeel Ruimtelijke ordening waar de Euregio landelijke en stedelijke ruimtes goed op elkaar wil laten aansluiten.

7 Opgaven en de positie van partijen

Bij de opgave voor de verdere aanpak van het centrum zijn meerdere partijen betrokken. In hoofdlijnen zijn de volgende partijen de trekkers van de toekomst van het centrum van Goor:

- Gemeente Hof van Twente;
- Ondernemers; individueel en collectief;
- Vastgoedpartijen;

Tijdens de dialoogavond op 2 november 2023 is gebleken dat er voldoende draagvlak bij ondernemers en vastgoedpartijen is om in gezamenlijkheid met het centrum aan de slag te gaan. Op 2 november waren ruim 80 betrokken ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners van het centrum aanwezig. De noodzaak van een grondige aanpak van het centrum werd door het overgrote deel van de aanwezigen onderstreept.

De positie van de diverse partijen is natuurlijk verschillend. Achtereenvolgens gaan we hier kort in op de opgaven per betrokken partij.

7.1 Gemeente Hof van Twente

De gemeente heeft meerdere rollen. Naast het vaststellen van het beleid inzake het centrum is de gemeente de partij die randvoorwaarden voor de verdere ontwikkeling van het centrum aangeeft. Het gaat hierbij onder andere om de actualisatie van bestemmingsplannen, actualisatie van het reclame- en uitstallingsbeleid, het beschikbaar stellen van budgetten voor de aanpak van het centrum, het verkrijgen van subsidies voor centrumplannen en de coördinatie van het vervolgproces in samenwerking met BIZ Goor.

7.2 Ondernemers

- BIZ Goor;

De BIZ Goor heeft de afgelopen jaren zorg gedragen voor een goede aankleding van het centrum en voor extra “reuring” in het centrum door activiteiten te ondersteunen en te ontwikkelen. Het belang van de BIZ Goor is voor Goor erg groot. Zonder BIZ Goor is het collectieve belang van een goede aanpak van het centrum niet gewaarborgd. De BIZ Goor dient haar functie de komende jaren te blijven vervullen en kan daarnaast samen met de gemeente de coördinatie van het vervolgproces oppakken. Onderwerpen waar de BIZ zich de komende periode ook mee bezig dient te houden zijn onder andere het ontwikkelen van het DNA profiel van Goor, het meedenken in de marketingstrategie en een goede communicatie naar de individuele ondernemers.

- Ondernemers individueel;

Alle ondernemers van Goor dienen in de spiegel te kijken en na te gaan wat zij kunnen doen als individuele ondernemer en als onderdeel van het centrum van Goor collectief. In de spiegel kijken betekent niet dat er niks goed zou gaan, maar betekent dat er bewustwording moet zijn over “wat doe ik als ondernemer en wat kan beter”. Het gaat dan om onderwerpen als presentatie en profilering, social media performance, onderscheidend vermogen en gastvrijheid naar de consument.

7.3 Vastgoedpartijen

Vastgoedpartijen hebben vanzelfsprekend belang bij een goed lange termijn rendement op hun vastgoed. In de huidige tijd is rendement op winkelvastgoed in kernen als Goor niet eenvoudig. Leegstaande winkelpanden komen in heel Nederland steeds meer voor. Oplossingen liggen ook niet overal voor het oprapen. Toch is gebleken dat bij leegstand het mogelijk is om te komen tot goede invullingen van vastgoed. Transitie van functie, ingroeihuren voor startende bedrijven, de aanpak van verouderd winkelvastgoed naar bijde-tijds winkelvastgoed en maatwerk bij invullingen hebben elders al laten zien dat een actieve aanpak zijn vruchten kan afwerpen. Goede communicatie en (mee)rekenen op vastgoed kan helpen bij het vinden van goede oplossingen.

Actieplan: nader uit te werken

Thema's:

- 1) vastgoed
- 2) inrichting openbare ruimte en verkeer
- 3) commerciële uitstraling en professionalisering ondernemerschap / marketing en profilering

Vastgoed:

- Gebiedsgerichte herontwikkeling Weversplein
- Leegstandsinvulling Grotestraat west
- Planontwikkeling en aanpak centrale plein
- Planontwikkeling en aanpak Schoolstraat -Grotestraat

Inrichting openbare ruimte en verkeer

- Planontwikkeling en aanpak entree centrum West (relatie Lidl - centrum versterken)
- Herinrichting openbare ruimte Grotestraat: van verkeers- naar verblijfsgebied

