

**MASTER**

**Een tweede toekomst voor winkelstrips**

Soeterboek, R.

*Award date:*  
2004

[Link to publication](#)

**Disclaimer**

This document contains a student thesis (bachelor's or master's), as authored by a student at Eindhoven University of Technology. Student theses are made available in the TU/e repository upon obtaining the required degree. The grade received is not published on the document as presented in the repository. The required complexity or quality of research of student theses may vary by program, and the required minimum study period may vary in duration.

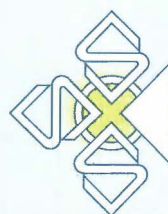
**General rights**

Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain

ARR  
2004  
BWK

3305



**Seinpost**

ADVIESBUREAU BV

# Een tweede toekomst voor winkelstrips

*afstudeerscriptie*

Rotterdam/Eindhoven, juni 2004



**Seinpost**

ADVIESBUREAU BV

# Een tweede toekomst voor winkelstrips

*afstudeerscriptie*

Auteur  
Rob Soeterboek (s453453)

Opleiding  
Technische Universiteit Eindhoven (TU/e)  
Faculteit Bouwkunde  
Leerstoel Vastgoedbeheer

Afstudeercommissie  
Drs J.J.A.M. Smeets (voorzitter)  
Ir I.I. Janssen  
Drs R. Eldering

Technische Universiteit Eindhoven (TU/e)  
Technische Universiteit Eindhoven (TU/e)  
Seinpost adviesbureau B.V.

accoord:

Rotterdam/Eindhoven, juni 2004

## Voorwoord

Dit rapport is geschreven in het kader van het afronden van mijn studie aan de Technische Universiteit Eindhoven (TU/e), faculteit Bouwkunde, leerstoel Vastgoedbeheer. Het onderzoek dat ten grondslag ligt aan het rapport is uitgevoerd bij Seinpost Adviesbureau B.V. te Rotterdam. Seinpost Adviesbureau is werkzaam op de terreinen stedelijke economie, veiligheid, wijkontwikkeling en werkgelegenheid.

Ik wil Seinpost bedanken voor de mogelijkheid die mij geboden is mijn onderzoek binnen hun organisatie uit te voeren. Bijzondere dank gaat uit naar René Eldering die mij tijdens mijn onderzoek gesteund, aangestuurd en begeleid heeft.

Voorts wil ik mijn begeleiders van de TU/e bedanken, Ingrid Janssen en Jos Smeets voor hun scherpe zienswijze, kritische noten en kennis.

Rob Soeterboek  
Eindhoven, juni 2004

# Inhoudsopgave

<b>I</b>	<b>Inleiding</b>	<b>I</b>
1.1	Probleemschets	1
1.2	Winkelstructuur in Nederland	1
1.3	Aantasting winkelstructuur	2
1.4	Invloed op de buurtwinkelcentra	3
1.5	Neerwaartse spiraal buurtwinkelcentra	3
1.6	Tegengaan negatieve ontwikkelingen	4
1.7	Probleem- en doelstelling	5
1.8	Onderzoeksopzet	6
<b>2</b>	<b>Problematiek buurtwinkelcentra</b>	<b>9</b>
2.1	Centraal staande winkelcentra	9
2.1.1	Definiëring kleine buurtwinkelcentra	9
2.1.2	Ruimtelijke structuur kleine buurtwinkelcentra	10
2.1.3	De naoorlogse wijk	10
2.2	Oorzaken problematiek	11
2.2.1	Maatschappelijke ontwikkelingen	11
2.2.2	De consument	12
2.3	Voorbeelden winkelstrips	14
2.4	Neerwaartse spiraal in winkelstrips	18
<b>3</b>	<b>Ingrijpen in de neerwaartse spiraal</b>	<b>19</b>
3.1	Insteek methodiek	19
3.2	Methoden voor winkelcentrumonderzoek	20
3.3	Toepassen bestaande methoden op winkelstrips	21
3.4	Uitgangspunten nieuwe methodiek voor winkelstrips	23
<b>4</b>	<b>Methodiek locatiepotentie buurtwinkelcentra</b>	<b>25</b>
4.1	Definiëren omgeving	25
4.2	Omgevingsanalyse op micro- en mesoniveau	26
4.3	'Site'-analyse	27
4.4	'Situation'-analyse	30
4.5	Omgevingsfactoren vanuit functies	32
4.6	Alternatieve ontwikkelingsrichtingen	33
4.7	Concepteisen	35
4.8	Conclusie	37

<b>5</b>	<b>Vertaling concepten in functioneel programma</b>	<b>39</b>
5.1	Aandachtspunten voor de programmering	39
5.1.1	Kansrijke aanknopingspunten voor de functionele programmering	39
5.1.2	Belemmeringen aan de functionele programmering	40
5.2	Afbouwconcept	41
5.3	Domeinconcept	42
5.4	Knooppuntconcept	44
5.5	Domein <sup>+</sup> -concept	46
5.6	Conclusie	48
<b>6</b>	<b>Illustratie methodiek aan de hand van cases</b>	<b>49</b>
6.1	Inleiding	49
6.2	Case 1: Meerssenerweg Maastricht	50
6.3	Case 2: Hendrik Berlagestraat Breda	53
6.4	Case 3: Brucknerplein Eindhoven	56
6.5	Case 4: Stieltjesplein Rotterdam	59
6.6	Conclusie	61
<b>7</b>	<b>Conclusies en aanbevelingen</b>	<b>63</b>
7.1	Conclusies	63
7.2	Aanbevelingen	64
	<b>Samenvatting</b>	<b>67</b>
	<b>Literatuurlijst</b>	<b>77</b>
	<b>Bijlage 1 Segmentaties</b>	<b>79</b>
	<b>Bijlage 2 Analysemethoden</b>	<b>81</b>
	<b>Bijlage 3 Locatiepotentie cases</b>	<b>85</b>

# I Inleiding

## I.1 Probleemschets

Winkelstrips in naoorlogse wijken boden in de beginjaren van hun bestaan een volledig assortiment bestaande uit een bakker, slager en groenteboer, eventueel aangevuld met andere functies. In een tijd van woningnood werden deze wijken gebouwd voor kleine gezinnen met daarop afgestemde voorzieningen zoals scholen, wijk- en buurtwinkelcentra. Door diverse ontwikkelingen zijn door de jaren heen de keuzemogelijkheden voor de consument toegenomen. Nu wordt heel af en toe de winkel op de hoek gemist, voor de vergeten boodschap, bijvoorbeeld als om vijf minuten voor het avondeten klaar is blijkt, dat de melk op is. Inmiddels is een groot deel van de oorspronkelijke winkels vertrokken uit de strip, omdat de consument er in toenemende mate voor gekozen heeft om die kleine winkel om de hoek met dat beperkte assortiment en weinig parkeerplaatsen links te laten liggen om één of twee keer per week elders 'runshoppend' de bulkaankopen te doen. Deze winkelvoorzieningen zijn, op basis van omzet die wordt verkregen door de verkoop van de 'vergeten boodschap', in bedrijfseconomische zin niet te exploiteren.

Met name in de wat grotere steden is deze problematiek eenvoudig herkenbaar. Tal van winkelstrips bestaan uit enkele buurtgerichte winkels, ondernemingen waarvan de bedrijfsvoering niet helemaal duidelijk is en afgeplakte of dichtgetimmerde etalageruiten. De kwaliteit van de winkelvoorzieningen is in deze situaties zichtbaar achteruit gelopen en de verloederding doet zijn intrede. Er kan gesproken worden over winkelstrips die in een neerwaartse spiraal verkeren, een negatieve ontwikkeling die in de praktijk moeilijk lijkt te keren.

## I.2 Winkelstructuur in Nederland

Volgens tellingen [Locatus, 2003] zijn er in Nederland bijna 108.000 winkels met een totaal winkelvloeroppervlak van ruim 24,1 miljoen m<sup>2</sup>. Het merendeel van het aanbod is gevestigd in winkelgebieden, waarbij als belangrijkste criterium geldt dat er minimaal vijf verkooppunten in de detailhandel binnen het gebied gelegen moeten zijn. Nederland telt in totaal 2.130 winkelgebieden.

Dat niet alle winkelvoorzieningen hetzelfde zijn, spreekt voor zich, maar er is in Nederland wel een duidelijke ordening aanwezig. In vergelijking met omliggende landen bestaat er een fijnmazige opbouw van de detailhandel [Vrijthoff, 1998]. Deze functioneel-hiërarchische structuur is ontstaan door ordening van winkelgebieden op basis van de functie die het winkelgebied heeft voor een geografisch afgebakend gebied. De rangorde is gebaseerd op verzorgingsbereik, reisafstanden, differentiatie in het aanbod en omvang. Er kan

onderscheid gemaakt worden tussen hoofd- en nevencentra.

Het hoofdwinkelcentrum is meestal het historische hart, dat een centrale ligging inneemt en heeft binnen de winkelstructuur de grootste omvang. Hier vindt doorgaans het recreatieve winkelen plaats. De historische setting zorgt in veel gevallen voor een aantrekkelijk winkelmilieu en eveneens voor een hoog onderscheidend karakter, hetgeen kan zorgen voor toeristische aantrekkelijkheid en regionaal bezoek.

De nevencentra bevinden zich in later gebouwde wijken en buurten. Naast de geringere omvang gaat het in de meeste gevallen om planmatig ontwikkelde winkelcentra met een eenvoudige opzet en goede bereikbaarheid per auto. De nevencentra richten zich in het algemeen op gemak.

### **1.3 Aantasting winkelstructuur**

In de detailhandelssector doen zich ontwikkelingen voor die van invloed zijn op de traditionele structuur zoals die in Nederland aanwezig is. Door wijzigingen in het consumptie- en leefpatroon, als gevolg van demografische, maatschappelijke en economische ontwikkelingen, heeft er een omslag plaatsgevonden in het koopgedrag van de consument, resulterend in nieuwe voorkeuren en eisen aan aankoopplaatsen. De dynamiek van de detailhandelssector is door de overheid bevorderd door het toegepaste PDV/GDV-beleid (perifere detailhandelsvestiging en grootschalige detailhandelsvestigingen). Hierdoor zijn er perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen, overwegend gericht op doelgerichte aankopen in de non-food sfeer, ontstaan op goed bereikbare locaties. Op kleinere schaal doen zich ontwikkelingen voor naast snelwegen en op plaatsen met grote passantenstromen, zoals in tankstations en bij stationslocaties. Deze nieuwe vormen van detailhandel snoepen allen een bepaald percentage omzet af van winkelcentra die functioneren in de oorspronkelijke functioneel-hiërarchische structuur.

De op locatie gebaseerde functionele hiërarchie van de winkelstructuur is door deze toenemende marktwerking in combinatie met het veranderde koopgedrag van de consument gedeeltelijk aangetast, waardoor enkele typen winkelcentra onder druk zijn komen te staan. Met name de kleinere winkelconcentraties in dorpen en buurten hebben te lijden onder de toenemende druk van centra van een hogere orde, die een completer aanbod hebben. Daardoor bestaat er onzekerheid over de toekomst van deze winkelvoorzieningen.



## 1.4 Invloed op de buurtwinkelcentra

*“Het gaat niet goed met de kleine winkelstrip om de hoek. Verlaten door de middenstanders en vergeten door de buurt, zakken de winkelrijtjes weg in leegstand en verloedering” [BN/DeStem, 2002].*

Als gevolg van draagvlakvermindering binnen het verzorgingsgebied door een lagere woningbezetting en grotere mobiliteit van consumenten, is het aantal buurtcentra de laatste jaren gedaald [D&P, 2000]. Dit kan als aanwijzing worden gezien dat het verval van de hiërarchische structuur zich het sterkst doet voelen aan de onderkant van de hiërarchie, namelijk in de buurtwinkelcentra.

Maar ook aan de aanbodkant (mede als antwoord op de vraag) doen zich ontwikkelingen voor die een negatieve uitwerking hebben op deze centra. Vele (groot)winkelbedrijven besluiten tot schaalvergroting om zodoende aan de wens van de moderne consument tegemoet te komen om comfortabel te kunnen winkelen terwijl nagenoeg alles aanwezig en tevens ruimtelijk overzichtelijk gerangschikt is. De ontwikkeling van schaalvergroting leidt tot de wil en noodzaak voor detaillisten steeds meer consumenten (en dus een groter marktgebied) aan te trekken om de beoogde omzet te bewerkstelligen.

Het merendeel van de buurtwinkelcentra heeft niet de kwaliteiten een dergelijk marktgebied te ‘veroveren’ om zodoende op termijn de functie van een volledig buurtcentrum te (blijven) vervullen. Het betreft hier met name de kleine buurtvoorzieningen die als onderdeel van de buurtwinkelcentra worden getypeerd en tevens de onderste laag uit de winkelhiërarchie vormt [Bolt, 1995]. Deze buurtwinkelcentra hebben een maximale omvang van 2500 m<sup>2</sup> bvo en dragen zorg voor de dagelijkse boodschappen, waarbij de buurt het verzorgingsgebied vormt. Varianten van deze buurtwinkelcentra zijn de winkelstroken/-strips, buurtsteunpunten en dorpscentra.

## 1.5 Neerwaartse spiraal buurtwinkelcentra

De uitholling van het draagvlak per buurt door een lagere woningbezetting en een toename van de mobiliteit, de voorkeur van de consumenten en de schaalvergroting, die zich vooral bij supermarktorganisaties voordoet, zet met name de kleine buurtwinkelcentra onder druk. De neerwaartse spiraal waarin deze concentraties zijn beland, is een trend die landelijk waar te nemen is. Bij onveranderd beleid dreigen deze winkelvoorzieningen een stille dood te sterven. Dit komt duidelijk naar voren in verschillende recente gemeentelijke detailhandelsnota’s [Gemeente Utrecht, 2000 en Gemeente Breda, 2002].

*Ooit waren de winkelcentrumpjes het kloppende hart van de buurt. Maar nu danken deze winkelvoorzieningen hun bestaansrecht vaak nog slechts aan ouderen en uitkeringsafhankelijken, overige buurtbewoners komen er slechts incidenteel langs voor hun ‘vergeten’ boodschappen [Haagsche Courant, 2002].*

Buurtwinkelcentra van een grotere omvang hebben nog wel bestaansrecht, maar ook deze leiden vaak een kwakkelend en onzeker bestaan.

Vaak ligt er in de nabijheid van een dergelijke winkelconcentratie een winkelcentrum van een hogere orde, waar de consument wel een compleet aanbod kan vinden van dagelijkse en wekelijkse boodschappen, maar ook duurzame artikelen zoals kleding, meubels en elektronica. Hierdoor verdwijnen er steeds meer winkels uit de buurtwinkelcentra. Met als gevolg dat er langdurige leegstand waar te nemen is, waardoor onaantrekkelijke plekken binnen de wijk ontstaan welke gekenmerkt worden door afgeplakte etalageruiten en verval.

De centra verliezen hun winkelfunctie en vervolgens wordt er regelmatig getracht een alternatieve invulling of een functiewijziging te geven aan de leegstaande winkelunits. Een ontwikkeling die men veelal in de grote steden ziet, zijn de 'buitenlandse' winkels. Is alternatieve invulling geen oplossing dan heeft dit verpaupering tot gevolg, wat vaak leidt tot sloop.

## **1.6 Tegengaan negatieve ontwikkelingen**

Doordat steeds meer winkels verdwijnen uit de buurtwinkelcentra neemt de leegstand toe en verdwijnen de voorzieningen voor de bewoners uit de buurt. Indien er niet ingegrepen wordt, neemt de verloedering toe en komt de leefbaarheid van de buurt verder onder druk te staan. Deze situatie is voor veel gemeentes een doorn in het oog en zij zijn zich dan ook bewust van de noodzaak om in te grijpen, maar oplossingen laten lang op zich wachten. Gemeentes zijn niet de enige partij die gebaat zijn bij ingrepen in de neerwaartse spiraal.

Vanwege dalende rendementen zijn beleggers al enige tijd niet meer geïnteresseerd in buurtwinkelcentra zoals winkelstrips. Het dalen van het rendement is vooral gelegen in het feit dat de alternatieve functies die zich in de leegstaande winkelunits vestigen, vaak niet die huurprijs kunnen betalen die de winkel voorheen betaalde. Hierdoor daalt dus zowel het direct (huurinkomsten) als het indirect (waarde van het object) rendement. Voor eigenaren van nabijgelegen vastgoedobjecten, zoals woningcorporaties, is de staat waarin de winkelvoorzieningen verkeren van invloed op de waarde en de verhuurbaarheid van de woningen uit de portefeuille. De achteruitgang van een winkelstrip en de toenemende leegstand heeft tenslotte ook effect op de zittende ondernemers, deze moeten noodgedwongen de onderneming in deze situatie voortzetten, omdat verhuizing vaak geen reële optie is.

Om de aantrekkingskracht en vitaliteit van buurtwinkelcentra te verbeteren, zal de negatieve spiraal doorbroken moeten worden. Hiermee wordt ingespeeld op zowel verbetering van de leefbaarheid van de buurt als op het creëren van een basisvoorzieningspakket voor (oudere) bewoners die behoefte hebben aan voorzieningen op korte (loop)afstand.

In het geval van een alternatieve invulling, zal deze goed afgestemd moeten worden op de kwaliteiten van de buurt of wijk waarin deze zich bevindt om zo toch de maatschappelijke functie van het gebied te kunnen waarborgen.

## 1.7 Probleem- en doelstelling

Dit onderzoek zal de positie van de kleine buurtwinkelcentra bepalen en bestuderen welke oplossingen er mogelijk zijn. De detailhandel, het vastgoed en de maatschappelijke context zullen hierin centraal staan.

Naar aanleiding van de geschetste situatie van het probleem is de volgende *probleemstelling* geformuleerd:

***Welke nieuwe functionele invullingen voor kleine buurtwinkelcentra die in een negatieve spiraal verkeren, zijn mogelijk?***

De aangehaalde probleemstelling omvat een breed kader voor het te verrichten onderzoek, daarom zijn de volgende deelvragen geformuleerd.

- Door welke ontwikkelingen verkeren de buurtwinkelcentra in een neerwaartse spiraal?
- Welke winkelvoorzieningen ondervinden de meeste last van deze ontwikkelingen?
- Aan welke uitgangspunten zal een methodiek moeten voldoen om voor deze winkelcentra te komen tot alternatieve ontwikkelingsrichtingen?
- Hoe kunnen deze uitgangspunten vertaald worden naar een geschikte methodiek?
- Hoe kan aan de hand van deze methodiek worden gekomen tot alternatieve ontwikkelingsrichtingen, welke toegepast kunnen worden op willekeurige buurtwinkelcentra?
- Welke programma's van functies zijn haalbaar binnen deze ontwikkelingsrichtingen?

Met deze deelvragen zijn ook de beperkingen voor dit onderzoek gegeven.

De **doelstelling** waaraan dit onderzoek ten grondslag ligt is de volgende:

***Het ontwikkelen van een methodiek aan de hand waarvan alternatieve ontwikkelingsrichtingen bepaald kunnen worden ten behoeve van kleine buurtwinkelcentra die in een neerwaartse spiraal verkeren.***

Uiteindelijk moet het onderzoek zicht geven op de mogelijkheden van buurtwinkelcentra welke in een neerwaartse spiraal verkeren. Concrete voorstellen voor programma's gaan verder omdat daar sprake is van een financiële haalbaarheid. Deze haalbaarheidstoets is afhankelijk van maatwerk op een bepaalde lokale situatie en valt daarom buiten het bereik van dit onderzoek.

## **1.8 Onderzoeksopzet**

In de doelstelling is naar voren gekomen dat alternatieve ontwikkelingsrichtingen voor slecht functionerende kleine buurtwinkelcentra bepaald zullen gaan worden. Om vorm te geven aan dit uiteindelijke doel van het onderzoek, zal een methodiek opgesteld worden dat gebruikt kan worden bij de bepaling van nieuwe ontwikkelingsrichtingen.