Commerciële uitstraling en professionalisering ondernemerschap / marketing en profilering

- Presentatie en profilering ondernemers versterken
- Aanpassen uitstallingen en reclamebeleid
- BIZ vol doorzetten
- Marketingplan tbv recreatie en toerisme
- Subsidiescan op centrumplanonderdelen
- Ontwikkelen en doorvoeren van het DNA profiel van Goor

Bijlage 1 - Bevolkingsontwikkeling Goor

De voorspellingen geven aan dat het aantal inwoners in Hof van Twente in de komende jaren geleidelijk zal afnemen. Het CBS voorspelt in 2050 een inwoneraantal van 34.600¹⁰ en Primos verwacht een daling tot 33.890 inwoners in 2050¹¹. Op de kortere termijn, tot 2030, wordt een lichte daling van het aantal inwoners verwacht, maar een stijging in het aantal huishoudens volgens Primos¹². Deze stijging wordt verklaard door een groei in het aantal eenpersoonshuishoudens, de zogenaamde 'gezinsverduunning'.

Na 2030 zal de bevolking blijven dalen of stabiliseren en naar verwachting daalt op termijn het aantal huishoudens mee. Tabel 1 (CBS) en tabel 2 (Primos) geven een overzicht van de prognoses van het aantal inwoners en het aantal huishoudens voor de komende jaren.

Tabel 1: Prognose aantal inwoners Hof van Twente¹⁰

Jaartal	Aantal inwoners
2020	34.900
2025	34.500
2030	34.300
2035	34.300
2040	34.500
2045	34.700
2050	34.600

Tabel 2: Prognose aantal inwoners Hof van Twente^{11 12}

Jaartal	Aantal inwoners	Aantal huishoudens
2025	35.340	15.470
2030	34.980	15.710
2035	34.620	15.840
2040	34.320	15.840
2045	34.160	15.800
2050	33.890	15.790

¹⁰ Regionale prognose 2020-2050; bevolking, intervallen, regio-indeling 2018 (CBS Statline, 2023)

¹¹ Prognose bevolkingsgroei - gemeenten (Primos, 2023)

¹² Prognose huishoudensgroei - gemeenten (Primos, 2023)

Bijlage 2 - Demografische ontwikkelingen

Goor heeft zowel te maken met vergrijzing als ontgroening. Het aandeel ouderen stijgt, terwijl het aandeel jongeren daalt. Hieronder worden beide begrippen verder toegelicht.

Vergrijzing

Nederland vergrijst nog steeds. Momenteel is de 'grijze druk' in Nederland 34,4%⁴. Een grijze druk van 34,4% betekent dat tegenover elke honderd potentiële arbeidskrachten (20- tot 64-jarigen) ruim 34 personen van 65 jaar of ouder staan. De grijze druk zal de komende jaren verder toenemen en rond 2040 haar hoogtepunt bereiken met bijna 50%. Na die tijd zal de grijze druk afnemen, omdat de naoorlogse generatie 'babyboomers' dan voor een groot deel overleden zal zijn.

In vergelijking met de landelijke situatie is de grijze druk in Hof van Twente met 48,0% nu al erg hoog⁵. De verwachting is dat deze druk, net als in de rest van Nederland, verder zal toenemen de komende jaren.

Het aandeel 65+'ers in de gemeente Hof van Twente is ook groter dan het Nederlands gemiddelde. In Hof van Twente ligt dit percentage in 2023 op 25,9% en landelijk op 20,2%⁵.

De effecten van de vergrijzing op de bestedingen zijn zeer afhankelijk van de specifieke situatie in een verzorgingsgebied, maar lijken over het algemeen niet positief. Uiteraard blijft het totaaleffect sterk afhankelijk van de algehele economische ontwikkeling. In ieder geval betekent vergrijzing dat iedere ondernemer op de hoogte moet blijven van wensen en bestedingspatronen van ouderen, zodat producten en diensten beter kunnen worden afgestemd op de oudere consument. Dit uit zich onder andere in kleinere porties in de foodsector, branche-specifieke aanpassingen, meer behoefte aan opticien- en audicien-producten en nieuwe winkelconcepten, zoals ouderenwinkels. Ook zaken als persoonlijke aandacht in de winkel zijn bovengemiddeld belangrijk voor de oudere consument.

Ontgroening

Waar het aandeel ouderen toeneemt, daalt het aandeel van de werkzame bevolking en het aandeel van de kinderen/jongeren. Dit laatste wordt ontgroening genoemd. Momenteel is de 'groene druk' in Nederland 35,9%⁴. Dit betekent dat tegenover elke honderd potentiële arbeidskrachten (20- tot 64-jarigen) circa 36 personen staan met een leeftijd tussen de 0 en 20 jaar. Rond 2025 zal het aandeel 65+'ers in Nederland het aandeel jongeren inhalen. Ontgroening kan een behoorlijk effect hebben op de voorzieningen. Vooral het platteland heeft potentieel het meest te maken met effecten van ontgroening; jongeren trekken sterker naar de grotere dorpen en steden toe. Daar zijn de voorzieningen voor hen volop aanwezig.

Het aandeel 0- tot 20-jarigen in gemeente Hof van Twente in 2023 bedraagt 20,0%⁵. Landelijk is dit 21,1%. Zoals te zien in tabel 3, is de ontgroening in Hof van Twente de afgelopen 10 jaar iets sneller gegaan dan het landelijk gemiddelde (-3,0 en -2,0). De vergrijzing is in Hof van Twente ongeveer net zo snel gegaan als het Nederlands gemiddelde, met +3,8 ten opzichte van +3,4.

Tabel 3: Leeftijdsopbouw gemeente Hof van Twente en Nederland

Leeftijd	Hof van Twente 2013	Hof van Twente 2023	Landelijk 2013	Landelijk 2023
0-20	23,0%	20,0%	23,1%	21,1%
20-45	26,1%	25,0%	32,1%	31,9%
45-65	28,8%	29,1%	28,0%	26,9%
> 65	22,1%	25,9%	16,8%	20,2%

Bijlage 3 - Trends en ontwikkelingen

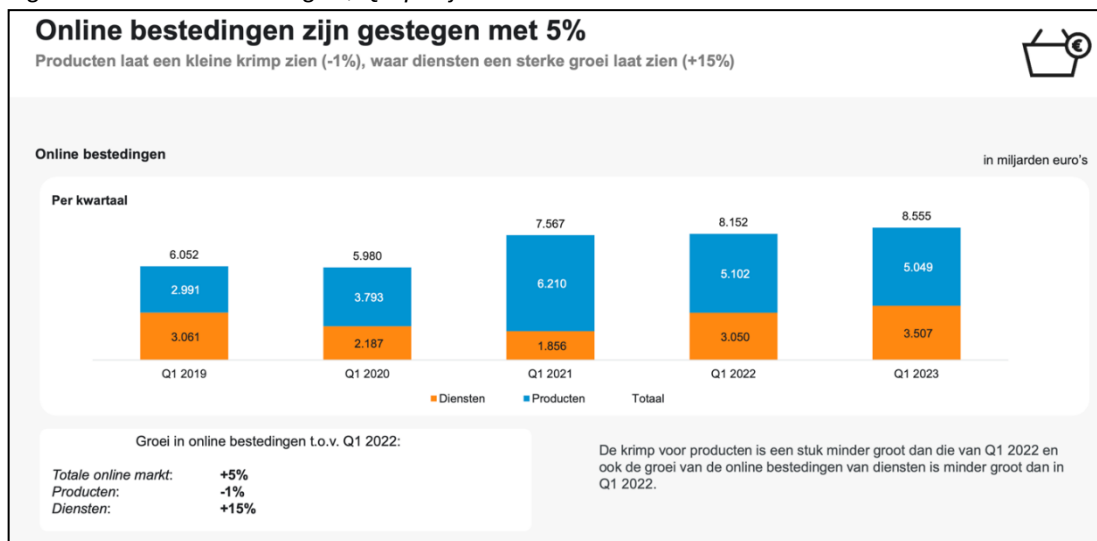
Er zijn een aantal trends te onderscheiden die direct of indirect invloed hebben op de Nederlandse winkelgebieden en winkelstructuur. Deze trends op landelijk niveau zijn vaak ook op regionaal of lokaal niveau zichtbaar. De diverse ontwikkelingen zullen vroeg of laat gevolgen hebben voor het te voeren gemeentelijke detailhandelsbeleid. De belangrijkste trends en ontwikkelingen geven we hier weer.

Online winkelen, daling uit 2022 stabiliseert

Het gebruik van internet voor het doen van aankopen is de afgelopen jaren flink toegenomen, en zeker in de corona tijd bracht online veel groei. Toen in 2022 langzaam maar zeker de coronamaatregelen afgebouwd werden, zagen we voor het eerst een kleine kentering in dit beeld. In heel 2022 was er sprake van een daling van het aantal online aankopen (-5% t.o.v. 2021)¹³.