In deze opzet zal stapsgewijs weergegeven worden op welke manier het onderzoek vorm zal gaan krijgen. Hierbij is de opzet onder te verdelen in 7 stappen.

***Stap 1: In beeld brengen van de problematiek die zich voordoet met betrekking tot de kleine buurtwinkelcentra***

Allereerst zullen de centraal staande winkelvoorzieningen gedefinieerd en ingekaderd worden. Vervolgens zal aan de hand van literatuur en praktijkvoorbeelden de problematiek geschetst worden die zich voordoet in deze buurtwinkelcentra. Hierbij zullen de veranderingen besproken worden die zich voordoen in de maatschappij. De effecten die deze hebben gehad op zowel de vraag- als aanbodkant zullen de achterliggende redenen voor de achteruitgang inzichtelijk maken.

Resultaat van deze eerste fase zal zijn dat aan de hand van de problematiek geconcludeerd kan worden dat in veel gevallen de traditionele functionele invulling in bedrijfseconomisch opzicht geen reële toekomst biedt en dat er op zoek gegaan moet worden naar alternatieve invullingen.

*Stap II: Inventariseren van uitgangspunten voor een methodiek om te komen tot alternatieve ontwikkelingsrichtingen*

Om tot een antwoord te kunnen komen op de behoefte aan alternatieve invullingen, zullen uitgangspunten geïnventariseerd worden. Deze uitgangspunten zijn leidend bij het opstellen van de methodiek om de mogelijkheid voor alternatieve ontwikkelingsrichtingen in kaart te brengen. De methodiek moet uitkomst bieden voor de noodlijdende situatie waarin de buurtwinkelcentra verkeren.

*Stap III: Opzetten methodiek*

Nu in kaart is gebracht aan welke voorwaarden de methodiek moet voldoen kan hier verder vorm aan gegeven worden. Er zal stapsgewijs toegewerkt worden naar een methode die de kwaliteiten van een buurtwinkelcentrum in kaart brengt en van waaruit gekomen kan worden tot kansen die kunnen leiden tot mogelijkheden voor de toekomst.

*Stap IV: Bepalen alternatieve ontwikkelingsrichtingen*

Nadat een methodiek opgesteld is, zullen aan de hand hiervan alternatieve ontwikkelingsrichtingen naar voren komen. Deze richtingen zullen algemeen toepasbaar dienen te zijn op de kleine buurtwinkelcentra zoals die zich in Nederland bevinden.

*Stap V: Uitwerking alternatieve ontwikkelingsrichtingen*

De alternatieve ontwikkelingsrichtingen zoals naar voren gekomen aan de hand van de methodiek zullen verder uitgewerkt worden. Naar voren dient te komen hoe deze ontwikkelingsrichtingen kunnen leiden tot een programma voor nieuwe invullingen.

*Stap VI: Illustratie aan de hand van cases*

Aan de hand van een aantal cases zal de werking van de methodiek geïllustreerd worden. Door de methodiek toe te passen op een case, zal gekomen worden tot een bepaalde ontwikkelingsrichting zoals deze naar voren gekomen zijn. Hiermee wordt de toepasbaarheid van de ontwikkelde methodiek in kaart gebracht.

*Stap VII: Conclusies en aanbevelingen*

De conclusies met betrekking tot dit onderzoek zullen weergegeven worden en vervolgens zullen aanbevelingen gedaan worden voor vervolgonderzoek en het hanteren van de opgestelde methodiek.



## **2 Problematiek buurtwinkelcentra**

De basis voor de toekomst ligt in het heden. Voor een analyse van de mogelijke toekomstige ontwikkelingsrichtingen moet daarom eerst een scherp beeld worden gepresenteerd van de huidige problematiek zoals die zich voordoet binnen de buurtwinkelcentra. Hieraan voorafgaand zal besproken worden om welke centra het precies gaat wanneer in dit onderzoek gesproken wordt over buurtwinkelcentra welke in een negatieve spiraal verkeren.

### **2.1 Centraal staande winkelcentra**

Deze paragraaf gaat in op de winkelvoorzieningen die centraal staan in dit onderzoek. Deze winkelvoorzieningen worden eerst gedefinieerd en vervolgens wordt ingegaan op de ruimtelijke verschijningsvorm.

#### **2.1.1 Definiëring kleine buurtwinkelcentra**

Er zijn diverse segmentaties voorhanden die tot een indeling komen van de verschillende winkelcentra zoals die in Nederland aanwezig zijn. Een drietal segmentaties welke hun bruikbaarheid in het verleden hebben bewezen zijn de segmentaties opgesteld door respectievelijk Bolt [1995], het IMK REA [1997] en Locatus [2003]. In studies naar winkelvoorzieningen, detailhandelsnota's en detailhandelsstructuurvisies wordt veelvuldig gebruik gemaakt van deze indelingen. De hier aangehaalde segmentaties hebben ieder een andere invalshoek om een categorisering te kunnen maken van het winkelvastgoed in Nederland.

Bolt baseert zijn segmentatie op beweegredenen van consumenten om een winkelcentrum te bezoeken, het IMK REA op basis van functionaliteit en Locatus tenslotte op basis van de fysieke eigenschappen van een winkelcentrum. Voor een verdere toelichting op deze segmentaties wordt verwezen naar bijlage I.

In de indeling van Bolt en Locatus vormen de kleine buurtwinkelcentra nadrukkelijk de onderste laag uit de segmentering, vooral vanwege de omvang en het beperkte afzetgebied. In deze eigenschappen zitten dan ook de grootste problemen voor deze winkelconcentraties. In de beschrijving van het IMK REA is reeds ingesprongen op de achteruitgang door het begrip "gemak" de centrale rol te laten spelen in de beschrijving van de functie van een buurtwinkelcentrum. Hiermee wordt ingespeeld op de ontwikkelingen binnen de sector detailhandel en de wijzigende voorkeuren van de consument.

Het planningsconcept van de functionele hiërarchie wordt door Buursink [1977] omschreven als: *een netwerk van interdependente (winkel-)centra, die gezamenlijk een bepaald gebied bestrijken, maar met een onderlinge taakverdeling die er op neerkomt dat elk centrum op een bepaald niveau een functie heeft voor een bepaalde deelmarkt*. Duidelijk is dat het traditionele beeld van een functioneel hiërarchisch georganiseerde winkelstructuur scheuren vertoont. De kleinste winkelvoorzieningen hebben veelal de functie als boodschappencentrum op directe loopafstand verloren. Het benodigde draagvlak om naar behoren te kunnen blijven functioneren wordt niet meer gehaald. Voor een optimaal buurtwinkelcentrum mag de supermarkt eigenlijk niet ontbreken om de functie als boodschappenlocatie te behouden. Meer en meer wordt de nadruk gelegd op een gemakscentrum waar tevens andere voorzieningen dan de reguliere detailhandel deel van uit kunnen maken.

### **2.1.2 Ruimtelijke structuur kleine buurtwinkelcentra**

De kleine buurtwinkelcentra zijn doorgaans te herkennen aan de stripstructuur. Het stripcentrum is de eenvoudigste vorm van een winkelconcentratie, waarbij alle winkels in lijn naast elkaar liggen. Deze vorm is alleen maar geschikt voor kleinschalige winkelvoorzieningen. Zou de stripfiguratie bij omvangrijke winkelconcentraties worden toegepast, dan zouden de loopafstanden voor het winkelende publiek veel te groot worden. Voorts kan in het stripcentrum moeilijk de ruimtelijke winkelorganisatie en sfeer worden gecreëerd die moderne consumenten in winkelcentra verwachten.

De winkelstrips waar zich de problemen voordoen die hebben geleid tot de neerwaartse spiraal zijn met name terug te vinden in naoorlogse wijken uit de periode 1945-1965 in de wat grotere steden [Draak, 1993]. In de plint van een tweelaagse woonvorm zitten nog enkele buurtwinkels met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak van 1000 m<sup>2</sup>. Volgens een telling van Locatus [2003] zijn er in Nederland 425 winkelstrips met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak van 1.000 m<sup>2</sup>. In de winkelstrips bevinden zich doorgaans 5 tot 9 winkelunits.

### **2.1.3 De naoorlogse wijk**

De beschreven winkelvoorzieningen bevinden zich met name in naoorlogse wijken. Met naoorlogse wijken wordt bedoeld op wijken die grofweg tussen 1945 en 1968 zijn gebouwd, voordat de grote hoogbouw golf plaatsvond. Het gaat om wijken die ruimtelijk en functioneel als eenheid beschouwd kunnen worden en waar het aanbod grotendeels door meergezinswoningen wordt bepaald [Agricola, 1997].



De woningvoorraad van de Nederlandse vroeg-naoorlogse woonwijken wordt gekenmerkt door een groot aandeel kleine woningen met matige voorzieningen. In de grote steden bestaan deze wijken vrijwel uitsluitend uit portiek- en galerijflats. Een vrij algemene trend is de uitstroom van gezinnen en de instroom van starters en migranten met lage inkomens. Deze trend zou de stabiliteit van de wijk bedreigen.

## 2.2 Oorzaken problematiek

Verskillende ontwikkelingen hebben ertoe geleid dat een groot deel van de kleine buurtwinkelcentra in Nederland moeite ondervinden om de oorspronkelijke functie uit te kunnen voeren; het op korte loopafstand beschikbaar stellen van met name de dagelijkse boodschappen. Op de verschillende maatschappelijke ontwikkelingen zal hier verder ingegaan worden. Naast de maatschappelijke ontwikkelingen zijn er ook de reacties van de consument.

*Deze paragraaf is onder andere gebaseerd op de door Seinpost uitgebrachte rapporten 'Detailhandelsvragen Oosterhout, Eindrapportage' [2003] en 'Detailhandelstructuur Feijenoord' [2003], het door Hoofdbedrijfschap Detailhandel [2003] uitgegeven 'Trendrapport 2004' en 'Het nieuwe consumeren' van K. Vuursteen [2003].*

### 2.2.1 Maatschappelijke ontwikkelingen

- Demografische ontwikkelingen

De ontwikkeling van het aantal huishoudens heeft grote veranderingen ondergaan. Er treedt een aanzienlijke gezinsverdunning op doordat mensen vaker alleen gaan wonen en door de toename van het aantal ouderen. De trend naar meer en kleinere huishoudens doet zich nog steeds voor. Hierdoor loopt het draagvlak in de buurten terug, waardoor er onvoldoende marktmogelijkheden zijn voor het rendabel exploiteren van een buurtwinkelcentrum.

De huishoudens zijn aan nog andere ontwikkelingen onderhevig, namelijk de toename van het aantal ouderen en allochtonen. De buurtwinkelcentra springen in veel gevallen niet voldoende in op de toename van deze doelgroepen.

- Sociaal-culturele ontwikkelingen

Op sociaal-cultureel niveau is met name een toenemende individualisering en een afbraak van sociale verbanden waar te nemen. Hierdoor raken bewoners steeds minder gericht op de reguliere, op buurtniveau opererende organisaties en sociale verbanden; de betekenis van 'de buurt' neemt af. Door de toegenomen mobiliteit en keuzemogelijkheden in aankoopplaats zijn consumenten steeds meer in staat gebruik te maken van verschillende

momenten waarop men boodschappen doet of winkelt dan in het verleden het geval was. Voor de buurtwinkelcentra heeft dit tot gevolg dat de buurtbewoners minder waarde aan de "eigen" winkelvoorzieningen hechten en gemakkelijk ergens anders naar toe gaan voor de dagelijkse boodschappen. Bijvoorbeeld dicht bij de werkplek of op weg naar huis bij een supermarkt van grote omvang. Vervolgens wordt het buurtwinkelcentrum in veel gevallen gebruikt als een centrum voor de 'vergeten boodschap'.

- Economische ontwikkelingen

Schaalvergrotingsprocessen zijn al jaren dominant met name in de sector van de dagelijkse goederen. Het proces van schaalvergroting heeft zich het eerst en het meest geprononceerd voorgedaan in de supermarktbranche. Door het realiseren van (steeds) grotere supermarkten, verbreding en verdieping van het assortiment, is het aannemelijk te verwachten dat het marktaandeel van de (grote) supermarkten nog verder zal toenemen. Het perspectief voor de buurtsupers verslechtert hierdoor, aangezien deze niet mee kunnen gaan met deze trend vanwege onder andere de beperkte uitbreidingsmogelijkheden. Daarnaast zijn de verruimde openingstijden, die door de grotere bedrijven gehanteerd worden (de opkomst van 16-24 uurseconomie), nauwelijks een mogelijkheid vanuit bedrijfseconomisch perspectief.

De onlangs gestarte prijzenslag bij de grote supermarktketens, heeft eveneens negatieve effecten op de food-aanbieders in de kleine buurtwinkelcentra. Deze kunnen veelal niet meegaan met de prijsverlagingen die doorgevoerd worden en vervolgens zal het prijsverschil tussen een wijksupermarkt en de buurtsuper of specialist groter worden. Het is maar de vraag of de consument deze extra marge wil betalen alleen maar vanwege de nabijheid van de winkelvoorziening in de directe buurt.

## **2.2.2 De consument**

De ontwikkelingen die zich op het maatschappelijke vlak voordoen hebben effect op het winkelgedrag van de consument. Hier zal kort op ingegaan worden.

- Toename keuzemogelijkheden en eisen

De consument heeft steeds meer ervaring in het kiezen van goederen, diensten, winkels en winkelgebieden. Dit mede vanwege de steeds grotere informatiestromen en toenemende automobilititeit. Men is minder gebonden aan het nabijgelegen winkelapparaat en is bereid grotere afstanden af te leggen, mits het aanbod voldoende attractief is. Indien dit niet het geval is, kiest de consument een andere bestemming.

Aspecten als gemak, comfort en bereikbaarheid spelen een steeds grotere rol in de keuze van een winkelgebied. Hiernaast is de consument de afgelopen tijd ook steeds prijsbewuster geworden.

- Boodschappen doen vs. recreatief winkelen

Het boodschappen doen en recreatief winkelen moeten concurreren met een veelheid aan bezigheden. Een toenemende arbeidsparticipatie en andere tijdsbestedingen maken dat in ieder geval het boodschappen doen zich heeft ontwikkeld tot 'runshoppen': op een efficiënte manier, comfortabel voorzien in de dagelijkse behoeften. Gemak staat centraal. Dit vereist een volledig assortiment aan winkels, die de hoog frequent benodigde artikelen aanbieden, ruimtelijk op een compacte wijze georganiseerd en makkelijk bereikbaar, met altijd voldoende parkeermogelijkheden.

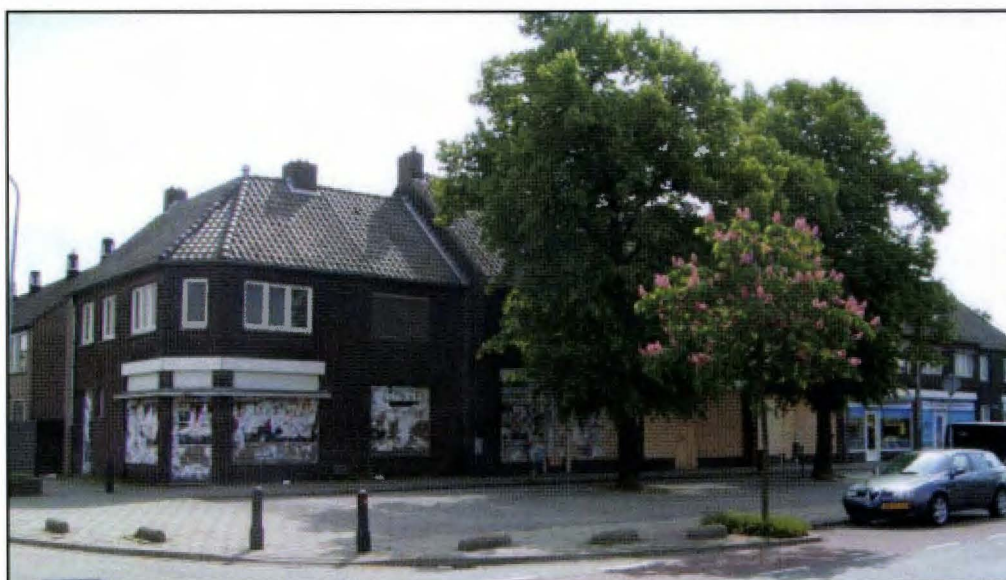
Bij het recreatief winkelen wil de consument in toenemende mate vermaakt worden: 'funshoppen'. Dit betekent naast een kwalitatief hoogwaardig aanbod van non-food branches, met name in de modische hoek, ook de aanwezigheid van prijsstunters en ondersteunende horeca. Dit alles in ambiance met kwaliteit, maar vooral een openbare ruimte die schoon, heel en veilig is. Het kijken en vergelijken betekent veel gelijksoortig aanbod dicht bij elkaar.

Ruimtelijke concentratie is dus een voorwaarde om voor de consument een aantrekkelijk gebied te zijn.

## 2.3 Voorbeelden winkelstrips

Aan de hand van een viertal praktijkvoorbeelden zal de problematiek zoals die zich binnen Nederland voordoet in de winkelstrips, gevisualiseerd worden.

- *Meerssenerweg Maastricht*



De winkelstrip aan de Meerssenerweg ligt in de buurt Wyckerpoort binnen het Maastrichtse stadsdeel Noord-Oost. Ooit was Wyckerpoort een gewilde woonbuurt, maar de afgelopen 25 jaar ging het mis. Werkloosheid sloop de wijk in. Achterstallig onderhoud ook, net als criminaliteit, drugsoverlast en ongelof. Veel winkeliers zijn vertrokken en Wyckerpoort prijkt op de lijst van elf grootste probleemwijken van Nederland [NRC, 2000]. Wyckerpoort is aan te merken als een buurt in de categorie 'overig stedelijk'. Dit houdt in dat er een mix van bouwperiodes aangetroffen wordt waar reeds stadsvernieuwing plaats heeft gevonden. De winkelstrip aan de Meerssenerweg is niet meegenomen in deze stadsvernieuwing en verloedering is duidelijk waarneembaar.

- **Hendrik Berlagestraat Breda**



De winkelstrip aan de Hendrik Berlagestraat is gelegen in de Bredase buurt Geeren-Zuid, welke deel uitmaakt van Hoge Vucht (district Noordoost). De buurt kampt met een slecht imago en er wonen veel allochtonen. De buurt kent vele problemen in de vorm van intimidatie en bedreiging van buurtbewoners, overlast van scooters en auto's, vervuiling en drugshandel en -gebruik. Van de winkelstrip aan de Hendrik Berlagestraat wordt door de probleemjongeren dankbaar gebruik gemaakt als hangplek.

De buurt Geeren-Zuid is gebouwd in de jaren zestig van de vorige eeuw. De compacte naoorlogse bebouwing kent een grote voorraad meergezins huurwoningen, met name uit de periode 1965-1975. De winkelstrip aan de Hendrik Berlagestraat komt uit dezelfde periode en staat voor het grootste gedeelte leeg, de verpaupering is duidelijk waarneembaar.

- ***Stieltjesplein Rotterdam***



De winkelstrip aan het Stieltjesplein is gelegen in Rotterdamse wijk Feijenoord. Feijenoord bestaat uit 'overig stedelijke' woningbouw, waarvan een aanzienlijk deel aan te merken is als vooroorlogse woningbouw.

De winkelstrip aan het Stieltjesplein staat grotendeels leeg en de afgetimmerde voorgevels met graffiti en aanplakbiljetten verraden de verloedering die plaats heeft gevonden.

- **Brucknerplein Eindhoven**



De winkelstrip aan het Brucknerplein is gelegen in de 'groen' buurt Genderdal in het zuidwesten van Eindhoven in het stadsdeel Gestel. Genderdal is een compacte naoorlogse buurt, alle woningen zijn na 1945 gebouwd en zo ook de winkelstrip aan het Brucknerplein. Genderdal kent een hoge werkloosheid en uitkeringsgerechtigden.

Er is in de winkelstrip sprake van een hoge mutatiegraad en leegstand doet zich structureel voor.

## **2.4 Neerwaartse spiraal in winkelstrips**

De beschreven veranderingen zijn van invloed op de structuur van winkelvoorzieningen binnen Nederland. De fijnmazige distributiestructuur kent een lange geschiedenis, maar is voor een deel ook het resultaat van de naoorlogse planmatige ontwikkeling van winkelgebieden. De huidige verzorgingsstructuur bestaat uit hoofd-, stadsdeel-, wijk- en buurtwinkelcentra.

Het ruimtelijk koopgedrag van de consument sloot in de periode direct na de Tweede Wereldoorlog aan bij het planningsconcept van de functionele hiërarchie van winkelcentra. Bij de aanschaf van eerste levensbehoeften (zoals levensmiddelen) die relatief veel worden gekocht, domineerde de wens tot tijdbesparing door middel van afstandsminimalisering. Deze goederen kocht de consument dicht bij huis, dus in buurt- en wijkwinkelcentra welke men te voet of op de fiets kon bereiken. Bij de aanschaf van duurzame goederen wilde de consument kunnen kiezen, tevens was men bereid daar meer moeite voor te doen. Dat kon in centra van hogere orde, soms werd meer dan één winkelcentrum tegelijk bezocht, met de bus of de tram, of zelfs met de fiets.

De negatieve ontwikkelingen spelen op elkaar in en versterken elkaar. In het geval van de kleine buurtwinkelcentra biedt de traditionele invulling geen toekomst meer. De functie die het toebedeeld kreeg in de hiërarchische structuur van na de oorlog blijkt niet meer van toepassing te zijn op de huidige situatie.

Een onmiskenbaar gevolg daarvan is de neerwaartse spiraal waarin deze centra nu verkeren (zoals geïllustreerd in paragraaf 2.3) en de behoefte aan nieuwe functionele invullingen. De centrale vraag is nu hoe gekomen kan worden tot deze nieuwe functionele invullingen. Het volgende hoofdstuk schetst de uitgangpunten die hierbij gehanteerd moeten worden.



### **3 Ingrijpen in de neerwaartse spiraal**

De oorzaken, die ten grondslag liggen aan de neerwaartse spiraal waarin de buurtwinkelcentra verkeren, lijken moeilijk te keren, de markt heeft zijn signaal afgegeven. Doel van dit onderzoek is voor deze groep van winkelcentra tot nieuwe functionele invullingen te komen zodat de negatieve ontwikkelingen gekeerd kunnen worden. Aan de hand van een methodiek zullen mogelijke oplossingen in kaart gebracht worden. Dit hoofdstuk gaat in op de vraag hoe aan deze doelstelling tegemoet gekomen kan worden in de vorm van het formuleren van uitgangspunten die gehanteerd moeten worden om de methodiek op te stellen. Allereerst wordt een beschrijving gegeven van de insteek met betrekking tot de methodiek, voorts zal bekeken worden of er methoden bestaan die hier aan tegemoet komen. Uiteindelijk zal geconcludeerd worden op welke manier vorm aan de methode gegeven moet worden.

#### **3.1 Insteek methodiek**

Om tot een methode te komen die algemeen toepasbaar is op kleine buurtwinkelcentra, moet gestreefd worden naar een indeling van ontwikkelingsrichtingen die gekoppeld kan worden aan bepaalde buurtwinkelcentra. Aspecten van buurtwinkelcentra die voor elke situatie (case) te beoordelen zijn, zullen leidend (en afhankelijk daarvan) zijn in de voor te stellen richting voor ontwikkeling. Voor het doen van algemene uitspraken is het nodig te bepalen welke aspecten van het buurtwinkelcentrum geanalyseerd moeten worden.

Bij deze analyse is het weinig zinvol uit te gaan van de bestaande (kwakkelende) invulling en daarom moet op zoek gegaan worden naar kansen die de strips nieuw leven in kunnen blazen. Om daadwerkelijk toekomstwaarde voor deze centra te kunnen bieden, zal daarom de traditionele invulling losgelaten moeten worden. De detailhandel staat dan niet centraal, maar wel het hele pakket aan diensten en voorzieningen waarvan bewoners uit het verzorgingsgebied gebruik van kunnen/willen maken.

Omdat niet de invulling van het centrum centraal staat, kan op zoek gegaan worden naar kansen in de omgeving die van invloed zijn op levensvatbare voorzieningen op die plaats. Op deze manier ontstaat er een beeld van wat de mogelijkheden zouden kunnen zijn op een bepaalde locatie. Door in deze fase van het onderzoek niet het vastgoed mee te nemen in de analyse, kan een beoordeling plaats vinden van de mogelijkheden zonder deze te laten belemmeren door de staat en hoedanigheid van het vastgoed. In een later stadium zal verder ingegaan moeten worden op deze aspecten om een voorgestelde ontwikkelingsrichting verder uit te werken.

De methodiek zal er daarom ook op gericht moeten zijn de potenties van een locatie van een buurtwinkelcentrum in beeld te brengen, de locatiepotentie.

### 3.2 Methoden voor winkelcentrumonderzoek

In Nederland houden verschillende partijen zich bezig met onderzoek naar winkelvoorzieningen. Zodoende zijn er verschillende methoden ontwikkeld met betrekking tot het analyseren van winkelcentra.

De methoden die het meest toegepast worden, zijn respectievelijk "Checklist buurtwinkelcentrum" van het IMK [Taatgen, 1991], de "sterkte-/zwakte-analyse t.b.v. een winkelcentrum" van Bolt [1995] en de "sterkte-/zwakte-analyse van een winkelgebied" van de WPM groep [2002].

De drie methoden hebben elk de vorm van een checklist en zijn opgesteld om het functioneren van een winkelcentrum in beeld te brengen. Om een analyse van een winkelcentrum te maken en daarbij te komen tot een inventarisatie van alle benodigde aspecten, lijkt dit de meest geschikte vorm. De beschreven methoden verschillen van elkaar op een aantal gebieden, deze verschillen worden weergegeven in figuur 1. Voor een uitgebreidere beschrijving van de verschillende analysemethoden wordt verwezen naar bijlage 2.

<i>Bron</i>	<i>Aard segmentatie winkelcentra</i>	<i>Onderscheidende kenmerken</i>	<i>Type winkelcentrum</i>
<b>IMK</b>	Functioneren	<ul style="list-style-type: none"> <li>- indicatie levensvatbaarheid</li> <li>- omzet, omvang en samenstelling</li> <li>- overige aspecten</li> </ul>	Buurtwinkelcentra met verzorgingsgebieden tot circa 12.000 inwoners en minimaal één supermarkt
<b>Bolt</b>	Situatieanalyse	<ul style="list-style-type: none"> <li>- consumentendraagvlak</li> <li>- presentatie van het aanbod</li> </ul>	Elk type fysiek winkelcentrum
<b>WPM</b>	Ruimtelijk-functioneel	<ul style="list-style-type: none"> <li>- omgeving</li> <li>- locatoneel</li> <li>- functioneel</li> <li>- fysiek</li> <li>- commercieel</li> <li>- vastgoed</li> </ul>	Elk type fysiek winkelcentrum

Fig. 1: Bestaande analysemethoden en bijbehorende kenmerken

Bij de hier genoemde analysekaders ligt de nadruk met name op financieel-economische aspecten als omzet, vloerproductiviteit en kosten. Hiermee wordt het economisch functioneren van zowel de individuele winkels als het winkelcentrum als geheel beoordeeld.

De checklist van het IMK richt zich meer dan de andere methoden op het inschatten van de omzet die de winkels met een assortiment van dagelijkse artikelen in principe moeten

kunnen behalen. Om vervolgens daarmee de vraag te beantwoorden of het centrum in kwestie nu en in de toekomst bestaansmogelijkheden heeft. Deze insteek komt voort uit het feit dat de checklist van het IMK specifiek opgesteld is voor buurtwinkelcentra en niet toepasbaar is voor een winkelcentrum van willekeurige omvang, hetgeen wel de insteek is van de andere methoden. Aan de hand van deze checklist kan vervolgens ook bepaald worden wat theoretisch gezien de ideale omvang en branchesamenstelling van het centraal staande buurtwinkelcentrum is.

Bij de methoden van Bolt en de WPM groep kan door middel van met name de sterkte-/zwakte-analyses een beoordeling worden verkregen van de ruimtelijke structuur in een bepaald winkelgebied. Voorts kan beoordeeld worden op welke punten een revitalisatie van het winkelcentrum zich dient te richten. Voorafgaand aan deze analyse zal vastgesteld moeten worden hoe de marktpositie en het draagvlak van het betreffende centrum ervoor staan. Hier geldt dat indien er onvoldoende bestedingspotentieel in de directe omgeving aanwezig is, een winkelcentrum, hoe volledig ook, niet duurzaam kan functioneren in de traditionele vorm. Aan de hand van de sterkte-/zwakte-analyse kan, in het geval dat er voldoende mogelijkheden bestaan voor het voortbestaan van een winkelgebied, bepaald worden welke voorwaarden er aan het functioneren en de ontwikkeling worden gesteld vanuit de fysiek/ruimtelijke eigenschappen van het winkelcentrum.

De verschillende methoden geven aan de hand van de analyse een beeld van de richting waarin actie ondernomen zou moeten worden ter verbetering (van het aanbod) van een winkelcentrum. Daarbij dient gebruik gemaakt te worden van de sterke punten en moeten de zwakke eigenschappen van het winkelcentrum weggewerkt worden.

### **3.3 Toepassen bestaande methoden op winkelstrips**

De drie checklisten hebben hun toepasbaarheid op winkelcentra bewezen, nu is de vraag of deze ook tegemoetkomen aan de insteek voor een methodiek zoals verwoord in dit onderzoek.

Om dit te kunnen beoordelen, wordt gebruik gemaakt van de checklist zoals opgesteld door het IMK. Reden hiervoor is gelegen in het feit dat deze checklist zich specifiek toespitst op buurtwinkelcentra en dat de checklisten van Bolt en de WPM groep zich beperken tot een sterkte/zwakte-analyse. Het hanteren van een sterkte/zwakte-analyse, opgesteld voor een willekeurig winkelcentrum, leidt tot een overmaat aan zwakke punten indien deze toegepast wordt op de situatie van een winkelstrip. Het resultaat van een dergelijke toets zal al snel als uitkomst hebben dat de winkelstrip niet meer als levensvatbaar beschouwd kan worden.

*Aan de hand van de 'Checklist buurtwinkelcentra', opgesteld door het IMK, zal verder ingegaan worden op de beoordeling van de case 'Brucknerplein te Eindhoven'.*

In het eerste deel van de checklist worden de bestaansmogelijkheden van het buurtwinkelcentrum in kaart gebracht. Daartoe wordt een schatting gemaakt van de hoogte van de omzet die potentieel in het betreffende buurtwinkelcentrum terecht kan komen.

De buurt waarin de winkelstrip aan het Brucknerplein gelegen is, is te klein om voldoende draagkracht te hebben voor een compleet aanbod. Zonder een compleet aanbod kan een winkelcentrum in een buurt de concurrentie met andere winkelcentra buiten de buurt moeilijk winnen. Door de kleinschaligheid van de winkelstrip, het beperkte verzorgingsgebied en de grote mate van concurrentie blijkt dat er geen bestaansgrond is voor een basisvoorziening bestaande uit dagelijks benodigde artikelen.

Deel 2 scheidt vervolgens een indicatie van het feitelijk functioneren van het buurtwinkelcentrum. Daarvoor wordt de potentiële omzet zoals deze voortgekomen zou moeten zijn uit het eerste deel afgezet tegen de werkelijke omzet van de bedrijven.

Door het ontbreken van winkels in de dagelijkse sector aan het Brucknerplein ontbreekt het aan gegevens om dit deel van de checklist in te kunnen vullen.

In het derde deel van de checklist tenslotte komt een groot aantal te beoordelen overige onderwerpen aan de orde die van invloed zijn op het functioneren van een winkelcentrum. Er wordt daarbij onderscheid gemaakt in onderwerpen die bepalend zijn voor het functioneren van een buurtwinkelcentrum, onderwerpen die het functioneren beïnvloeden, maar niet van doorslaggevende betekenis zijn en onderwerpen die effect kunnen hebben op het functioneren. Het is een logisch vervolg op de twee eerste onderdelen en richt zich voor een gedeelte met name op het assortiment, kwaliteit en prijsimago van de supermarkt.

Met name door het ontbreken van een supermarkt aan het Brucknerplein zijn er te weinig gegevens om het derde deel van de checklist volledig in te vullen.

Door het ontbreken van een supermarkt en aanverwante dagelijkse voorzieningen in de winkelstrip aan het Brucknerplein kan de 'checklist buurtwinkelcentrum' van het IMK niet volledig ingevuld worden op de drie onderdelen. Daarbij komt nog het beperkte verzorgingsgebied, welke in geen geval de ondergrens van 12.000 inwoners kan bereiken. In de buurt Genderdal waar de winkelstrip gelegen is, wonen nog geen 3000 inwoners. Door deze feiten (gebreken) kan er geen positief oordeel gegeven worden over deel 1 (indicatie levensvatbaarheid) en deel 2 (omzet, omvang en samenstelling) van de checklist. Het laatste deel is voor een gedeelte toetsbaar op de situatie van de winkelstrip, maar biedt geen oplossingsrichtingen.

De besproken methoden richten zich voornamelijk op het al dan niet handhaven van een winkelcentrum en baseren zich bij uitstek op financieel-economische aspecten. Dit is een praktische manier wanneer op zoek gegaan wordt naar ingrepen in de bestaande (fysieke) structuur van een bestaand winkelcentrum, met de bedoeling dit centrum 'sterker' te maken.

In het geval van winkelstrips zijn deze financieel-economische aspecten het grote struikelblok. Het toetsen van winkelstrips aan de hand van deze methoden leidt dan ook al snel tot de conclusie dat deze winkelvoorzieningen niet levensvatbaar meer zijn met als gevolg dat de winkelstrips 'afgeschreven' dienen te worden. Duidelijk is dat aan de hand hiervan geen concrete oplossingen gevonden kunnen worden voor het probleem dat zich ter plaatse voordoet. Voorts kan gesteld worden dat de beschreven methoden te kort doen aan de doelstelling van dit onderzoek.

### **3.4 Uitgangspunten nieuwe methodiek voor winkelstrips**

In kleine buurtwinkelcentra doet zich een structureel gebrek aan bestedingspotentieel voor, het draagvlak van het winkelgebied is onvoldoende om een minimum assortiment aan winkels in stand te houden, zoals men die in het verleden gewend was. Toepassen van bestaande analysemethoden voor winkelcentrumonderzoek leiden tot de conclusie dat deze winkelvoorzieningen niet levensvatbaar meer zijn. Op de vraag wat er dan gedaan moet worden met het leegstaande vastgoed geven geen van de methoden antwoord. Het gaat te ver om elke slecht functionerende winkelstrip af te breken en daar woningen voor in de plaats neer te zetten, daarmee gaat de functie voor de buurt geheel verloren. Daarom moet op zoek gegaan worden naar alternatieve ontwikkelingsrichtingen die wel toekomst kunnen bieden voor de strips. Waar hiervoor de kansen en aanknopingspunten liggen kan niet bepaald worden aan de hand van de besproken analysemethoden. Dit komt door het feit dat er uitgegaan wordt van het functioneren van de huidige invulling en niet ingegaan wordt op de vraag wat er mogelijk zou kunnen zijn op de plek van een winkelstrip, de locatiepotentie. Om die vraag te kunnen beantwoorden moet in de omgeving op zoek gegaan worden naar kansen en kansrijke aanknopingspunten die mogelijkheden bieden voor deze alternatieve ontwikkelingsrichtingen. Zodoende wordt duidelijk afgeweken van de werkwijzen zoals toegepast door de drie genoemde partijen en wordt tegemoetgekomen aan de doelstelling zoals verwoord in dit onderzoek.

De volgende uitgangspunten worden meegenomen bij de ontwikkeling van de methodiek voor het bepalen van de locatiepotentie van een buurtwinkelcentrum:

- de methodiek dient te leiden tot algemene uitspraken over de alternatieve ontwikkelingsrichtingen voor kleine buurtwinkelcentra;
- de potentie van de locatie staat centraal en niet de huidige invulling van het buurtwinkelcentrum en het functioneren daarvan;
- in de oplossingsrichtingen staat niet de detailhandel centraal, maar het hele pakket aan voorzieningen, producten en diensten die op de locatie kunnen worden aangeboden;
- de feitelijke situatie van het buurtwinkelcentrum en het vastgoed zal aan bod komen nadat de algemene ontwikkelingsrichtingen naar voren zijn gekomen.

Naast de beschreven uitgangspunten kunnen nog een aantal algemene voorwaarden geformuleerd worden:

- algemeen van karakter: de methodiek zal zo uniform mogelijk moeten zijn, ongeacht de plaatselijke omstandigheden (toepasbaar op elke situatie in Nederland);
- eenduidig: de methodiek zal reproduceerbaar moeten zijn, eenieder moet tot dezelfde kwaliteitsoordelen kunnen komen aan de hand van de te hanteren methodiek.

Nu uiteengezet is welke uitgangspunten er aan de methodiek gesteld worden, zal in hoofdstuk 4 toegewerkt worden naar een methodiek die van toepassing is op kleine buurtwinkelcentra, zoals verwoord in de doelstelling van dit onderzoek. Centraal staat de vraag hoe de potentie van een locatie in kaart gebracht kan worden.

## 4 Methodiek locatiepotentie buurtwinkelcentra

De locatie van een buurtwinkelcentrum vormt de basis voor alternatieve ontwikkelingsrichtingen. De praktische betekenis van de potentiebepaling van een locatie is gelegen in de mogelijkheid te komen tot een systematische evaluatie van de verschillende van belang geachte omgevingsaspecten. Met de locatie wordt een geografische plek aangeduid waarvoor in kaart gebracht moet worden welke (combinatie van) functies daar mogelijk zouden kunnen zijn. Daarvoor is het van belang de kwaliteiten van de omgeving die invloed hebben op de locatie en dus ook op de potentie, toetsbaar te maken. Aan de hand van een beoordeling van de kwaliteiten zal worden gekomen tot alternatieve ontwikkelingsrichtingen.

Van belang is eerst duidelijk uiteen te zetten hoe de omgeving eruitziet, waar deze uit bestaat, alvorens deze toetsbaar te kunnen maken om vervolgens conclusies te kunnen trekken die ingaan op de potentie van de locatie.

### 4.1 Definiëren omgeving

Een locatie functioneert binnen de eigen omgeving, maar zou mogelijk ook een functie voor een groter gebied kunnen vervullen. Deze zienswijze deelt de omgeving op in twee niveaus. Maar er is nog een hoger schaalniveau te onderkennen welke als de externe omgeving [Ogilvie, 2001] aangeduid kan worden. Dit zijn de invloeden van buitenaf waar geen invloed op uitgeoefend kan worden, het zijn als het ware vaststaande feiten/ontwikkelingen (alhoewel deze juist erg dynamisch van karakter zijn).

In 'Productontwikkeling binnen regiomarketing' [Verlaet, 1997] worden deze schaalniveaus binnen de omgeving respectievelijk aangeduid als micro-, meso- en macroniveau.

Rekening houdend met de insteek van dit onderzoek kunnen deze niveaus als volgt vertaald worden:

- *Microniveau;*  
Het microniveau betreft de directe omgeving van de locatie. Deze directe omgeving is de buurt die te voet makkelijk te bereiken is (straal van ongeveer 500 meter) en volgt vaak uit gemeentelijke indelingen. In deze gemeentelijke indelingen is doorgaans rekening gehouden met ruimtelijke begrenzingen, zoals groenstroken, hoofd- en waterwegen.