In 2023 zet deze trend zich niet door. Nederlanders hebben in het eerste kwartaal van 2023 voor 8,5 miljard euro online uitgegeven, een groei van 5% t.o.v. het eerste kwartaal van 2022. Het aantal online aankopen is niet gedaald, maar blijft stabiel (0%)¹⁴. Nederlanders hebben dus gemiddeld meer per online aankoop besteed (+5%), zo toont onderzoek van GFK aan.

Figuur 1: Online bestedingen, Q1 per jaar



Bron: GFK/Thuiswinkel Monitor & ING Economisch Bureau, 2023

¹³ Ecommerce €33,3 miljard waard in 2022 (Ecommerce News, maart 2023)

¹⁴ Thuiswinkel Markt Monitor 2023 (Thuiswinkel.org, juli 2023)

De groei online wordt vooral gerealiseerd in de groepen diensten (+ 15%, o.a. tickets voor attracties en evenementen, pakketreizen, accommodaties en vliegtickets). De online besteding aan producten laat juist een lichte daling zien (-1%). Hier vallen de dalingen in kleding, home & living en consumentenelektronica op, ongetwijfeld omdat de fysieke winkelstraat weer meer in trek is en ook zonder beperkingen bezocht kan worden. Een aantal productcategorieën laat daarentegen een groei in de online bestedingen zien waarvan DIY/Garden de sterkste groeier is (+17%), maar ook speelgoed een stijging laat zien (+6%).

In de motivatie om online te kopen staan traditioneel nog steeds het gemak, grootte van assortiment, lage prijs en mogelijkheid tot productvergelijk centraal. Het valt te bezien wat de impact zal zijn dat sommige online aanbieders inmiddels van het kosteloos retourneren (o.a. Wehkamp) zijn afgestapt. Dit temeer de verzendkosten als op een-na grootste nadeel wordt gezien.

Het aantal webwinkels in Nederland is voor het eerst hoger dan het aantal fysieke winkels (82.000)¹⁵. Het gros van de webwinkels verkoopt fashion (19.965) of huis- en tuinartikelen (16.515).

Het aandeel bestedingen dat online gedaan wordt aan producten is van bijna 8% in 2014 gestegen naar 13 à 17% in 2018 en naar 25% in 2021. Dit aandeel neemt jaarlijks verder toe. Behalve de branches media, elektronica, mode en speelgoed laat ook de food sector sterke groeipercentsages zien. Het via het internet bestellen en vervolgens ophalen van een bestelling bij Pick-up-points is in de loop der jaren steeds normaler geworden. Ook de reguliere bezorgservices, flitsbezorgers en maaltijdboxen spelen hierin een grote rol.

Click & Collect onverminderd populair

Veel consumenten zijn teruggekeerd naar de winkelstraat, maar nieuwe bestel- en leveringsmethodes die in zwang raakten tijdens de pandemie zoals afhalen in de winkel (click & collect) en 'vandaag besteld, morgen in huis', zijn onverminderd populair. Als je zowel online als offline verkoopt, moet je ervoor zorgen dat je fysieke locaties alle manieren waarop jouw klanten winkelen ondersteunen. Een aantrekkelijke winkel of showroom is daarom essentieel. Daarnaast is beschikken over voldoende voorraadruimte een must, evenals plek om online bestellingen te verwerken en klaar te zetten voor click & collect, verzending en (lokale) bezorging.

De impact van social media op koopgewoonten

Social media spelen een steeds grotere rol bij het beïnvloeden van consumentenbeslissingen. Wat andere consumenten schrijven in reviews en wat influencers, vloggers en bloggers aanbevelen, wordt steeds belangrijker dan traditionele reclame, zoals reclamefolders. In de huidige tijd hebben consumenten veel opties en kunnen ze producten eenvoudig met elkaar vergelijken, vooral dankzij hun smartphones. Dit betekent dat potentiële kopers altijd en overal toegang hebben tot de nieuwste aanbiedingen en er meteen op kunnen reageren. Social media zijn nu volledig geïntegreerd in de online-winkelervaring en vullen de kloof tussen online en offline winkelen. Winkels maken steeds meer gebruik van technologische mogelijkheden, met apps die (dus) veel kansen bieden. En dat zie je terug in de ontwikkeling van het bedrag wat online besteed wordt, ook in Goor waar in 2019 21% van de niet-dagelijkse consumentenbestedingen online gedaan werd, ten opzichte van 10% in 2015.

¹⁵ Voor het eerst meer webshops dan winkels (Ecommerce News, mei 2023)

Live winkelen nieuwe trend?