- *Mesoniveau;*  
Een mesoniveau binnen de omgeving laat zich minder eenduidig omschrijven als een geografisch afgebakend gebied. Dit niveau zal aangeduid worden als de omgeving die verder strekt dan de eigen buurt waarin het gelegen is. Het kan dan nabijgelegen buurt(en) betreffen, maar ook een wijk of (deel van) een stad.
- *Macroniveau;*  
Het macroniveau is de externe omgeving. Het bestaat uit maatschappelijke trends en ontwikkelingen en bevindt zich op het hoogste schaalniveau. Het is niet aan te duiden als een geografisch afgebakend geheel. Het betreffen de ontwikkelingen die zich van buitenaf voordoen welke wel degelijk van invloed zijn op de lagere schaalniveaus.

Het opdelen van de omgeving in de drie schaalniveaus heeft als toegevoegde waarde dat er op verschillende niveaus op zoek gegaan wordt naar kansen met betrekking tot de potentie van een locatie. De potentie van een locatie kan namelijk in de eigen buurt gevonden worden, maar kan eveneens (of juist) binnen een groter geheel gevonden worden als onderdeel van een stad/gemeente of deel uitmakend van een bepaalde structuur binnen die stad/gemeente. Het hoogste schaalniveau, het macroniveau, maakt deel uit van de omgeving waarbinnen een locatie zal moeten functioneren, maar geeft geen oordeel over de manier waarop de locatie aansluiting vindt op de omgeving. Wel moet nadrukkelijk rekening gehouden worden met de aspecten op dit niveau wanneer ontwikkelingsrichtingen voor een bepaalde situatie uitgewerkt worden. De omgevingsanalyse richt zich nu verder op het micro- en mesoniveau. Uiteengezet zal worden op welke manier deze niveaus leidend zijn in de bepaling van de locatiepotentie.

## **4.2 Omgevingsanalyse op micro- en mesoniveau**

Om de potentie van een locatie in kaart te kunnen brengen zal de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving naar voren moeten komen. Vraag is nu hoe deze ruimtelijke kwaliteit gemeten kan worden.

In 'Kwaliteit in meervoud' [Hooimeijer, 2001] wordt gesteld dat ontwikkelingsrichtingen ingebed moeten zijn in een bredere ruimtelijke context. Naast de beoordeling van de bronnen, de kwaliteiten, waarover een locatie beschikt, de 'site'-kenmerken, moet ook de ligging ten opzichte van en de interactie met andere locaties, de 'situation'-kenmerken, in de beschouwing betrokken worden.

Als deze zienswijze gecombineerd wordt met de niveaus zoals naar voren gekomen, dan hebben de 'site'-kenmerken betrekking op de kansen die zich op microniveau voordoen. Vervolgens hebben de 'situation'-kenmerken betrekking op het mesoniveau.



De ruimtelijke kwaliteit wordt in 'Kwaliteit in meervoud' vervolgens opgedeeld in een drietal onderdelen, namelijk de gebruikswaarde, de belevingswaarde en de toekomstwaarde.

De gebruikswaarde wordt bepaald door de ligging en de bereikbaarheid van de locatie. De belevingswaarde heeft betrekking op het imago en de attractiviteit. De toekomstwaarde tenslotte komt voort uit een combinatie van de gebruiks- en belevingswaarde.

De mogelijkheden voor een locatie kunnen bepaald worden door zowel van de 'site' als de 'situation' de gebruiks- en belevingswaarde in kaart te brengen.

In figuur 2 is de locatie aangegeven waarvoor tot een alternatieve ontwikkelingsrichting gekomen moet worden. De locatie maakt deel uit van de 'site' en deze sluit aan op de 'situation'. Dit geheel zal moeten functioneren binnen de macro-omgeving, waarmee de externe trends en ontwikkelingen aangeduid worden.

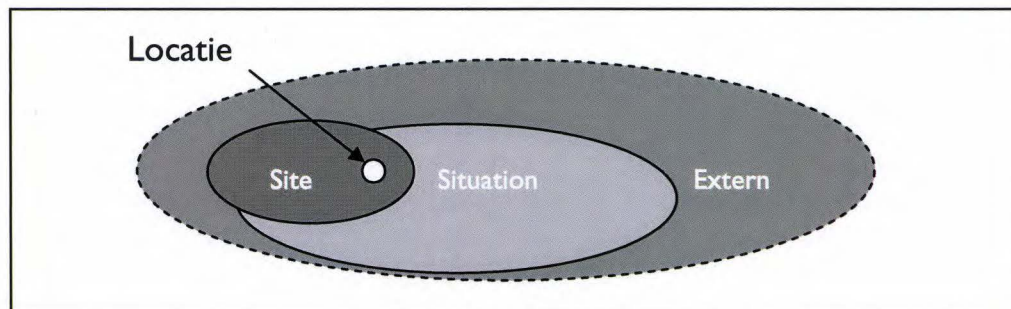


Fig. 2: Ruimtelijke schaalniveaus

### 4.3 'Site'-analyse

Om een 'site'-analyse te maken, moeten de bronnen in kaart gebracht worden waarover een locatie beschikt. Dit betreffen de kenmerken van/binnen de lokale omgeving (de buurt) die van invloed zijn op de locatie en waarmee richting gegeven kan worden aan de potentie. Er moet een oordeel gegeven worden over de gebruiks- en belevingswaarde om de kwaliteit inzichtelijk te maken. De vraag of er samenhang is tussen de locatie en de buurt staat hierin centraal. Met andere woorden: neemt de locatie een duidelijke plek in, vormt het een 'hart' voor de buurt of is er sprake van een locatie die niet over deze kwaliteit beschikt?

Welke 'site'-kenmerken deel uitmaken van de kwaliteit op dit niveau zal hier verder uitgewerkt worden.

### *Gebruikswaarde*

De gebruikswaarde heeft betrekking op de kwaliteit zoals die ervaren wordt bij de inwoners van de buurt. De meeste inwoners zullen bekend zijn met de aanwezigheid van de locatie, maar dit is nog geen garantie voor succes. De locatie moet goed bereikbaar zijn. Als buurt is een omgeving aangeduid die te voet makkelijk af te leggen is en welke door de bewoners ervaren wordt als de eigen omgeving. In die betekenis speelt dan ook de bereikbaarheid te voet en per fiets de belangrijkste rol om de buurt te kunnen 'voorzien'. Barrières en obstakels kunnen een belemmering opleggen aan deze bereikbaarheid. Omdat een kleine 'straal' wordt gehanteerd is de bereikbaarheid met de auto van ondergeschikt belang.

Naast - en doorgaans onlosmakelijk verbonden met - de bereikbaarheid speelt ook de ligging een belangrijke rol. Hiermee wordt bedoeld op de situering van de locatie. Een locatie achteraf is in economische zin minder interessant dan een locatie waar veel buurtbewoners regelmatig langs komen.

### *Belevingswaarde*

De aantrekkingskracht van een locatie wordt verder bepaald door de zichtbaarheid en herkenbaarheid van de locatie. Lange zichtlijnen zijn geen vereiste, want de inwoners zijn wel bekend met de locatie in de eigen buurt. Maar wel zal het een aantrekkingskracht op deze mensen moeten kunnen uitoefenen. Dit kan in de vorm van een 'hart' in de buurt, een duidelijke plek in de buurt, bijvoorbeeld door een ruime opzet of veel groen.

Wanneer de buurtbewoner in staat gesteld wordt een locatie goed te bereiken, zal er eveneens aandacht besteed moeten worden aan het verblijfsklimaat, anders zal de verblijfstijd maar van korte duur zijn. Het imago toetst deze kwaliteit van een locatie. Dit imago is afhankelijk van de staat van de buitenruimte en de mate van criminaliteit/vandalisme, omdat hiermee ingespeeld wordt op het gevoel van de potentiële consument. Deze wenst een veilige omgeving, wil men gebruik maken van toekomstige functies op een bepaalde locatie.

### Schema

Aan de hand van de beschouwing van de gebruiks- en belevingswaarde van de 'site'-kenmerken is het schema, weergegeven in figuur 3, opgezet. Met behulp van dit schema kan op zoek gegaan worden naar kwaliteiten van de locatie.

<b>'Site'-analyse</b>			
<b>Gebruikswaarde</b>	<b>Bereikbaarheid</b>	<b>Te voet</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- verbindingen met de andere delen van de buurt</li> <li>- gescheiden looproutes</li> <li>- veilige oversteekplaatsen</li> <li>- bereikbaarheid voor rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens</li> <li>- barrières</li> </ul>
		<b>Per fiets</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- verbindingen met andere delen van de buurt</li> </ul>
		<b>Per auto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- verbindingen met andere delen van de buurt</li> <li>- hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes)</li> </ul>
		<b>Parkeer-voorzieningen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- capaciteit, afstand en situering</li> <li>- betaald of gratis</li> </ul>
	<b>Ligging</b>	<b>Situering</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- centraal gelegen of aan de rand</li> <li>- aan buurtontsluitingsweg</li> </ul>
<b>Belevingswaarde</b>	<b>Attractiviteit</b>	<b>Herkenbaarheid</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- herkenbaar als plek in de buurt, hart van de buurt</li> </ul>
		<b>Zichtbaarheid</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zichtlijnen binnen de buurt</li> </ul>
	<b>Imago</b>	<b>Staat buitenruimte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- onderhoud buitenruimte</li> </ul>
		<b>Criminaliteit/vandalisme</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme</li> </ul>

Fig. 3: 'Site'-analyse

## 4.4 'Situation'-analyse

De 'situation'-analyse brengt de ligging van de buurt en de locatie in een ruimere omgeving in kaart. Naar voren dient te komen of er relaties te onderkennen zijn met andere gebieden. Wanneer de locatie gerelateerd kan worden aan andere plaatsen en menselijke activiteiten, biedt dit kansen voor ontwikkelingen.

Ook hier moet een oordeel gevormd worden met betrekking tot de gebruiks- en belevingswaarde om de kwaliteit inzichtelijk te maken.

De vraag of er aansluiting te vinden is op een ruimere omgeving staat hierin centraal. De locatie kan deel uitmaken van een structuur of netwerk binnen een stad(sdeel). Tevens kunnen er ruimtelijke beperkingen aanwezig zijn die het bereiken van de locatie en de 'site' in de weg staan.

Welke 'situation'-kenmerken deel uitmaken van de kwaliteit op dit niveau, zal hier verder uitgewerkt worden.

### *Gebruikswaarde*

Voor een ruimtelijk omvangrijk gebied moet de gebruikswaarde in kaart gebracht worden. Daarvoor is het van groot belang dat de locatie met verschillende vormen van vervoer te bereiken is. Omdat er nu gericht wordt op een omvangrijker gebied, zal met name de bereikbaarheid met de auto, met bijbehorende parkeergelegenheid, en per openbaar vervoer van belang zijn. Daarnaast speelt ook de bereikbaarheid met de fiets een rol. Deze bereikbaarheid kan aanwezig zijn wanneer de locatie deel uitmaakt van een grotere structuur of netwerk binnen de stad of een stadsdeel. Belangrijke wegen of routes zijn daar goede voorbeelden van. Van doorslaggevend belang is dat de locatie direct aansluiting kan vinden op deze structuren, de ligging is dus onlosmakelijk verbonden met de bereikbaarheid.

### *Belevingswaarde*

Ook hier wordt de aantrekkingskracht bepaald door de attractiviteit en het imago van de locatie. Om de aandacht van passanten te trekken zal de locatie herkenbaar moeten zijn. Dit kan doordat het bijvoorbeeld op een markante plek ligt aan een wegenstructuur. Door middel van zichtlijnen en routing wordt de kans vergroot consumenten naar zich toe te trekken.

De 'vindbaarheid' is van belang, aangezien een stripje achteraf in economische zin minder interessant is dan een locatie die zich bevindt op een knooppunt van vervoersstromen. Daarbij moet eveneens in beeld gebracht worden of mensen die niet bekend zijn met de locatie toch begrijpen dat zij hier terecht kunnen.

Voor het imago geldt hetzelfde als op de analyse op buurtniveau, wanneer voor een passant de locatie duidelijk herkenbaar en zichtbaar is, zal het verblijfsklimaat op orde moeten zijn wil men deze persoon aantrekken.

### Schema

Aan de hand van de beschouwing van de gebruiks- en belevingswaarde van de 'situation'-kenmerken is het schema, weergegeven in figuur 4, opgezet. Met behulp van dit schema kan op zoek gegaan worden naar kwaliteiten van de locatie.

<b>'Situation'-analyse</b>			
<b>Gebruikswaarde</b>	<b>Bereikbaarheid</b>	Per fiets	- verbindingen met andere buurten in de wijk - oversteekplaatsen met autoweg
		Per auto	- verbindingen met andere buurten in de wijk - bereikbaarheid vanaf soort weg
		Parkeer-voorzieningen	- capaciteit, afstand en situering - betaald of gratis
		Openbaar vervoer	- afstand tot halte - mate van ritfrequentie
	<b>Ligging</b>	<b>Situering</b>	- nabij of afgelegen van een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg
<b>Belevingswaarde</b>	<b>Attractiviteit</b>	Herkenbaarheid	- markante plek
		Zichtbaarheid	- mate van herkenbaarheid door middel van zichtlijnen en routing - zichtbaarheid vanaf aanvoerwegen
	<b>Imago</b>	Staat buitenruimte	- onderhoud buitenruimte
		Criminaliteit/vandalisme	- zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme

Fig. 4: 'Situation'-analyse

## 4.5 Omgevingsfactoren vanuit functies

De benoemde aspecten waaraan een locatie getoetst zal worden, dienen te leiden tot alternatieve ontwikkelingsrichtingen. Iedere functie is uniek in de eisen die ze stelt aan haar omgeving, maar er bestaan natuurlijk ook overeenkomsten tussen gelijksoortige functies. In deze paragraaf zal kort ingegaan worden op eisen die vanuit mogelijke toekomstige functies gesteld worden aan een locatie.

Locaties die een centrale ligging hebben in de omgeving zijn met name geschikt voor publieksgerichte functies. Deze centrale ligging wordt bepaald door de bereikbaarheid per fiets en te voet. Indien men van een groter verzorgingsgebied gebruik wenst te maken zal eveneens of beter juist, de bereikbaarheid met de auto en het openbaar vervoer optimaal moeten zijn. In dat geval speelt ook de parkeergelegenheid een belangrijke rol en biedt dit mogelijkheden voor grootschaligere functies (combinaties van functies).

Indien men zich wil richten op service, waar zorg een belangrijke rol speelt, wordt gestreefd naar een veilige en obstakelvrije omgeving. De routes tussen woningen en (zorgen welzijns)voorzieningen moeten zodanig ingericht zijn (veilig en obstakelvrij) dat deze integraal toegankelijk zijn voor alle bewoners uit het verzorgingsgebied, dus ook voor ouderen met rollator of in een rolstoel, ouders met kinderwagen, slechtzienden.

Voor met name commerciële functies speelt naast de bereikbaarheid ook de herkenbaarheid van een locatie een doorslaggevende rol. Er zal immers een bepaalde mate van aantrekkingskracht aanwezig dienen te zijn zodat eventueel gerekend kan worden op consumenten uit een groter gebied dan alleen uit de directe woonomgeving.

Locaties aan de rand van de woonomgeving kunnen wellicht kansen bieden voor bepaalde functies die hoge eisen stellen aan de externe bereikbaarheid. Hiermee wordt niet direct op de eigen omgeving gericht, maar kan het in het belang van de bedrijfsvoering zijn om gebruik te maken van het grote aantal passanten. Ook hier is de bereikbaarheid per auto van belang, alsmede de herkenbaarheid en zichtbaarheid.

Daarnaast kan ook nog het verblijfsmilieu een rol spelen. Het kan wellicht mogelijk zijn de aandacht van mogelijke consumenten te trekken, maar indien er zich een situatie voordoet waardoor de consumenten er niet willen blijven, worden de andere aspecten tenietgedaan.

Uit het voorgaande blijkt dat de naar voren gekomen aspecten ook daadwerkelijk van toepassing zijn op de potentiebepaling van een locatie aan de hand waarvan gekomen kan worden tot nieuwe functionele invullingen.

## 4.6 Alternatieve ontwikkelingsrichtingen

In dit hoofdstuk is uiteengezet hoe de analyse van de omgeving uitgevoerd dient te worden om de locatiepotentie te bepalen. Deze analyse valt uiteen in twee niveaus, namelijk de 'site'- en de 'situation'-analyse. Gezamenlijk zullen deze analyses moeten leiden tot de alternatieve ontwikkelingsrichtingen. In deze paragraaf wordt uiteengezet hoe de omgevingsanalyse vertaald kan worden in ontwikkelingsrichtingen.

Door voor een bepaalde locatie van een buurtwinkelcentrum, waar zich de problematiek voordoet zoals beschreven, een omgevingsanalyse uit te voeren kunnen conclusies getrokken worden die van invloed zijn op de verdere ontwikkeling van een nieuwe combinatie van functies. Aan de hand van figuur 5 kan een match gemaakt worden. In de figuur zijn de mogelijke combinaties weergegeven zoals die zich voor kunnen doen waarbij de omgevingsanalyse van de 'site' en die van de 'situation' met elkaar gecombineerd kunnen worden. Deze combinaties van omgevingsanalyses kunnen omschreven worden als concepten die de potentie van de locatie in kaart brengen. Aan de hand van deze matrix kan afgeleid worden tot welk concept de ontwikkelingsrichting van een locatie gerekend dient te worden.

	'situation'	Kansen	Bedreigingen
'site'	Omgevingsanalyse		
Kansen		I: Domein <sup>+</sup> -concept 	II: Domeinconcept 
Bedreigingen		III: Knooppuntconcept 	IV: Afbouwconcept 

Fig. 3: Omgevingskwaliteiten

De concepten zoals in de matrix onderscheiden, zullen hier toegelicht worden:

- I. In **kwadrant I** is de combinatie weergegeven dat zowel de 'site' als de 'situation' van de locatie kwaliteiten vertoont. Er bestaat zowel binnen de buurt samenhang, als aansluiting op een groter netwerk, structuur. Dit biedt mogelijkheden om op zowel inwoners van de buurt als op passanten te richten. Dit concept zal verder aangeduid worden als het domein<sup>+</sup>-concept, waarbij de betekenis van "wijk" niet letterlijk als een wijk genomen moet worden zoals deze gehanteerd wordt door gemeentelijke indelingen. De benaming van domein<sup>+</sup>-concept geeft de potentie van een locatie weer om een functie te kunnen vervullen voor een groter gebied dan de eigen buurt.
- II. **Kwadrant II** geeft sterke kwaliteiten voor de 'site'-kenmerken weer, gecombineerd met mindere kwaliteiten op het gebied van de 'situation'-kenmerken. Deze confrontatie geeft de situatie weer dat er sprake is van samenhang in de eigen buurt, maar aansluiting op een ruimere omgeving ontbreekt. De locatie kan dan ook niet profiteren van omliggende buurten of passanten en zal zich daardoor alleen op de eigen inwoners kunnen richten. Dit concept zal verder aangeduid worden als het domeinconcept.
- III. **Kwadrant III** scoort 'slecht' binnen de eigen buurt, een samenhang met de directe omgeving ontbreekt geheel, maar de locatie is daarentegen wel in staat een sterke relatie te leggen met een ruimere omgeving. Een dergelijke locatie zal zich kunnen richten op passanten doordat deze zich op een belangrijk knooppunt of aan een route in de stad bevindt. Dit concept zal verder aangeduid worden als het knooppuntconcept.
- IV. **Kwadrant IV** slaagt er niet in te komen tot een samenhangende relatie of tot een aansluiting met de omgeving. Een relatie met de buurt of een belangrijke ontsluitingsroute ontbreekt geheel. Hierdoor is het lastig de benodigde aantrekkingskracht te creëren en zal een publieksgerichte functie niet aan te bevelen zijn. De voorzieningenstructuur van deze winkelstrips zal daarom afgebouwd moeten worden. Dit concept zal verder aangeduid worden als het afbouwconcept.