Livestream shopping of live winkelen is het promoten en verkopen van producten via livestreams op digitale platforms. Vaak worden influencers ingezet om tegen een commissie producten aan te prijzen. Kijkers kunnen in realtime vragen stellen en ter plekke hun aankopen doen. Live shopping is al een aantal jaar een groot succes in China, en het begint nu ook zijn weg te vinden naar de rest van de wereld.

Volgens Forbes zou 2023 wel eens het jaar kunnen worden waarin live shopping eindelijk op grote schaal van de grond komt: onderzoeksbureau Coresight Research schat dat de omzet uit livestream e-commerce in de VS alleen al zal groeien van 20 miljard dollar in 2022 naar 57 miljard dollar in 2025.

Uit onderzoek van The Influencer Marketing Factory blijkt dat 36% van de consumenten in de VS en 25% in het Verenigd Koninkrijk al eens iets heeft gekocht tijdens een livestream. TikTok, Amazon Live en Instagram zijn de meest gangbare platforms voor live shopping.

Hoewel deze bedragen relatief laag lijken in vergelijking met omzetcijfers van traditionele retail, tonen ze wel aan dat consumenten openstaan voor het concept. De komende twee jaar is de verwachting dat live shopping eindelijk op grote schaal van de grond komt. Live shopping kan zeker de moeite waard zijn om te onderzoeken, zeker voor retailers die al met influencers werken en sterk aanwezig zijn op social media.

Fysieke winkelstraat weer in trek

Webwinkels hadden door de coronacrisis de wind in de zeilen. Hoewel de onlineverkoop in 2022 gedaald zijn ten opzichte van 2021 is het onlinekanaal niet meer weg te denken.

Ook als is het online winkelen niet meer weg te denken; veel consumenten geven er nog steeds (of beter gezegd steeds meer) de voorkeur aan om persoonlijk te shoppen. Mensen gaan weer vaker naar fysieke winkels en kiezen dan vooral lokaal. Dit kan ook ten dele komen door de dalende koopkracht. Retailers moeten hierop inspelen en vooruitplannen om aan de behoeften van hun klanten te voldoen.

Dit wordt mede versterkt doordat er ook steeds meer onlinespelers in de fysieke winkelstraat te vinden zijn. Hoewel de komst van het internet eerder heeft geleid tot het deels verdwijnen van bepaalde soorten winkels (fotozaken, reisbureaus), zien we ook een omgekeerde trend ontstaan. Steeds meer online-aanbieders kiezen ervoor om ook met een fysieke winkel in de stad aanwezig te zijn. Dit brengt voor de retailer namelijk een aantal voordelen met zich mee:

- Fysieke winkels leveren een zeer belangrijke bijdrage aan de customer experience. Nergens anders dan in de stenen winkel kun je ervoor zorgen dat klanten zich verenigd voelen met jouw merk of formule.
- Het biedt de mogelijkheid om een product vóór de (offline of online) aankoop eerst te bekijken, passen of advies-op-maat in te winnen. Dit verkleint de kans op (dure) retouren.
- In grote steden kan de winkel als hub worden gebruikt en zorgen alleen al de bezorgfietsen voor flinke extra reclame.
- De winkel fungeert als ideale plek voor het gratis ophalen en retourneren van gekochte producten. Dit heeft een versterkend effect op de omzet van een retailer.

Daarnaast zien we een trend dat er steeds meer 'city-varianten' ontstaan van winkelketens die de consument nu nog vooral kent van grote vestigingen. Denk aan Praxis, Ikea en meubelmerken Xooon en Rivière Maison.

Schaalvergroting

Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector neemt de noodzakelijk benodigde massa (=aantal m² winkelvloeroppervlak) voor een winkelgebied toe. Ook op het niveau van de winkel vindt dit proces plaats. Consumenten hebben tegenwoordig toenemende eisen en verwachten een completer assortiment. De schaalvergroting is duidelijk zichtbaar bij bijvoorbeeld supermarkten, fietsenzaken en elektronicazaken.

Branchevervaging en blurringtrend zet door

Sterk samenhangend met de schaalvergroting is de trend van de branchevervaging. Winkels verbreden hun assortiment om de consument meer te kunnen bieden. 'Blurring' ontstaat wanneer diverse sectoren zich met elkaar mengen en de grenzen tussen horeca, retail en cultuur vervagen.

Deze trend zet zich in 2023 verder door. De Nederlandse regering noemde het concept zelfs in haar regeerakkoord, waarmee het voor retailers een interessante bijverdienste kan betekenen.

Steeds vaker zien we modewinkels en boekenwinkels die aan deze trend meedoen, en hun klanten bijvoorbeeld ook drankjes of hapjes aanbieden. Maar er zijn nog veel meer mengformules te bedenken, waarbij het doel is de shopervaring van klanten te veraangename en ze meer tijd te laten besteden in de winkel. Tegelijkertijd voegen bedrijven in andere sectoren juist retailcomponenten toe aan hun formule. Of het nu gaat om een spa die schoonheidsproducten verkoopt, van der Valk die maaltijden onder de naam Valk Vers bezorgt, DA die Eyelove brillen verkoopt of LeasePlan die onlangs het occasionplatform CarNext.com lanceerde. Bedrijven blijven innovatieve manieren vinden om hun inkomsten te maximaliseren.

Duurzaamheid wordt steeds belangrijker bij aankoopbeslissing

Duurzaamheid is al sinds enkele jaren een prioriteit, zowel voor retailers als consumenten. Dat zal ook in 2023 zo blijven. We verwachten dat retailers hun initiatieven op het gebied van duurzaamheid en maatschappelijk verantwoord ondernemen blijven verbeteren; door kritisch te kijken naar de herkomst van hun producten en de duurzaamheid van de productieketen in het algemeen.

Consumenten zijn steeds meer geneigd om bedrijven te steunen die hierin investeren. Uit onderzoek⁷ blijkt dat 77% van de consumenten wil kopen bij bedrijven die zich inzetten voor een betere wereld, 55% vindt dat bedrijven een standpunt moeten innemen over belangrijke milieu-, politieke en sociale kwesties¹⁶.

Formules spelen daar slim op in. Soms gedwongen door de overheid (afschaffing plastic gebruik in supermarkten, invoeren statiegeld op blikjes), maar meestal vanuit een bewuste overtuiging en drive vanuit de ondernemer. Denk aan initiatieven op het gebied van circulariteit, duurzaamheid, hergebruik. Het is overduidelijk dat de moderne consument zich wil aansluiten bij merken die hun waarden delen en zijn bereid om daar extra voor te betalen.

Van bezit naar gebruik

¹⁶ 15 eye-opening corporate social responsibility statistics (Harvard Business School Online, 2021)

De consument koopt in de toekomst steeds meer contracten (diensten) en steeds minder producten. Bezit van het product is niet noodzakelijk om het te gebruiken. Autoleasecontracten, het huren van ski's of een abonnement op Spotify zijn bekende voorbeelden. Daarnaast is een deeleconomie ontstaan waarin consumenten onderling producten uitlenen en in toenemende mate verhuren aan elkaar. Steeds meer consumenten staan open voor betalen voor gebruik in plaats van bezit. Retail moet zich voorbereiden op een transitie van verkoper naar serviceverlener en invuller van behoeften. Geen matras verkopen maar nachtrust, geen wasmachine verkopen maar schone was. Een transitie van eenmalige transacties naar doorlopende contracten van diensten. Het grote voordeel is dat een retailer elk nieuw boekjaar met een minimaal gegarandeerde omzet begint.

Van transactie naar attractie

De functie van de winkel zal veranderen van een plek waar de transactie plaatsvindt in een plek waar attractie plaatsvindt. Een plek met een sterke aantrekkingskracht waar consumenten graag komen. In de meest ultieme vorm zijn winkels plekken waar helemaal geen transacties plaats hoeven te vinden.

De fysieke winkelomgeving wordt een plek waar retailers een verbinding aangaan met de klant. Die gaat veel verder dan de uitruil van geld tegen producten of diensten. In de toekomst draait het om ervaringen en het creëren van herinneringen, dit kan op allerlei manieren. De factor mens wordt steeds belangrijker.

Het gaat om persoonlijk contact, een relatie opbouwen met de klant en de interactie aangaan. Van anoniem naar persoonlijk. Van een oase van producten naar een oase van rust. Winkels, winkelstraten en centra gaan ook concurreren met theaters en pretparken als plek om tijd door te brengen. De winkel transformeert van distributiepunt naar medium met informatievoorziening en vermaak als belangrijke functie. Alleen spelers die volop concurreren op prijs, volume en efficiency kunnen het zich permitteren een transactie gedreven plek te blijven.

Uit onderzoek van Unibail-Rodamco-Westfield blijkt dat 59% van de consumenten verwacht dat retailers meer plek inruimen in hun winkel voor ervaringen. Ook blijkt dat 81% van de consumenten bereid is meer uit te geven in winkels die een bijzondere winkelervaring bieden¹⁷. Daarom loont het om in te zetten op de belevenis van je klanten tijdens het winkelen. De juiste ervaring hangt af van je winkelformule, je doelgroep en het gebied.