## 4.7 Concepteisen

De concepten met betrekking tot het in beeld brengen van de locatiepotentie zijn naar voren gekomen. Om deze concepten toetsbaar te kunnen maken voor een bepaalde locatie moeten aan de kwaliteitsaspecten eisen gekoppeld worden. Voor elk van de concepten moet aangegeven worden waar een locatie op moet scoren om tot een concept gerekend te kunnen worden. Hiervoor is gebruik gemaakt van de checklisten zoals besproken in hoofdstuk 3. Hierin zijn voor een groot aantal onderwerpen eisen geformuleerd die van invloed zijn op het functioneren van een winkelcentrum. De aandachtspunten zoals opgenomen in de 'site'- en 'situation'-analyse kunnen met behulp van deze checklisten vertaald worden naar eisen. Voor de eisen is op zoek gegaan naar kwaliteitsoordelen die het best aansluiten op één van de concepten. Zodoende zijn er voor elk kwaliteitsaspect meerdere kwaliteitsoordelen mogelijk welke vervolgens kunnen leiden tot een bepaalde ontwikkelingsrichting.

In figuur 6 zijn aan de verschillende van belang geachte kwaliteitsaspecten eisen gekoppeld. Deze eisen zijn richtinggevend voor de concepten. Aan de hand van deze onderlegger kan bepaald worden tot welk concept de potentie van een locatie gerekend kan worden. Er is aangegeven welke aspecten van belang zijn voor de verschillende concepten, maar dit betekent niet dat een locatie aan alle eisen moet voldoen om tot een bepaald concept te komen. Het concept waarvoor de meeste aspecten positief beoordeeld kunnen worden, zal het meest geschikt zijn voor de centraal staande locatie. Concepten die 'beneden' het kwaliteitsniveau van een locatie zitten zijn wel mogelijk, maar daarmee wordt de potentie van de locatie niet optimaal benut.

Aspecten		Concepten			
<b>Bereikbaarheid</b>	<b>Eis</b>	I	II	III	IV
Te voet	- directe verbindingen met de alle delen van de buurt - looproutes gescheiden van andere verkeerssoorten - veilige oversteekplaatsen - rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens kunnen de locatie probleemloos bezoeken - barrièrevrij		X X X X X		- - - - -
Per fiets	- directe verbindingen met alle delen van de buurt - aansluiting met nabijgelegen buurten - veilige oversteekplaatsen met autoweg - barrièrevrij	X X X X	X		- - - -
Per auto	- minimum aan hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes) - directe verbindingen met nabijgelegen buurten - bereikbaar vanaf doorgaande- of ontsluitingsweg	X X		X	- - -
Parkeer-voorzieningen	- goede capaciteit, afstand en situering - gratis	X	X	X	- -
Openbaar vervoer	- minimale afstand tot halte	X		X	-
<b>Ligging</b>	<b>Eis</b>	I	II	III	IV
Situering	- centraal in de buurt of aan buurtontsluitingsweg - nabij een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg	X	X	X	- -
<b>Attractiviteit</b>	<b>Eis</b>	I	II	III	IV
Herkenbaarheid	- de locatie manifesteert zich als duidelijke plek in de buurt, hart van de buurt - de locatie manifesteert zich buiten de buurt als zodanig (zichtbelemmerende obstakels ontbreken)	X X	X	X	- -
Zichtbaarheid	- aanwezigheid van zichtlijnen binnen de buurt - zichtbaar vanaf aanvoerwegen door middel van zichtlijnen en routing	X	X	X	- -
<b>Imago</b>	<b>Eis</b>	I	II	III	IV
Staat buitenruimte	- goed onderhoud buitenruimte	X	X	X	-
Criminaliteit/ vandalisme	- geen zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme	X	X	X	-

Fig. 6: Kwaliteitseisen concepten

## 4.8 Conclusie

In dit hoofdstuk is gekomen tot een methodiek die algemeen toepasbaar wordt geacht om de mogelijkheden van een klein buurtwinkelcentrum in kaart te brengen. Hierbij is uitgegaan van de ruimtelijk bepaalde plaats die het winkelcentrum inneemt en is het fysieke gebouw losgelaten in de beschouwing. Aan de hand van deze locatiebenadering is een werkwijze gevolgd die afwijkt van de bestaande analysemethoden met betrekking tot winkelcentra. De locatie van het winkelcentrum wordt namelijk centraal gesteld. De kwaliteit van deze locatie kan bepaald worden aan de hand van 'site'- en 'situation'-kenmerken, welke de samenhang met de eigen buurt en de aansluiting op de ruimere omgeving in kaart brengen. Een combinatie van een analyse met betrekking tot deze kwaliteiten leidt tot de potentie van een locatie.

De locatiepotenties zijn onderverdeeld in een viertal concepten om tot een algemeen toepasbaar afwegingskader te komen. Voor welk concept een bepaalde locatie geschikt is, zal naar voren komen als de kwaliteiten van een locatie over de eisen van de concepten gelegd worden. De kwaliteitseisen van de concepten doen zodoende dienst als onderlegger om de potentie van een locatie in kaart te brengen.

In het volgende hoofdstuk zal verder ingegaan worden op de verschillende concepten, waarbij aandacht besteed wordt aan het komen tot een programma binnen de concepten.



## **5 Vertaling concepten in functioneel programma**

De bepaling van de locatiepotentie vormt de basis voor het opstellen van een programma voor nieuwe functionele invullingen van een buurtwinkelcentrum.

Reeds is uiteengezet hoe deze potentie te bepalen is. Nu zal ingegaan worden op de vraag hoe deze potentie verder is te vertalen in een mogelijk programma. De uiteindelijke invulling zal bepaald worden en sterk afhankelijk zijn van de plaatselijke situatie. Daardoor bestaat er geen mogelijkheid een recept te ontwikkelen welke algemeen toepasbaar is op een bepaald concept op een willekeurige locatie van een buurtwinkelcentrum.

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de aandachtspunten die van belang zijn om te komen tot een programma binnen een concept om vervolgens de vier concepten verder uit te werken.

### **5.1 Aandachtspunten voor de programmering**

Om de potentie van een locatie te kunnen vertalen in een programma, is het zinvol op zoek te gaan naar kansrijke aanknopingspunten in de omgeving. Deze aanknopingspunten kunnen richtinggevend zijn voor het uitwerken van een bepaald concept om te komen tot functionele invullingen. Uiteindelijk moet bij het opstellen van het definitieve programma beoordeeld worden in hoeverre het object, het vastgoed, beperkingen oplegt aan het voorgestelde programma. De sterke en zwakke punten van het vastgoed moeten geïnventariseerd worden.

De uiteindelijke invulling van een concept is dus afhankelijk van verschillende aspecten en situaties. Om toch een handvat te kunnen bieden zal verder ingegaan worden op elk van de vier concepten en zal in kaart gebracht worden welke aspecten meespelen in de uitwerking van de concepten. Daarbij zal, mede aan de hand van praktijkvoorbeelden, ingegaan worden op de vraag hoe een invulling er uit zou kunnen zien.

#### **5.1.1 Kansrijke aanknopingspunten voor de functionele programmering**

Elke buurt of wijk heeft specifieke kwaliteitsdragers. Als deze positieve eigenschappen gevonden worden, bestaat er een goed uitgangspunt voor de programmering. In dit verband zal er gesproken worden over kansrijke aanknopingspunten.

Deze aanknopingspunten kunnen zich op verschillende terreinen voordoen. Het is hierbij van belang op zoek te gaan naar aspecten waarin de buurt/omgeving zich onderscheidt of kan onderscheiden van andere (concurrerende) locaties. Het specifieke karakter van de locatie wordt hiermee in kaart gebracht.

Het belangrijkste aanknopingspunt is de bevolkingsopbouw binnen het verzorgingsgebied. Wanneer er zich bijzondere kenmerken in deze opbouw voordoen, kan hierop ingespeeld worden door voor een speciale groep bewoners voorzieningen en diensten aan te bieden. De opbouw van de bevolking is aan veranderingen onderhevig en het is daarom ook van belang in beeld te brengen hoe de verwachte bevolkingssamenstelling er uit gaat zien. Zodoende kan ingespeeld worden op veranderende omstandigheden zoals een toename van het aantal ouderen door vergrijzing of de komst van een verzorgingscentrum. Ook kunnen er zich kansrijke aanknopingspunten op diverse andere gebieden voordoen. Zo biedt extra aandacht vanuit de gemeente, bijvoorbeeld in het kader van herstructurering, extra mogelijkheden. Maar ook de aanwezigheid van een bepaald soort bedrijvigheid of instellingen kunnen hier aan bijdragen. Van belang is dat het aanbod van en de vraag naar voorzieningen op elkaar worden afgestemd.

### **5.1.2 Belemmeringen aan de functionele programmering**

Alvorens tot de uitvoering van een programma over te gaan, moet beoordeeld worden in hoeverre deze voorstelling ook daadwerkelijk tot de mogelijkheden behoort of hoe deze verder uitgewerkt kan worden. Er kunnen door aspecten die direct of indirect met het object, het vastgoed, verbonden zijn belemmeringen opgelegd worden aan de functionele programmering. Tevens kunnen deze richtinggevend zijn aan de programmering. Daarom moet er op objectniveau een analyse plaatsvinden waarbij op zoek gegaan wordt naar de sterke en zwakke punten van het vastgoed. Deze punten kunnen een bepaalde uitwerking bevorderen of juist tegenwerken. Naar voren dient te komen in welke mate het vastgoed leidend is in de te formuleren functionele invulling.

In 'Aanpak herstructurering winkelcentra' [IMK, 1991] wordt een viertal aandachtsgebieden genoemd die de mogelijkheden en belemmeringen van een vastgoedobject in kaart brengen wanneer het om nieuwe functionele invullingen gaat:

- gemeentelijk beleid: een bestemmingsplan schrijft voor wat de functie mag zijn van een bepaald pand in een bepaald gebied, een detailhandelsnota beschrijft de visie van een gemeente voor de gewenste detailhandelsstructuur en het horecabeleid beschrijft de visie op horeca-ontwikkelingen
- eigendomsstructuur: er doen zich verschillende vormen van eigendom voor, deze hebben invloed op de bereidheid van eigenaren om mee te werken aan ingrepen in de bestaande structuur en functionele invulling
- staat van het vastgoed: de bouwkundige staat wordt bepaald door de fysieke aspecten van het object
- aanpasbaarheid: de aanpasbaarheid wordt bepaald door de mogelijkheden om andere invullingen aan het vastgoed toe te schrijven

Door allereerst de eigendomsstructuur en het vigerende gemeentelijke beleid in kaart te brengen en vervolgens de staat en aanpasbaarheid van het vastgoed, wordt duidelijk wat de mogelijkheden zijn van een buurtwinkelcentrum op objectniveau. Hierbij gaat het er om in kaart te brengen wat de ruimte voor verandering zou kunnen zijn.

## 5.2 Afbouwconcept

*Omschrijving:*

***De kernstrategie moet er op gericht zijn de voorzieningenstructuur in de winkelstrip geheel af te bouwen en deze vervolgens geschikt te maken voor bijvoorbeeld een woonfunctie.***

In het geval dat de potentie van een locatie gerekend kan worden tot het afbouwconcept, zijn er weinig mogelijkheden om te komen tot nieuwe functionele invullingen. In dit geval moet afgestapt worden van het streven naar voorzieningen en diensten die een functie voor de buurt kunnen vervullen. Daarom moet het voor detailhandel bestemde en geschikte object geheel aangepast worden zodat het mogelijk is er woningen in onder te brengen. Om hier vorm aan te geven, kan het object gerenoveerd of herontwikkeld worden.

De minst ingrijpende vorm is renovatie waarbij het uiterlijk wordt opgeknapt en de units op de begane grond geschikt worden gemaakt voor bewoning. Voordeel van deze aanpak is dat mogelijk met geringe kosten een nieuwe bestemming gegeven kan worden aan de winkelstrip.

De meest ingrijpende variant is herontwikkeling van de winkelstrip. Door het totaal slopen van de winkelstrip kunnen op dezelfde locatie panden, geschikt voor wonen, gebouwd worden. Het voordeel van herbouw is dat panden kunnen worden ontwikkeld die van hogere kwaliteit en duurzaam geschikt voor wonen zijn. Daarbij kan de uitstraling van de locatie voor de buurt worden verbeterd.

Voor de invulling van een locatie waarvoor het afbouwconcept van toepassing is, worden economische en/of publieke functies niet mogelijk geacht. Toch kan er voor de uitwerking op zoek gegaan worden naar kansrijke aanknopingspunten in de omgeving. Het volgende praktijkvoorbeeld illustreert dat:

- **Woon/zorgproject**

*De winkelstrip aan de Keyenburg in het Rotterdamse Zuidwijk is onlangs gesloopt. Op dezelfde locatie wordt een woningproject gerealiseerd voor achttien intramurale cliënten met een verstandelijke handicap van een zorgverleningstichting [Rotterdams Dagblad, 2000]. Er komen twee groepswoningen en negen individuele woningen met gemeenschappelijke ruimten. Daarnaast worden door de woningcorporatie in hetzelfde project woningen gerealiseerd, geschikt voor mindervaliden en voor gezinnen met gehandicapte gezinsleden.*

Dit voorbeeld sluit aan op de gedachte die schuil gaat achter het afbouwconcept, waarbij voor de uitwerking gebruik is gemaakt van kansrijke aanknopingspunten. In dit geval is dit de behoefte van een zorgverlener en de aanwezigheid van zorgvragers. Zo kunnen er zich verschillende situaties voordoen die bepaalde aanknopingspunten kunnen bieden binnen dit concept. Op objectniveau hebben zich belemmeringen voorgedaan, waardoor het niet mogelijk was de nieuwe functie in het bestaande object te vestigen.

### 5.3 Domeinconcept

*Omschrijving:*

***De kernstrategie is te komen tot (een pakket aan) voorzieningen en/of diensten die optimaal gebruik maken van de samenhang van de locatie met de buurt waarin deze gelegen is.***

Het domeinconcept zal voor wat betreft de nieuwe functionele invullingen gericht dienen te zijn op de eigen buurt waarin de winkelstrip gelegen is. Hierbij staat de laagdrempeligheid en de dichtbijheid voor de buurtbewoners centraal. De eigen buurt vormt het verzorgingsgebied wanneer het gaat om de haalbaarheid voor voorzieningen. Deze buurt beperkt zich globaal tot een straal van ongeveer 500 meter (de loopafstand die binnen 5 minuten te voet te bereiken is) en waar doorgaans tussen de 2000 en 3000 inwoners deel van uitmaken. Dit verzorgingsgebied zal veelal te klein zijn om economische functies rendabel te exploiteren. Om toch voor de inwoners binnen het verzorgingsgebied een functie te kunnen vervullen, kan geïnventariseerd worden of er zich binnen de bevolkingsopbouw van de buurt bepaalde kenmerken zich voordoen of voor gaan doen.



Door de functies aan te laten sluiten op deze bevolkingsgroep(en) kan optimaal geprofiteerd worden van het draagvlak. Een andere insteek is geen gebruik te maken van bepaalde bevolkingsgroepen, maar aan te sluiten op andere kenmerken van de buurt, zoals aanwezigheid van onderwijsinstellingen of een bepaald soort bedrijvigheid. De volgende praktijkvoorbeelden geven een indruk van de verschillende insteeken:

- **Loket wonen, welzijn & zorg**

*Een woonservicegebied is een voorbeeld waarbij gericht wordt op de toenemende vraag van ouderen (en andere bewoners van de buurt) naar zorg en dienstverlening zodat zij zo lang mogelijk in de buurt kunnen blijven wonen en actief deelnemen aan de samenleving, de 'vermaatschappelijking van de zorg'.*

*Een lokaal loket wonen, welzijn & zorg kan deel uitmaken van een woonservicegebied. Doel van het loket is dat iemand die zorg of maatschappelijke ondersteuning nodig heeft, niet meer te maken krijgt met allemaal verschillende instanties, maar voor alle diensten terecht kan bij één loket.*

- **Fresh & Snackstore**

*De F&S formule [www.elmundo.nl] leent zich met name voor allochtone ondernemers in allochtone buurten. Er wordt gestreefd naar het vermijden van een hoop problemen, waar allochtone ondernemers mee te kampen hebben, zoals een centrale inkoop waardoor betere winstmarges worden behaald. Er wordt geredeneerd dat nu de Nederlandse levensmiddelenmarkt overvol raakt, de buurtwinkel volgens deze formule als nichemarkt herontdekt wordt. De organisatie Fresh & Snack spant zich in om op de 'no go areas', waar de filiaalbedrijven zich niet willen vestigen, de buurtsuper terug te krijgen en om de kwaliteit van de huidige buurtsuper te verhogen.*

- ***Designcenter de Winkelhaak***

*Het Stadsbestuur van Antwerpen heeft besloten tot opschonen van de stationsbuurt, deel uitmakend van een achterstandswijk [Archined, 2004]. In het stedelijk ontwerp wordt een modern bedrijventrum gepland dat achttien ateliers voor startende ontwerpers, een tentoonstellingsruimte en centrale ruimtes als lounge en bibliotheek herbergt. Ruim anderhalf jaar na opening zijn bijna alle ateliers bezet door bureaus voor stedenbouw, productdesign, grafisch ontwerp, animatie, multimedia en architectuur. Voor weinig geld kunnen startende ondernemers een atelier huren en krijgen ze een servicepakket aangeboden met daarin onder meer administratieve ondersteuning en mogelijkheden tot gebruik van vergaderruimtes, kopieerapparaten, bibliotheek en maquettetafels.*

De beschreven voorbeelden kunnen binnen het domeinconcept goed ingepast worden in een winkelstrip. Het woonservicegebied maakt gebruik van de vergrijzing en de Fresh & Snackstore van een grote hoeveelheid allochtonen. De winkelhaak is een voorbeeld dat aansluiting vindt bij andere kenmerken van de buurt. In dit geval is dat speciale aandacht vanuit de gemeente en de aanwezigheid van een bepaalde beroepsgroep die op zoek is naar gepaste werkruimte. Een dergelijke uitwerking is ook toepasbaar binnen het domeinconcept in winkelstrips. Daarbij kan aangehaakt worden op bijvoorbeeld een onderwijsinstelling of de aanwezigheid van starters. Aan de begane grond van het complex kunnen de panden een representatieve werkruimte krijgen die de studenten of startende ondernemers in staat moet stellen een eenvoudige praktijk of onderneming op te zetten. De bovengelegen woonlagen kunnen eenvoudig geschikt gemaakt worden als studentenhuysvesting. Dit kan eventueel gecombineerd worden met kunstbeoefenaars. Een functie voor de buurt kan gecreëerd worden, de broedplaatsen zorgen voor levendigheid in de buurt en zullen de aandacht trekken van mensen uit de directe omgeving.

## 5.4 Knooppuntconcept

*Omschrijving:*

***De kernstrategie is te komen tot (een pakket aan) voorzieningen en/of diensten die maximaal gebruik maakt van de strategische ligging van de locatie die aansluit op een structuur of netwerk van/binnen de stad.***

Locaties die tot het knooppuntconcept gerekend worden, dienen zich niet direct te richten op de consumenten in de aangrenzende buurt. Wel zal men zich moeten richten op passanten welke gezien moeten worden als potentiële consumenten.

De belangrijkste kracht hierin is de bereikbaarheid per auto en de parkeergelegenheid.

Mede door de zichtbaarheid en herkenbaarheid wordt de attractiviteit bevorderd, maar de uiteindelijke invulling zal de potentiële consumenten aan moeten trekken.

Op de locatie kunnen producten en diensten aangeboden worden met betrekking tot convenience, zodat passanten verleid worden er onderweg gebruik van te maken. Hierbij biedt een combinatie van commerciële functies meerwaarde voor de werking van het geheel. Een dergelijk knooppunt biedt producten die inspelen op de behoefte van de passant. Hierbij kan gedacht worden aan een postagentschap, pinautomaat, boodschappen-afhaalpunt, stomerij, lunchroom e.d. De volgende praktijkvoorbeelden geven hier een indruk van:

- **Kiala**

*Kiala is erop gericht consumenten de mogelijkheid te bieden pakketten, op afstand gekocht (catalogus, Internet, téléshopping), af te halen waar en wanneer het uitkomt [Utrechts Dagblad, 2003]. Via het Kiala Punt kan de consument tevens de bestelling betalen of eventueel terugsturen. Hiermee wordt ingesprongen op de veranderende consument die steeds minder vrije tijd te besteden heeft en vaak onderweg is. Het biedt de oplossing voor gemiste thuisleveringen van expresspakketten, de levering van commercieel en promotioneel materiaal aan commerciële vertegenwoordigers, evenals de levering van staaltjes en promotionele geschenken aan consumenten.*

- **Shop24**

*Shop24 [Vakblad Supermarkt, 2001] is een concept dat uit België komt, het is een volautomatische 24-uursgemakswinkel dat past binnen het convenienceconcept. Deze formule kan het beste omschreven worden als een boodschappenautomaat, waarin een groot aantal producten voorradig zijn. Er wordt ingesprongen op de ontwikkelingen van huishoudens die nauwelijks voorraden hebben en het aantal tweeverdieners en alleenstaanden die de komende jaren nog flink toe zullen nemen.*

De aangehaalde praktijkvoorbeelden passen binnen het knooppuntconcept. Duidelijk in deze voorbeelden is de convenience voor de consument. Deze dient voorop te staan om binnen dit concept een aantrekkelijk aanbod te kunnen creëren. De verzorgingspositie van het concept is gericht op one-stop doeleinden, vooral vanwege het bereikbaarheidsprofiel. Door de bereikbaarheidssituatie kan de locatie namelijk rekenen op een hoge toevloeiing, ondanks de omvang van het feitelijke verzorgingsgebied.

## 5.5 Domein<sup>+</sup>-concept

*Omschrijving:*

*De kernstrategie is te komen tot (een pakket aan) voorzieningen en/of diensten die zowel gebruik maken van de samenhang van de locatie in de buurt als de aansluiting op een grotere omgeving.*

Binnen het domein<sup>+</sup>-concept moet naar een invulling gestreefd worden die bestaat uit een combinatie van commerciële en niet-commerciële voorzieningen. Er zal een breed maatschappelijk draagvlak verworven moeten worden. Dit kan bereikt worden door het zoveel mogelijk integreren van algemene wijkvoorzieningen met voorzieningen voor zorgbehoevende cliënten.

De commerciële voorzieningen zorgen voor het economisch draagvlak. Deze voorzieningen trekken doorgaans de grootste publieksstromen en kunnen voor een deel als kostendrager voor het totaal optreden. Hierbij kan aan winkels gedacht worden, maar ook aan andere (niet) commerciële dienstverleners, zoals een loketfunctie van een verzekeraar.

Met name dienstverleners zoals werkgelegenheidsdiensten, woonwinkel, kinderopvang of zorg- en serviceverleners kunnen tevens een bijdrage leveren aan een leefbare woonomgeving.

De niet-commerciële en doorgaans publieke diensten, zoals kinderopvang, stichting welzijn ouderen en bibliotheek, dragen door de publieksstromen die zij genereren bij aan het scheppen van draagvlak voor het domein<sup>+</sup>-concept en aan de levendigheid ervan.

Hoe meer functies bijeen kunnen worden gebracht onder één dak en hoe meer hiervan ook gebruik kan worden gemaakt door bijzondere doelgroepen, hoe lager het inwonertal dat nodig is voor een compleet servicecentrum.

- ***Wijksteunpunt***

*Tegenwoordig wordt veelvuldig gestreefd naar een samenhangend huisvestings- en voorzieningenniveau op een bepaalde geografische schaal: wijk, stadsdeel of regio. Een wijksteunpunt, zorg- of dienstencentrum vormt hierin het logistieke punt. Er is op één centrale plek een breed pakket van woon-, welzijn- en zorgdiensten aanwezig waarbij de oudere centraal staat.*

- **Kulturhusen**

*Het Kulturhus is komen overwaaien uit Scandinavië. In een Kulturhus wordt in één gebouw, onder een gemeenschappelijk management, een breed pakket aan voorzieningen van verschillende instellingen geboden [www.kulturhus.nl]. Dat kunnen maatschappelijke en culturele voorzieningen zijn, maar ook commerciële voorzieningen kunnen een plaats krijgen. Door de provincie Gelderland wordt als uitgangspunt gehanteerd dat minimaal drie van de functies educatie, zorg, welzijn, cultuur of (zakelijke) dienstverlening worden ondergebracht. Het Kulturhus fungeert als ontmoetingscentrum waar meerdere voorzieningen aan burgers worden aangeboden. Het doet zo dienst als één loket waar de burger terecht kan voor tal van diensten.*

- **Nas & Mazzel**

*In de stad Groningen is een bazaar met de naam Nas & Mazzel gevestigd [Het Financieele Dagblad, 2004]. In een voormalige supermarkt bevindt zich een verzamelplaats waar aspirant-middenstanders en –horeca-exploitanten het vak kunnen leren. Tevens is er in hetzelfde pand een kringloopwinkel gevestigd, welke voor een grote aantrekkingskracht zorgt en een brasserie, een podium en kinderopvang. Zowel vaste winkeltjes als vrij verhuurbare standplaatsen behoren tot de mogelijkheden. Met name allochtonen lijken oren te hebben naar dit model.*

- **Broedplaatsen Leiden-Noord**

*De wijk Leiden-Noord heeft een goede mix van allochtonen, jonge hoogopgeleide creatieve starters en lager opgeleide bewoners van oudsher. Er wordt een opbloei verwacht van 'hype-achtige' winkels op het gebied van design en horeca, Turkse restaurants en cafés, allochtone bakkers en groenteboeren, 'deli's' en 'zorgsupers', behandelcentra waarin bijvoorbeeld huisartsen, fysiotherapeuten, apotheken, consultatiebureaus en tandartsen bijeen zitten [Leidsch Dagblad, 2004]. Jonge ondernemers en kunstenaars hebben behoefte aan goedkope werk- en bedrijfsruimten. Ze werken veelal vanuit huis, maar buurtwinkels zijn daarvoor ook heel geschikt. De wijk heeft alles in zich om een 'broedplaats van nieuwe initiatieven' te worden. In voormalige buurtwinkels, welke de concurrentie niet aankunnen met centra van een hogere orde, zouden deze functies gevestigd kunnen worden, zodoende zijn deze geenszins afgeschreven.*

De hier beschreven praktijkvoorbeelden passen allen goed binnen het domein<sup>+</sup>-concept. Duidelijk is dat dit concept een veelheid aan functionele invullingen biedt. Er wordt ingespeeld op het grote draagvlak waarvan gebruik kan worden gemaakt. De combinatie van verschillende functies draagt bij aan de haalbaarheid van de individuele functies. Dit kunnen commerciële en niet-commerciële voorzieningen zijn, maar ook combinaties daarvan.

## **5.6 Conclusie**

De verschillende concepten bieden verschillende mogelijkheden voor nieuwe invullingen. Aanknopingspunten voor de richting waarin een concept uitgewerkt gaat worden, kunnen in de omgeving gevonden worden. In de omgeving doen zich tal van situaties/mogelijkheden voor die mogelijkheden scheppen voor de nieuwe invulling. Het is dan zaak om deze boven water te krijgen. Hiervoor zullen gesprekken gevoerd moeten worden met verschillende partijen. Naar voren kan komen dat een bepaalde organisatie of instantie invulling kan geven aan het concept.

Het programma is sterk afhankelijk van de situatie zoals die zich in een bepaald gebied voordoet en daardoor is er geen algemeen hanteerbare methodiek te geven.

## 6 Illustratie methodiek aan de hand van cases

De methodiek om de locatiepotentie te bepalen is ontwikkeld en voorts is verder ingegaan op de mogelijke ontwikkelingsrichtingen, de concepten. In dit hoofdstuk zal de methodiek geïllustreerd worden aan de hand van cases. Op deze manier wordt de bruikbaarheid van de methodiek getoetst.

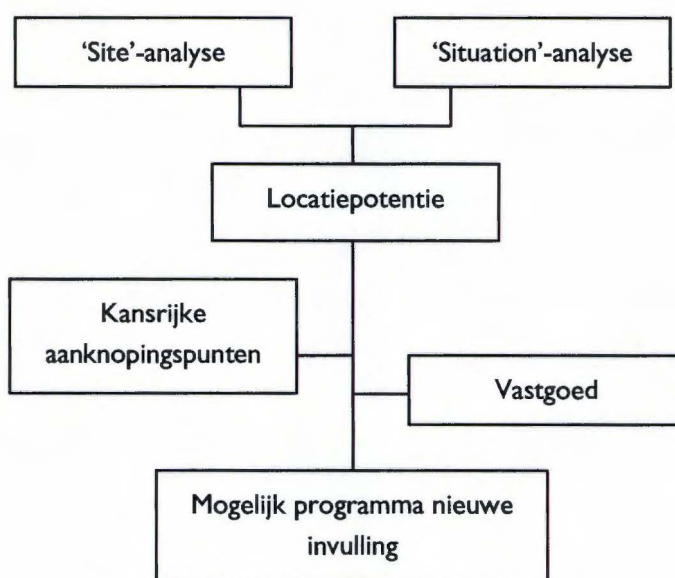
### 6.1 Inleiding

Voor een viertal cases van winkelstrips zal beoordeeld worden welke mogelijkheden er bestaan voor de toekomst om in te spelen op de negatieve spiraal waarin deze verkeren. De cases zullen geanalyseerd worden om ten eerste de locatiepotentie te bepalen en vervolgens verder in te gaan op de functionele invulling.

De keuze voor de cases is voortgekomen uit de ruimtelijke kenmerken en kwaliteiten zoals die zich voordoen in de praktijk. Hierbij is gestreefd naar een viertal cases die zich duidelijk van elkaar onderscheiden op deze onderdelen.

Van belang is op te merken dat de gepresenteerde analyses gebaseerd zijn op een globale opname van de locatie.

De analyse zal de beschreven methodiek volgen. Eerst wordt gekeken naar de 'site'-kenmerken om vervolgens de 'situation'-kenmerken van de locaties in kaart te brengen. Uit een confrontatie van deze twee analyses wordt vervolgens de potentie van de locatie afgeleid. Aan de hand van deze locatiepotentie zal bezien worden welke mogelijkheden er zich voordoen binnen het bestaande object om te komen tot nieuwe invullingen.



## 6.2 Case I: Meerssenerweg Maastricht



### *'Site'-analyse*

De buurt Wyckerpoort is ingesloten door een lawaaiig rangeerterrein, fabriekssilhouetten en een razend drukke autoweg. De winkelstrip aan de Meerssenerweg ligt aan de achterzijde van de buurt en kijkt uit over het rangeerterrein. Door deze ligging vormt de locatie geen duidelijk herkenbare plek binnen de buurt, hetgeen beperkingen oplegt ten aanzien van de samenhang met de buurt. Daardoor is er sprake van een 'slechte' bereikbaarheid. Van een directe verbinding is namelijk geen sprake en het vormt geen centraal punt in de buurt waar de verschillende vervoersstromen samenkomen.

De Meerssenerweg is een ontsluitingsroute en doet voornamelijk dienst voor het lokale ontsluitingsverkeer. Voor de aansluiting op belangrijke punten in de nabije omgeving, zoals het centraal station, verzorgingstehuis en onderwijs instellingen wordt veelal gebruik gemaakt van de daarachter gelegen autoweg direct aansluitend op de Scharnerweg, ten zuiden van Wyckerpoort.

Door de ligging nabij het station is er sprake van overlast in de vorm van drugsgebruik en criminaliteit (graffiti).

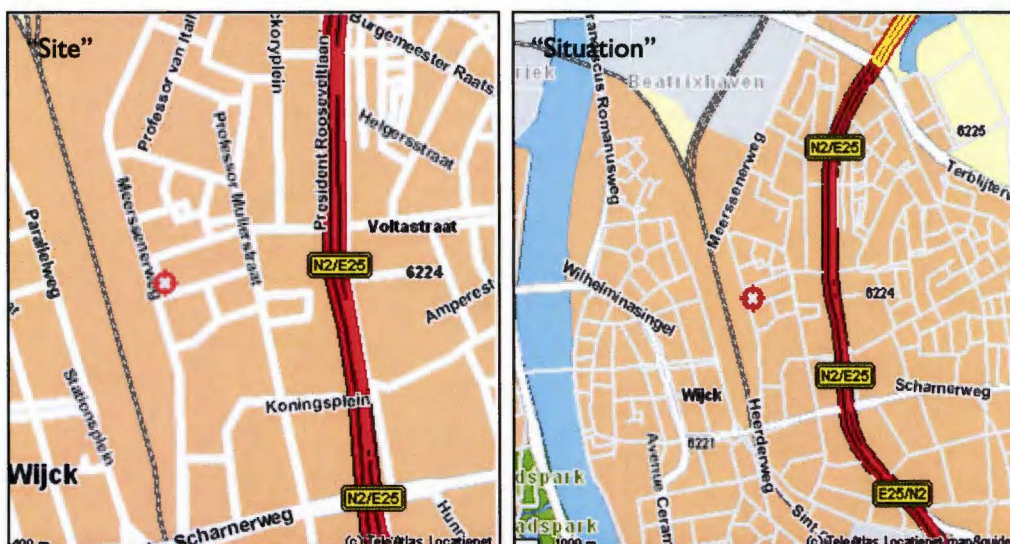


### 'Situation'-analyse

De externe bereikbaarheid van de buurt is eveneens niet optimaal, dit wordt veroorzaakt door de twee krachtige barrières (het spoor en de autoweg). Deze elementen zouden kansen kunnen bieden, maar aangezien de locatie verstopt is, kan daar geen gebruik van worden gemaakt. Door de bereikbaarheidsproblematiek is het lastig voor de locatie een sterke binding met andere buurten en wijken te realiseren. Kortom de locatie vindt geen aansluiting op een ruimere omgeving.

De locatie beschikt over voldoende parkeergelegenheid. De invoering van betaald parkeren moet daarentegen als een bedreiging gezien worden, vooral in verhouding tot de kleinschaligheid van de locatie en daarmee ook van toekomstige ontwikkelingen.

Anders dan vanaf de Meerssenerweg (waaraan de strip gelegen is) en het spoor is de locatie niet zichtbaar.



### Locatiepotentie

Voor de locatie aan de Meerssenerweg is geen samenhang met de buurt te onderkennen, noch is er sprake van aansluiting op de omgeving. Door de gemaakte analyse te vergelijken met de eisen die aan de concepten gesteld zijn en zoals weergegeven in bijlage 3a kan geconcludeerd worden dat de potentie van de locatie aan de Meerssenerweg te Maastricht gerekend kan worden tot het afbouwconcept.

### *Vertalen van potentie naar programma*

Door de geïsoleerde ligging van de locatie aan de Meerssenerweg, is de strip moeilijk vindbaar en heeft daardoor nauwelijks uitstraling. Door de bereikbaarheidsproblematiek zal geen toevloeiing van koopkracht uit omliggende buurten en wijken plaats vinden. Verloedering en verval zijn reeds doorgewerkt en de strip kampt met een grote mate van leegstand.

De strip aan de Meerssenerweg heeft naar de toekomst toe onvoldoende potentie om een rol te spelen in de voorzieningenstructuur. De visie voor deze winkelstrip zal er op gericht moeten zijn de winkelfunctie geheel af te bouwen. Aangezien het vastgoed fysiek gezien in een zeer slechte staat verkeerd, ligt gehele herontwikkeling het meest voor de hand. Gegeven het feit dat het object in bezit is van een corporatie is deze richting realistisch. Op dezelfde plaats kunnen woningen/appartementen terug komen van een hogere kwaliteit, hiermee wordt een impuls gegeven aan de omliggende buurt.

### 6.3 Case 2: Hendrik Berlagestraat Breda



*'Site'-analyse*

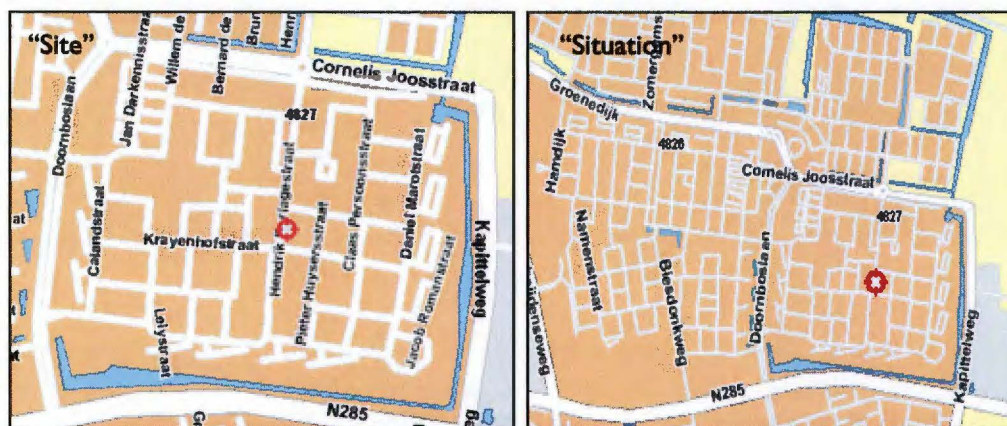
De buurt Geeren-Zuid is aan de oost- en zuidkant begrensd door water. Aan de noordkant wordt de buurt begrensd door de Cornelis Joosstraat, een ontsluitings/stroomweg voor de wijk Hoge Vucht en aan de westkant door de Doornboslaan, een lokale ontsluitingsweg. De wijk bestaat nagenoeg geheel uit woningen en bedrijvigheid is er nauwelijks te vinden, met uitzondering van de perifere detailhandel aan de Charles Petitweg.

De winkelstrip aan de Hendrik Berlagestraat ligt te midden van de woningen in Geeren-Zuid. Hiermee vormt de locatie een centraal punt voor de buurt. Het is een duidelijk herkenbare locatie voor de bewoners uit de buurt en gemakkelijk te bereiken met de verschillende vormen van vervoer. De bus stopt voor de deur en de parkeergelegenheden sluiten direct aan op de locatie.

Met betrekking tot het verblijfsmilieu zijn er problemen te onderkennen. De locatie aan de Hendrik Berlagestraat wordt door jongeren gebruikt als hangplek, omwonenden worden geïntimideerd en bedreigd, er is overlast van scooters en auto's, de buurt wordt vervuild en er is drugshandel en -gebruik. Verschillende krantenartikelen berichten over deze problematiek, onder andere in "Hendrik Berlagestraat siddert voor terreur" [BN/DeStem, 2003] en "Houd Geeren-Zuid alstublieft leefbaar" [BN/DeStem, 2004]. In "Ambtenaren verjaagd uit Berlagestraat" [BN/DeStem, 2004] wordt geschreven over twee Bredase ambtenaren die foto's wilden maken van de winkelstrip en dusdanig gehinderd werden in hun werkzaamheden dat ze eieren voor hun geld kozen en vertrokken.

*'Situation'-analyse*

Doordat de locatie centraal in de woonbuurt gelegen is, is de externe bereikbaarheid niet optimaal. De buurt Geeren-Zuid sluit goed aan op de omliggende buurten binnen de wijk Hoge Vucht, maar door de bereikbaarheidsproblematiek is het voor de locatie lastig een sterke binding in de overige wijk te realiseren. De doorgaande Cornelis Joosstraat verbindt het oostelijke deel van de wijk Hoge Vucht met een belangrijke stroomweg van Breda, maar de locatie aan de Hendrik Berlagestraat is nauwelijks zichtbaar vanaf deze weg. Aansluiting op andere buurten dan die gelegen binnen de wijk Hoge Vucht is er niet, vanwege de krachtige barrières, de waterweg en de belangrijke stroomweg. Er zal dan ook geen sprake zijn van toevloeiing van koopkracht en afzetgebied uit omliggende buurten en wijken.