Consolidatie supermarkten

Net als de afgelopen jaren zet de consolidatietrend naar waarin supermarktformules worden overgenomen of gaan fuseren door. Alleen al dit en afgelopen jaar verdwenen op die manier Deen, COOP en Jan Linders. Een verdere reorganisatie van de branche is niet ondenkbaar en heeft gevolgen voor de supermarktstructuur in bestaande winkelgebieden.

Personeelstekort belemmering in groei

In het tweede kwartaal van 2022 is de krapte op de arbeidsmarkt zo hard opgelopen dat alle beroepsgroepen een tekort aan personeel hebben, zo meldt het UWV. Het aantal vacatures groeide met 44%. Daarnaast waren er aanmerkelijk minder mensen om deze vacatures in te vullen. Al met al was de arbeidskrapte in het tweede kwartaal van 2022 twee keer zo groot als een jaar eerder.

¹⁷ Westfield how we shop: a new decade of experience retail dawns Europe (Unibail-Rodamco-Westfield, januari 2020)

Een snelle oplossing voor dit tekort aan mensen is er niet. Het tekort is een direct gevolg van de bevolkingssamenstelling: het aantal ouderen neemt toe en het aantal jongeren neemt af. Nieuw personeel uit het buitenland aantrekken of mensen omscholen kost tijd. Retail is ook bij uitstek een sector die voor een groot deel leunt op flexibele krachten.

Retailers zijn steeds vaker genoodzaakt ingrijpende maatregelen te nemen vanwege het tekort aan personeel. Openingstijden worden versoerd, koopavonden zijn (tijdelijk) afgeschaft en filialen sluiten noodgedwongen voor halve of hele dagen de deuren. Dat heeft ook gevolgen voor de aantrekkelijkheid van het winkelgebied en uitstraling naar de consumenten.

Halverwege 2023 ziet 40,6%¹⁸ van de ondernemers in de retail het tekort aan arbeidskrachten als grootste belemmering om de winkels open te houden. Het huidige imago van de sector bemoeilijkt het aantrekken van nieuw personeel. Werken in de retail wordt doorgaans niet erg aantrekkelijk bevonden. Dit vanwege de onregelmatige werkuren, lagere salarissen, weinig doorgroeimogelijkheden en een hoog verloop. Retailers zullen daarop in moeten spelen door een betere aansluiting te zoeken bij de wensen van personeel met betrekking tot de werk/privé-balans.

In het tweede kwartaal van 2022 is de krapte op de arbeidsmarkt zo hard opgelopen dat alle beroepsgroepen een tekort aan personeel hebben, zo meldt het UWV. Het aantal vacatures groeide met 44%¹⁹. Daarnaast waren er aanmerkelijk minder mensen om deze vacatures in te vullen. Al met al was de arbeidskrapte in het tweede kwartaal van 2022 twee keer zo groot als een jaar eerder.

Een snelle oplossing voor dit tekort aan mensen is er niet. Het tekort is een direct gevolg van de bevolkingssamenstelling: het aantal ouderen neemt toe en het aantal jongeren neemt af. Nieuw personeel uit het buitenland aantrekken of mensen omscholen kost tijd. Retail is ook bij uitstek een sector die voor een groot deel leunt op flexibele krachten.

Druk op het exploitatiemodel en onzekere tijden om te ondernemen

Het wordt voor winkeliers een steeds grotere uitdaging om het verdienmodel in stand te houden. Door de eerdergenoemde krapte op de arbeidsmarkt en het kabinetsplan om de minimumlonen met 10% te verhogen, nemen de loonkosten aanzienlijk toe. Datzelfde geldt voor de inkooprijzen. Bovendien stijgen de huren en de kosten voor energie, transport en verpakkingsmaterialen. Er blijft steeds minder marge over. Tenzij er omzet tegenover staat.

Retailers kunnen de gestegen kosten niet zomaar aan hun klanten doorberekenen, want door de dalende koopkracht staan de bestedingen onder druk. Aangezien de kosten voor de consument blijven stijgen, wordt het winkelend publiek zich meer bewust van haar uitgaven. In een enquête van het Capgemini Research Institute gaf 67%²⁰ van de respondenten aan dat retailers en merken de prijzen moeten verlagen om aan de vraag van de consument te voldoen.