*Locatiepotentie*

Er is sprake van samenhang tussen de Hendrik Berlagestraat en de directe omgeving, maar van aansluiting op de ruimere omgeving is geen sprake. In bijlage 3b wordt de analyse van de locatie aan de Hendrik Berlagestraat vergeleken met de eisen die aan de concepten zijn gesteld. Hieruit komt naar voren dat de potentie van de locatie gerekend kan worden tot het domeinconcept.

*Vertalen potentie naar programma*

De winkelstrip aan de Hendrik Berlagestraat ligt centraal in de buurt en is binnen de buurt makkelijk te vinden. Voor de omliggende buurten en wijken ligt deze daarentegen verscholen. Vanwege de grote mate van leegstand, het achterstallige onderhoud en de overlast van jongeren heeft de strip een slechte uitstraling.

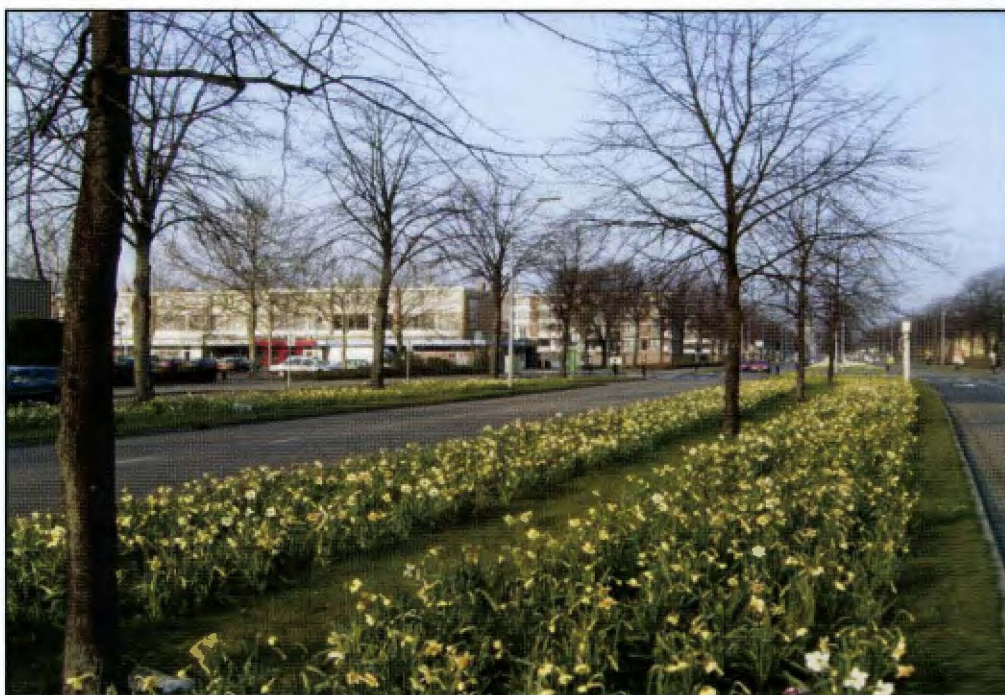
De locatie heeft wat betreft de toekomst, voldoende potentie om de strip een rol voor de buurt te laten vervullen. Vanwege de beperkte afstand tot het nabijgelegen wijkwinkelcentrum zijn louter economische functies niet aan te bevelen.

Bij de invulling van de ruimten kan gedacht worden aan buurtgerichte voorzieningen, zoals sociaal-maatschappelijke en medische functies. Aanhoudend probleem blijft de overlast van jongeren. Hoewel het een punt is op de aandachtslijst van de gemeente, blijft de situatie bij waar die al tijden is. Op deze problematiek zou de invulling aan kunnen haken om vervolgens de leefbaarheid van de woonomgeving te verbeteren.

Een politiepost in de winkelstrip of een loket welzijnswerk loket kunnen daar aan bijdragen. De onveiligheid en overlast is namelijk het eerste dat aangepakt dient te worden alvorens een voorzieningenpakket aan te kunnen bieden op de locatie aan de Hendrik Berlagestraat. In dit geval is er met name sprake van problematiek van sociale aard, fysieke maatregelen in de winkelstrip kunnen weliswaar ondersteunend zijn, maar de nadruk zal sterk liggen op investering in de samenleving. Samenwerking tussen corporatie en gemeentelijke diensten ligt hier veel meer voor de hand dan een samenwerking met marktpartijen.

Rekening houdend met bovenstaande zullen acties moeten worden genomen om de attractiviteit van de strip te verhogen: uitstraling, puibeeld, trappenhuis en achterzijde van het object. Meer grootschalige ingrepen zijn niet noodzakelijk in het streven het object voor de toekomst te behouden.

## 6.4 Case 3: Brucknerplein Eindhoven



### *'Site'-analyse*

De buurt Genderdal wordt begrensd door de Karel de Grotelaan, Limburglaan en het afwateringskanaal.

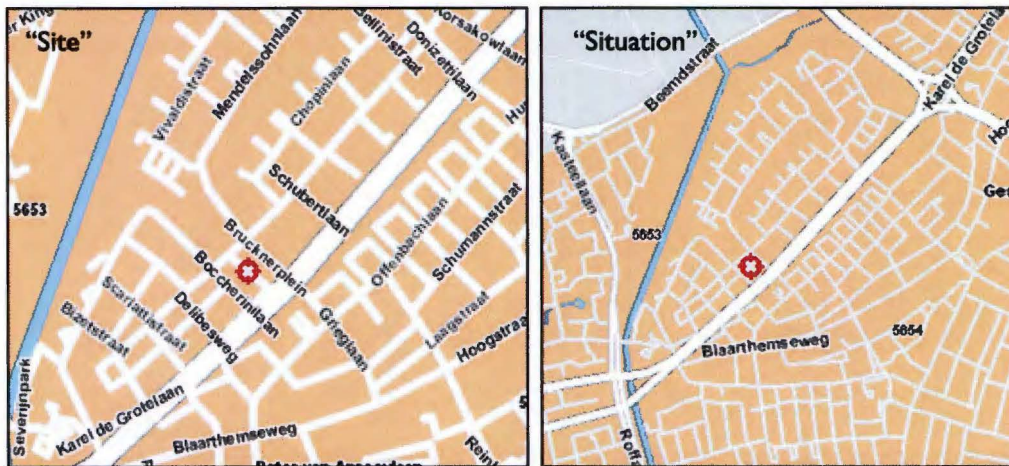
De winkelstrip aan het Brucknerplein ligt aan de rand van Genderdal. Het is weliswaar voor de buurtbewoners een herkenbare locatie vanwege het ruim opgezette plein waaraan het gelegen is, maar neemt geen centrale ligging in de buurt in. Vanwege de ligging aan de rand van Genderdal is het maar voor een beperkt gedeelte van de bewoners uit de buurt een locatie die direct aansluit op de woonomgeving. Voor de bewoners uit het noordoosten van de buurt ligt de locatie op een aanzienlijke afstand hetgeen veroorzaakt wordt door de langgerekte vorm van de buurt Genderdal.

Er is nabij de locatie geen sprake van noemenswaardige criminaliteit of vandalisme en de buitenruimte is redelijk goed onderhouden.

### *'Situation'-analyse*

De begrenzingen van de buurt zijn sterke barrières. Alleen via de Karel de Grotelaan is de buurt te bereiken vanuit ander buurten/wijken. De Karel de Grotelaan is een dubbelbaans stroomweg en een belangrijke ontsluitingsweg voor het zuidwesten van Eindhoven.

De locatie aan het Brucknerplein is direct zichtbaar en bereikbaar vanaf deze route. De grote hoeveelheid passanten kunnen gemakkelijk geconfronteerd worden met de locatie. Zichtbelemmerende obstakels ontbreken en er is beschikking over een grote parkeergelegenheid. De locatie bevindt zich direct bij een belangrijk kruispunt voorzien van stoplichten.



### Locatiepotentie

Er is geen sprake van een grote samenhang met de directe buurt, wel is de aansluiting op de ruimere omgeving duidelijk aanwezig. In bijlage 3c is de analyse voor het Brucknerplein getoetst aan de eisen die gesteld zijn aan de concepten. Hieruit komt naar voren dat deze locatie gerekend kan worden tot het knooppuntconcept.

### Vertalen potentie naar programma

De zichtbaarheid, de bereikbaarheid en de parkeergelegenheid van de locatie aan het Brucknerplein zijn de 'unique selling points'. De strip biedt met name door deze eigenschappen mogelijkheden voor een zeker aanbod van commerciële voorzieningen. De koopkrachtbinding binnen de eigen buurt zal relatief laag liggen, echter doet zich de mogelijkheid voor het grootste deel van de omzet en het afzetgebied van buiten de buurt te halen. Aangezien de mogelijkheden voor een compleet buurtwinkelcentrum ontbreken, moet de strip worden gepositioneerd als voorzieningstrip, waarbij een breed scala aan functies zich kan vestigen. De strategische ligging aan de doorgaande wegen maakt de strip uitstekend geschikt voor een snel en efficiënt bezoek. De verzorgingspositie van de strip moet gericht zijn op one-stop doeleinden, vooral vanwege het bereikbaarheidsprofiel. De omvang van het feitelijke verzorgingsgebied is te gering voor commerciële functies, maar door de ligging aan de doorgaande weg, kunnen deze functies weldegelijk rekenen op een hoge toevloeiing.

Door de ligging tussen concurrerende centra bestaan vanuit de geboden marktmogelijkheden beperkte mogelijkheden tot uitbreiden van detailhandel in de dagelijkse artikelen sector.

De huidige invulling sluit hier redelijk op aan, maar er is geen samenwerking te bekennen. De invulling zal dan ook beter op elkaar aan moeten sluiten en samen naar buiten moeten treden. Wenselijk is de commerciële kwaliteit te verhogen door middel van een cosmetische opknapbeurt. Door de combinatie met woningen zijn uitbreidingen naar voren of naar achteren lastig te realiseren.



## 6.5 Case 4: Stieltjesplein Rotterdam



### *'Site'-analyse*

De wijk Feijenoord wordt aan drie zijden begrensd door de Nieuwe Maas en aan de zuidkant loopt de wijk over in de Afrikaanderwijk. Opgemerkt dient te worden dat de spoorweg, zoals aangegeven op de plattegrond, ondergronds ligt.

De winkelstrip aan het Stieltjesplein ligt aan de noordwestelijke rand van de wijk. Zoals de naam al zegt ligt de winkelstrip aan een plein waar ook woningen gelegen zijn. Het is een herkenbare plek, maar kan dit niet vervullen voor de hele wijk Feijenoord. Dit hangt samen met de grootschaligheid van de wijk en het feit dat de wijk niet opgedeeld is in buurten.

De locatie ligt aan routes (Rosestraat en Oranjeboomstraat) die de wijk Feijenoord verbindt met noordelijkere delen van Rotterdam. Met de verschillende vormen van vervoer is de locatie te bereiken vanuit de buurt (als gedeelte van de wijk Feijenoord, want anders worden de afstanden te groot).

De staat van de buitenruimte is als redelijk goed aan te merken, wel is er sprake van graffiti.

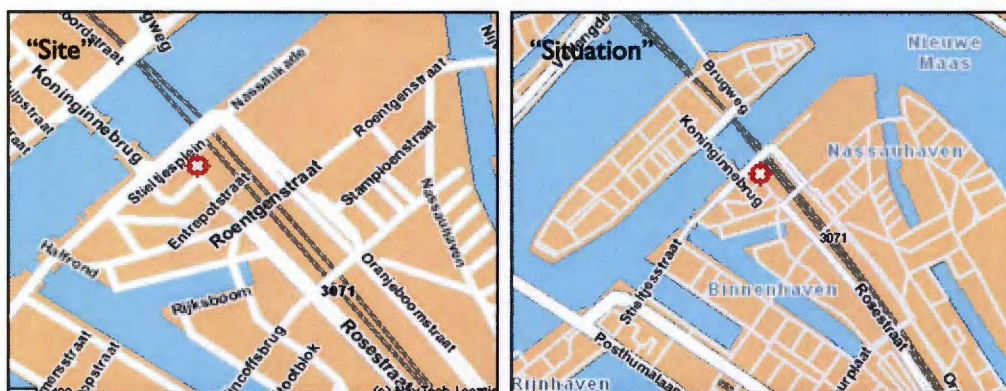
### *'Situation'-analyse*

De locatie heeft een herkenbare ligging nabij de Nieuwe Maas en Koninginnebrug, dit kan de attractiviteit ten goede komen.

Ook vanuit een ruimere omgeving is de locatie goed bereikbaar en herkenbaar.

De verbinding via de Koninginnebrug en de Willemsbrug vormt een van de twee verbindingen tussen het zuiden en noorden van Rotterdam. Vanaf de voet van de brug en aankomst over de brug is de locatie direct zichtbaar. Op deze manier manifesteert de locatie zich als zodanig voor de passanten. Er is duidelijk sprake van aansluiting van de locatie op een grotere omgeving. Door de ligging maakt de locatie deel uit van een groter netwerk binnen Rotterdam.

Het betaald parkeren moet als een negatief aspect beschouwd worden.



### *Locatiepotentie*

De samenhang tussen buurt en locatie is duidelijk aanwezig, alsmede de aansluiting op de ruimere omgeving. Door de gemaakte omgevingsanalyse te vergelijken met de eisen die aan de verschillende concepten zijn gesteld, komt voor het Stieltjesplein het domein<sup>+</sup>-concept naar voren, in bijlage 3d is dit weergegeven.

### *Vertalen potentie naar programma*

Door de gunstige bereikbaarheid van de locatie aan het Stieltjesplein is deze in staat een sterke binding in de wijk te realiseren. Er zal sprake zijn van toevloeiing van koopkracht en afzetgebied uit omliggende buurten en wijken. De potentie biedt ruimere perspectieven dan puur een functie voor de directe buurt en er kan op zoek gegaan worden naar functies binnen een breed scala aan voorzieningen. Er kan gestreefd worden naar een combinatie van commerciële en niet-commerciële voorzieningen, waarbij (een deel van) de functies tevens een verzorgende rol kunnen vervullen voor de bewoners uit de directe buurt. Opvallend is dat voor de strip aan het Stieltjesplein ruimere marktmogelijkheden aanwezig zijn dan nu worden geboden. Echter de huidige situatie van het vastgoed biedt een te slechte kwaliteit om deze mogelijkheden te benutten. Er moet dan ook ingezet worden op verbetering van het vastgoed en de uitstraling. Zonder sterke fysieke ingrepen zal de strip op het huidige niveau de positie niet wezenlijk kunnen versterken.

Door aan de strip een specifiek karakter toe te kennen is het in staat klanten te trekken uit een groot gebied. De afhankelijkheid van de directe omgeving is dan niet van doorslaggevend belang.

Zo kan bijvoorbeeld gestreefd worden naar een discount-segment (Lidl en Schelleker). In dit geval zal er extra aandacht besteed moeten worden aan de parkeergelegenheid; mogelijk is daar ruimte voor op het braakliggende terrein aan de achterzijde van de strip. Rekening dient gehouden te worden met de woonfunctie en de commerciële functie (hoge parkeerdruk, verkeerscongestie).

Indien er geen mogelijkheden zijn de parkeergelegenheid uit te breiden, zal de strip anders moeten worden gepositioneerd als voorzieningstrip, waarin ruimte wordt geboden aan functies die minder afhankelijk zijn van een veelheid aan autobezoek. In dat geval zullen de detailhandelsmogelijkheden voor het Stieltjesplein sterk afnemen en is een transformatie naar bijvoorbeeld een diensten- of zorgcentrum een alternatief.

Een andere aanpak is een recreatiewaarde aan de strip te koppelen, want ook "leisure" past in dit concept. Op 300 meter afstand van het Stieltjesplein is een informatiecentrum voor 'Kop van Zuid' gebouwd. Dit informatiecentrum is ruim opgezet, met tal van faciliteiten, en trekt een constante stroom van bezoekers. De strip aan het Stieltjesplein had mogelijk dienst kunnen doen als huisvesting van deze voorzieningen.

## **6.6 Conclusie**

De methodiek zoals opgesteld in dit onderzoek, is toepasbaar op de aangehaalde voorbeelden uit de praktijk. Aan de hand van het confrontatiekader en de eisen die vervolgens gesteld zijn aan de concepten, kan bepaald worden tot welke potentie een locatie gerekend kan worden.

Aan de hand van deze werkwijze is op een eenvoudige manier te bepalen waar de mogelijkheden van een locatie liggen met betrekking tot ontwikkelingen voor de toekomst. Zoals uit de cases blijkt is een uitwerking van de concepten naar een feitelijk programma sterk afhankelijk van de plaatselijke en lokale situaties. Het is daarom ook niet mogelijk een methodiek op te stellen aan de hand waarvan de uiteindelijke functionele invulling bepaald kan worden. Een programma zal altijd afhankelijk zijn van een lokale situatie en het is niet mogelijk daarvoor een algemeen toepasbaar kader op te stellen. Het is daarom van groot belang de kansrijke aanknopingspunten zoals die zich in de omgeving voordoen, boven water te halen.



## 7 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de conclusies met betrekking tot dit onderzoek weergegeven en vervolgens worden aanbevelingen gedaan. Deze aanbevelingen worden opgedeeld in aanbevelingen voor vervolgonderzoek en het hanteren van de opgestelde methodiek en in aanbevelingen die worden gedaan in het kader van de problematiek die centraal heeft gestaan voor dit onderzoek.

### 7.1 Conclusies

- De consument is mobieler en veeleisender geworden en de markt heeft hierop gereageerd, onder andere in de vorm van schaalvergroting. De functionele invulling van de buurtwinkelcentra staat hierdoor onder druk. Met name de winkels in de kleine buurtwinkelcentra - de winkelstrips - ondervinden dit aan den lijve. Leegstand en verpaupering zijn daar de resultaten van met als gevolg dat de waarde van het vastgoed afneemt en de "plek" zijn betekenis voor de woonomgeving kwijtraakt. De oude situatie waarin de consument alle boodschappen deed in de directe omgeving bestaat niet meer, en keert ook niet meer terug. In diverse gevallen zal dan ook afscheid genomen moeten worden van wat geweest is. Gekeken moet worden naar wat is en wat er in de toekomst kan zijn.
- Het blijkt dat aan de hand van bestaande methoden voor winkelcentrumanalyse geen antwoord geformuleerd kan worden inzake de mogelijkheden voor de toekomst binnen deze kleine buurtwinkelcentra.  
Aan de hand van de bestaande methoden wordt al snel geconcludeerd dat er geen toekomst meer bestaat voor de winkelstrip. Wat er dan gedaan moet worden met de leegstaande winkelunits komt hierin niet naar voren; een indruk van welke alternatieven er mogelijk zouden zijn, ontbreekt.  
Het afschrijven van elke winkelstrip die niet aan de eisen voldoet - zoals deze geformuleerd zijn in de bestaande analysemethoden - gaat in het kader van dit onderzoek te kort door de bocht.
- Om de mogelijkheden voor nieuwe invullingen van het leegstaande vastgoed - de mogelijkheden voor de toekomst - wèl in kaart te kunnen brengen, moet de locatie van het buurtwinkelcentrum centraal gesteld worden. Dit in tegenstelling tot de bestaande methoden waar het functioneren van de huidige invulling centraal staat.  
Aan de hand van deze insteek kan bepaald worden wat de mogelijkheden voor de toekomst op de plek van het buurtwinkelcentrum zouden kunnen zijn: de potentie van een locatie.