Retailers zullen dus andere manieren moeten vinden om hun kosten te verlagen om zo het verdienmodel enigszins overeind te houden. In een aantal gevallen is het weerstandsvermogen onvoldoende en zullen er ondernemers afhaken. Dit betekent dat deze winkelexploitaties op de markt worden aangeboden.

¹⁸ Drie kwart van de Ondernemers ervaart personeelstekort (CBS, 2023)

¹⁹ In alle beroepsgroepen sprake van krapte (UWV, 2022)

²⁰ Enabling cost reductions will be key for retailers to attract today's frugal consumer (Capgemini Research Institute, 2023)

Opvolgingsproblematiek

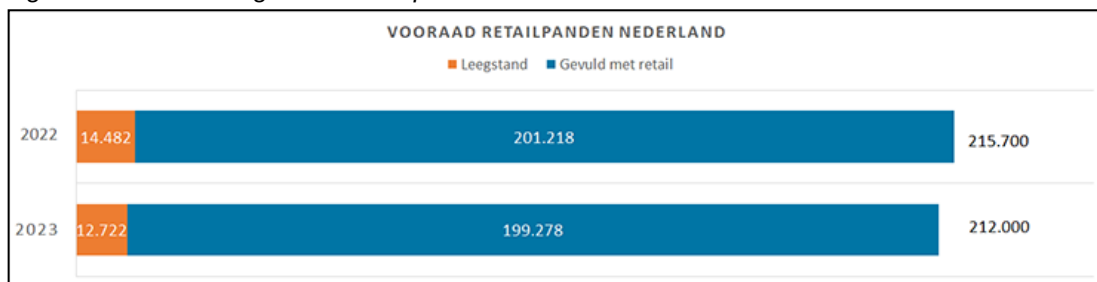
De vergrijzing onder Mkb'ers stijgt en de komende jaren bereiken veel ondernemers de pensioengerechtigde leeftijd. De opvolging van het bedrijf is echter vaak een probleem. Opvolgers zijn er nauwelijks te vinden. En als die al gevonden kunnen worden is het exploitatiemodel voor starters vaak niet rendabel te maken. Enerzijds omdat de exploitatiekosten hoger liggen, anderzijds omdat de banken zware voorwaarden stellen aan het financieren. In grotere kernen komt wellicht een filiaalbedrijf in het pand, maar in kleinere kernen met een beperkt draagvlak en op minder goede locaties ontstaat vaker leegstand.

Leegstand daalt, functiewijziging stijgt

Onder andere als gevolg van de economische crisis, de stijgende kosten, het teruglopende verdienmodel en de ontwikkeling van het online winkelen zou je verwachten dat de leegstand toeneemt. In 2023 is er echter sprake van een daling van de leegstand. De functiewijziging is daarin de hoofdoorzaak.

Met alles wat er afgelopen jaar is gebeurd, is de sterke daling van de leegstand een verrassende ontwikkeling. De reden van de daling is dan ook niet dat in leegstaande panden nieuwe retailers zijn gestart. De dalende leegstand wordt veroorzaakt doordat veel winkelpanden vorig jaar een andere functie hebben gekregen. Het aantal panden met een retailfunctie daalde vorig jaar landelijk van bijna 215.700 aan het begin van het jaar naar 212.000 aan het eind van hetzelfde jaar²¹. Dat is dus een afname van 3.700 panden.

Figuur 2: Ontwikkeling aantal retailpanden



Bron: Winkelleegstand Nederland daalt naar laagste niveau in meer dan 10 jaar (Locatus, 2023)

Het grootste deel van het aantal panden dat uit de voorraad onttrokken is, was voor die tijd nog gevuld (5.700 panden). Het andere deel (2.900 panden) stond op dat moment leeg, procentueel is 20% van de panden die aan het begin van het jaar leegstonden uit de retail voorraad onttrokken. Voor gevulde panden was dit 2,8% van de panden. Gevulde panden die uit de voorraad zijn verdwenen lagen vooral buiten winkelgebieden (57% van de onttrokken panden). Leegstaande panden die uit de voorraad zijn verdwenen lagen veel vaker in winkelgebieden. Hier ging het slechts in 17% van de gevallen om een pand buiten een winkelgebied.

²¹ Winkelleegstand Nederland daalt naar laagste niveau in meer dan 10 jaar (Locatus, 2023)

BRDG Advies

Wederik 1
9801 LX Zuidhorn

0594-528358

info@brdgadvies.nl

www.brdgadvies.nl



BRDG Advies

Ruimtelijk Economisch Advies
& Procesmanagement