- De methode om de potentie van de locatie in kaart te brengen is in dit onderzoek ontwikkeld. De methodiek wordt toepasbaar geacht op een willekeurige winkelstrip welke in een neerwaartse spiraal verkeerd. Door de methode toe te passen op een willekeurige locatie van een buurtwinkelcentrum, kan een alternatieve ontwikkelingsrichting - een concept - bepaald worden. Dit concept geeft de mogelijkheden voor de toekomst op een bepaalde plek weer. Zodoende kan een beoordeling plaatsvinden van de mogelijkheden voor de toekomst zonder deze te laten belemmeren door de staat en de hoedanigheid van het vastgoed.
- Door de staat en de hoedanigheid van het vastgoed los te laten is de methode daarentegen wel beperkt in zijn werking. De mogelijkheden voor de toekomst worden weergegeven, maar moeten voor een specifieke winkelstrip verder uitgewerkt worden. De uitwerking is namelijk sterk afhankelijk van de plaatselijke situatie en de staat en hoedanigheid van het vastgoed. De verschillende situaties die hieraan gekoppeld kunnen worden maken het onmogelijk deze te verwerken in een methodiek die algemeen toepasbaar is op elke winkelstrip waar zich de problemen voordoen zoals beschreven.
- Het aandragen van nieuwe ontwikkelingsrichtingen betekent niet dat de buurtwinkel op korte termijn definitief zal verdwijnen. Vanuit de consument blijft namelijk de behoefte bestaan voor goede voorzieningen binnen de eigen buurt. Maar vaak blijkt deze behoefte van de consument economisch niet voldoende om de buurtvoorziening in stand te houden. Als antwoord hierop komt de buurtwinkel in een ander jasje terug, bijvoorbeeld in de vorm van een supermarkt met dagelijkse (food en non-food) producten en diensten, zoals een postkantoor-service, stomerij, schoenreparatie en de mogelijkheid om medicijnen op te halen.

## 7.2 Aanbevelingen

### **Aanbevelingen met betrekking tot de ontwikkelde methodiek**

- De methodiek is geschikt om per individuele buurtwinkelcentrumlocatie de potentie te bepalen. Het is aan te bevelen een analyse te maken van het hele pakket aan buurtwinkelcentra binnen een stad. Op deze manier kan inzichtelijk gemaakt worden hoe er gezamenlijk gekomen kan worden tot een gezonde voorzieningstructuur. Hierbij is het nodig verder te gaan dan het onderscheiden van de kleine buurtwinkelcentra binnen de hiërarchische structuur. Versterking van de winkelfunctie in de ene winkelstrip, afbouw van de winkelfunctie in de andere winkelstrip en toedelen van nieuwe invullingen zijn de keuzes die gemaakt moeten worden.

- De uitwerking van de concepten zal niet vanzelf tot stand komen. Om in de strips een stabiele basis (voorzieningenstructuur) voor de toekomst te bieden is een actieve aanpak van essentieel belang. Een aanpak welke berust op het – door gemeente, ondernemers, eigenaren en betrokken instanties – in onderlinge samenhang toewerken naar een gezamenlijk doel.
- Aangezien een daadwerkelijke praktijktoets buiten de opzet van dit onderzoek viel, zal na toepassing van de methodiek in de praktijk moeten blijken of deze werkt.
- Door de methodiek in de praktijk toe te passen kan deze wellicht verder uitgewerkt worden. Wanneer er wetmatigheden blijken te zijn, kunnen deze in de methodiek opgenomen/verwerkt worden.
- Een verdere verfijning van de methodiek ligt op het programmatische vlak. Aandacht dient besteed te worden aan de manier waarop vorm gegeven kan worden aan een locatiepotentie door, of samenwerking tussen, verschillende partijen. Hierbij komen vragen naar voren als: wie neemt de regie op zich en wie treedt er op als financier?

#### Aanbevelingen met betrekking tot de problematiek

- Voor gemeentes kan het moeilijk zijn om het juiste aanknopingspunt inzake nieuwe ontwikkelingsrichtingen voor noodlijdende winkelstrips te vinden. Deze methode kan hier aan bijdragen; het biedt gemeentes een eenvoudige onderlegger om met beperkte kosten een analyse te maken van de mogelijkheden voor de toekomst. Aan de hand van de resultaten kan de gemeente in bijvoorbeeld een detailhandelsstructuurnota duidelijkheid bieden naar de markt. De programmering volgt pas na deze analyse, maar het vaak tijdrovende voortraject kan aanzienlijk versneld worden. Het is daarom aan te bevelen eerst goed in beeld te brengen wat de mogelijkheden van een bepaalde locatie zijn. Door vervolgens op zoek te gaan naar kansrijke aanknopingspunten in de omgeving en rekening te houden met belemmeringen die door het vastgoed opgelegd worden, zoals eigendomsposities, aanpasbaarheid en bestemmingsplannen, ontstaan als vanzelf enkele mogelijke en logische ontwikkelingsrichtingen.
- De situatie zoals die zich binnen verschillende winkelstrips voordoet, baart zorgen. Jaren geleden is de neerwaartse spiraal reeds ingezet en heeft de verloedering zijn intrede gedaan. Resultaat is een in verval geraakte winkelvoorziening die vandalisme en criminaliteit aantrekt.

Belangrijk is om in te zien dat in deze situaties te lang gewacht is met ingrijpen en in te spelen op deze negatieve ontwikkelingen. Men heeft te lang vastgehouden aan de oorspronkelijke functies. De verschillende partijen - gemeente, eigenaar, corporatie en ondernemers - zullen realistisch moeten zijn met het beoordelen van de situatie waarin winkelstrips zich bevinden. Er moet naar gestreefd worden in een vroeg stadium te erkennen en te onderkennen dat de huidige situatie in de winkelstrips niet meer te houden is. Het verpauperingsproces is dan minder sterk doorgevoerd en de kansen op verbetering zijn dan groter. Wanneer te lang gewacht wordt en de situatie van een vervallen object met dichtgetimmerde ruiten, junkies en onveiligheid zich voordoet, zijn kansen op verbetering aanzienlijk kleiner. Grote inspanningen en grote sommen geld zijn dan nodig om veranderingen door te voeren.

De enige manier om de waarde van het vastgoed op peil te houden, is op tijd in te spelen op veranderende omstandigheden in de markt. Daarom moeten deze partijen openstaan voor veranderingen, verder kijken dan de traditionele invullingen, de mogelijkheden inventariseren voor nieuwe invullingen en overgaan tot het maken van een nieuw programma voor een tweede toekomst van een winkelstrip.



## Samenvatting

### Aanleiding

In dit onderzoek staan de kleine buurtwinkelcentra centraal. Deze vormen de onderste laag uit de winkelhiërarchie zoals die zich in Nederland voordoet. Met een oppervlakte tot 2500 m<sup>2</sup> en 5 tot 9 winkels zijn het de kleine winkelvoorzieningen die terug te vinden zijn als winkelstrips/-stroken en buurtsteunpunten. Oorspronkelijk doen deze winkelvoorzieningen dienst voor de dagelijkse boodschappen, waarbij de buurt het verzorgingsgebied vormt. In de steden zijn deze winkelvoorzieningen met name te vinden in vroeg naoorlogse wijken.

Verschillende ontwikkelingen doen zich voor waardoor deze winkelvoorzieningen momenteel in een neerwaartse spiraal verkeren. Aan de vraagkant doet zich de ontwikkeling voor van draagvlakvermindering binnen het verzorgingsgebied door een lagere woningbezetting en een grotere mobiliteit van consumenten. Aan de aanbodkant speelt de schaalvergroting een belangrijke rol. Door deze ontwikkeling ontstaat voor de detaillisten de noodzaak om steeds meer consumenten en een groter marktgebied aan zich te binden om de beoogde omzet te bewerkstelligen.

Vele kleine buurtwinkelcentra zijn niet in staat de oorspronkelijke functie, het bieden van een dagelijkse voorzieningenpakket, uit te oefenen. Met als gevolg dat er langdurige leegstand en verloedering waar te nemen is. Deze neerwaartse spiraal is een trend die landelijk waar te nemen is. Bij onveranderd beleid dreigen deze winkelvoorzieningen een stille dood te sterven. Dit komt duidelijk naar voren in verschillende recente gemeentelijke detailhandelsnota's.

De centra verliezen hun winkelfunctie en vervolgens wordt er regelmatig getracht een alternatieve invulling of een functiewijziging te geven aan de leegstaande winkelunits. Een andere ontwikkeling die men veelal in de grote steden ziet, zijn de 'buitenlandse' winkels. Is alternatieve invulling geen oplossing dan heeft dit verpaupering tot gevolg, wat vaak leidt tot sloop.

Ondanks de veranderende omstandigheden die de levensvatbaarheid van kleine buurtwinkelcentra in de weg staan, is er nog steeds behoefte aan een voorzieningenpakket op korte (loop-) afstand. Een voorzieningenaanbod in de woonomgeving wordt namelijk direct in verband gebracht met de leefbaarheid van een buurt/wijk.

### Doel van het onderzoek

Om de aantrekkingskracht en vitaliteit van buurtwinkelcentra te verbeteren, moet de negatieve spiraal waarin deze verkeren, doorbroken worden. Hiermee wordt zowel ingespeeld op verbetering van de leefbaarheid van de buurt als op het creëren van een

basisvoorzieningspakket voor (oudere) bewoners die behoefte hebben aan voorzieningen op korte (loop)afstand.

In het geval van een alternatieve invulling zal deze goed afgestemd moeten worden op de kwaliteiten van de buurt of wijk waarin deze zich bevindt, om zo toch de maatschappelijke functie van het gebied te kunnen waarborgen.

Dit onderzoek bepaalt de positie van de kleine buurtwinkelcentra en bestudeert welke ontwikkelingsrichtingen er mogelijk zijn. De volgende doelstelling ligt ten grondslag aan het onderzoek:

*Het ontwikkelen van een methodiek aan de hand waarvan alternatieve ontwikkelingsrichtingen bepaald kunnen worden ten behoeve van kleine buurtwinkelcentra die in een neerwaartse spiraal verkeren.*

Voor het onderzoek zijn bovendien de volgende deelvragen geformuleerd:

- Door welke ontwikkelingen verkeren de buurtwinkelcentra in een neerwaartse spiraal?
- Welke winkelvoorzieningen ondervinden de meeste last van deze ontwikkelingen?
- Aan welke uitgangspunten zal een methodiek moeten voldoen om voor deze winkelcentra te komen tot alternatieve ontwikkelingsrichtingen?
- Hoe kunnen deze uitgangspunten vertaald worden naar een geschikte methodiek?
- Hoe kan aan de hand van deze methodiek worden gekomen tot alternatieve ontwikkelingsrichtingen, welke toegepast kunnen worden op willekeurige buurtwinkelcentra?
- Welke programma's van functies zijn haalbaar binnen deze ontwikkelingsrichtingen?

### **Neerwaartse spiraal winkelstrips**

De fijnmazige distributiestructuur kent een lange geschiedenis, maar is voor een deel ook het resultaat van de naoorlogse planmatige ontwikkeling van winkelgebieden. De huidige verzorgingsstructuur bestaat uit hoofd-, stadsdeel-, wijk- en buurtwinkelcentra.

Het ruimtelijk koopgedrag van de consument sloot in de periode direct na de Tweede Wereldoorlog aan bij het planningsconcept van de functionele hiërarchie van winkelcentra. Bij de aanschaf van de eerste levensbehoeften (zoals levensmiddelen) die relatief veel worden gekocht, domineerde de wens tot tijdsparing door middel van afstandsminimalisering. Deze goederen kocht de consument dicht bij huis, dus in buurt- en wijkwinkelcentra welke men te voet of op de fiets kon bereiken. Bij de aanschaf van duurzame goederen wilde de consument kunnen kiezen; tevens was men bereid daar meer

moeite voor te doen. Dat kon in centra van hogere orde; soms werd meer dan één winkelcentrum tegelijk bezocht met de bus of de tram, of zelfs met de fiets.

De negatieve ontwikkelingen spelen op elkaar in en versterken elkaar. In het geval van de kleine buurtwinkelcentra biedt de traditionele invulling geen toekomst meer. De functie die het toebedeeld kreeg in de hiërarchische structuur van na de oorlog blijkt niet meer van toepassing te zijn op de huidige situatie.

Een onmiskenbaar gevolg daarvan is de neerwaartse spiraal waarin deze centra nu verkeren en de behoefte aan een methodiek om te komen tot nieuwe functionele invullingen.

### **Ingrijpen in de neerwaartse spiraal**

Toepassen van bestaande analysemethoden voor winkelcentrumonderzoek leidt tot de conclusie dat deze winkelstrips niet meer levensvatbaar zijn. Op de vraag wat er dan gedaan moet worden met het leegstaande vastgoed, geven geen van de methoden antwoord. Het gaat te ver om elke slecht functionerende winkelstrip af te breken, aangezien hiermee de waarde van het vastgoed geheel verloren gaat, evenals de functie voor de buurt. Het is daarom zinvol op zoek te gaan naar alternatieve ontwikkelingsrichtingen die wél toekomst bieden voor de strips. Waar hiervoor de kansen en aanknopingspunten liggen, kan niet bepaald worden aan de hand van de bestaande analysemethoden. Dit komt door het feit dat er uitgegaan wordt van het functioneren van de huidige invulling en niet ingegaan wordt op de vraag wat er mogelijk zou kunnen zijn op de plek van een winkelstrip: welke potentie heeft de locatie te bieden. Om die vraag te kunnen beantwoorden moet in de omgeving op zoek gegaan worden naar kansen en kansrijke aanknopingspunten die mogelijkheden bieden voor nieuwe ontwikkelingsrichtingen. Zodoende wordt duidelijk afgeweken van de werkwijzen zoals die tot nu toe gehanteerd worden.

### **Methodiek**

De locatie van een buurtwinkelcentrum vormt de basis in de methodiek zoals ontwikkeld in dit onderzoek. Aan de hand van deze methodiek kan gekomen worden tot nieuwe ontwikkelingsrichtingen.

De praktische betekenis van de potentiebepaling van een locatie is gelegen in de mogelijkheid te komen tot een systematische evaluatie van de verschillende van belang geachte omgevingsaspecten. Met de locatie wordt een geografische plek aangeduid waarvoor in kaart gebracht moet worden welke (combinatie van) functies daar mogelijk zouden kunnen zijn. Daarom is het van belang de kwaliteiten van de omgeving, die invloed hebben op de locatie en dus ook op de potentie, toetsbaar te maken. Aan de hand van een beoordeling van de kwaliteiten wordt gekomen tot alternatieve ontwikkelingsrichtingen.

Alvorens de omgeving toetsbaar te kunnen maken, moet duidelijk uiteengezet worden hoe deze eruitziet, waar deze uit bestaat. Op deze manier kunnen vervolgens conclusies getrokken worden die ingaan op de potentie van de locatie.

De mogelijkheden voor een locatie kunnen bepaald worden door voor zowel van de 'site' als de 'situation' de gebruiks- en belevingswaarde in kaart te brengen.

In figuur 1 is de locatie aangegeven waarvoor tot een alternatieve ontwikkelingsrichting gekomen moet worden. Deze locatie maakt deel uit van de 'site' en deze sluit aan op de 'situation'. Dit geheel zal moeten functioneren binnen de macro-omgeving, waarmee de externe trends en ontwikkelingen aangeduid worden.

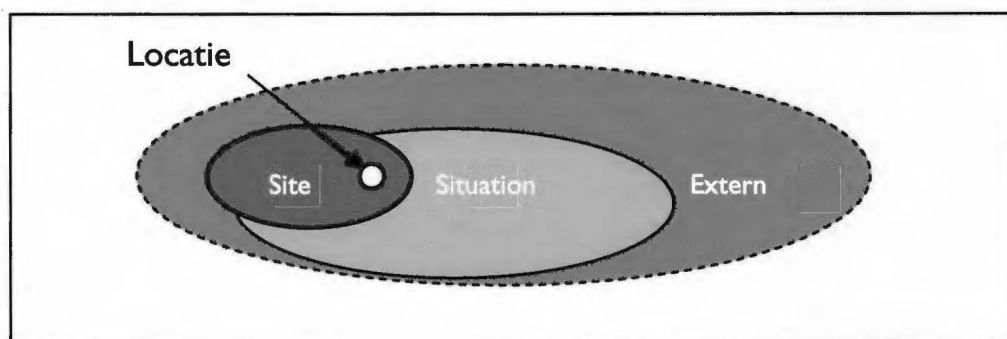


Fig. 1: Ruimtelijke schaalniveaus

Om een 'site'-analyse te maken, worden de bronnen in kaart gebracht waarover een locatie beschikt. Dit betreffen de kenmerken van/binnen de lokale omgeving (de buurt) die van invloed zijn op de locatie en waarmee richting gegeven kan worden aan de potentie. Er wordt een oordeel gegeven over de gebruiks- en belevingswaarde om de kwaliteit inzichtelijk te maken. De vraag of er **samenhang** is tussen de locatie en de buurt staat hierin centraal. Met andere woorden: neemt de locatie een duidelijke plek in, vormt het een 'hart' voor de buurt of is er sprake van een locatie die niet over deze kwaliteit beschikt?

De 'situation'-analyse brengt de ligging van de buurt en de locatie in een ruimere omgeving in kaart. Naar voren komt of er relaties te onderkennen zijn met andere gebieden. Wanneer de locatie gerelateerd kan worden aan andere plaatsen en menselijke activiteiten biedt dit kansen voor ontwikkelingen.

Ook hier wordt een oordeel gevormd met betrekking tot de gebruiks- en belevingswaarde om de kwaliteit inzichtelijk te maken.

De vraag of er **aansluiting** te vinden is op een ruimere omgeving staat hierin centraal. De locatie kan deel uitmaken van een structuur of netwerk binnen een stad(sdeel). Tevens kunnen er ruimtelijke beperkingen aanwezig zijn die het bereiken van de locatie en de 'site' in de weg staan.

Door voor een bepaalde buurtwinkelcentrumlocatie een omgevingsanalyse uit te voeren, kunnen conclusies getrokken worden die van invloed zijn op de verdere ontwikkeling van een nieuwe combinatie van functies. Door aan de verschillende kwaliteitsaspecten eisen te koppelen kan in kaart gebracht worden waar zich kansen dan wel bedreigingen voordoen en er vindt een beoordeling plaats van de gebruiks- en belevingswaarde op zowel de 'site' als de 'situation'. Aan de hand van figuur 2 wordt een match gemaakt van de uitkomst uit de te verrichten analyse. In de figuur zijn de mogelijke combinaties weergegeven zoals die zich voor kunnen doen wanneer de omgevingsanalyse van de 'site' en van de 'situation' met elkaar gecombineerd worden. Deze combinaties van omgevingsanalyses geven de concepten weer die de potentie van de locatie in kaart brengen. Aan de hand van deze matrix kan afgeleid worden tot welk concept de ontwikkelingsrichting van een locatie gerekend dient te worden.

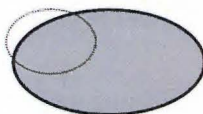
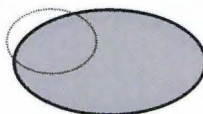

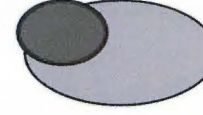
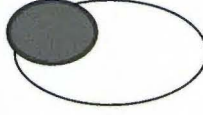

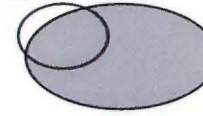
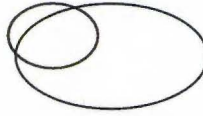
	'Situation'	Kansen	Bedreigingen
'Site'	Omgevingsanalyse		
Kansen		I: Wijkconcept 	II: Domeinconcept 
Bedreigingen		III: Knooppuntconcept 	IV: Herbestemming 

Fig. 2: omgevingskwaliteiten

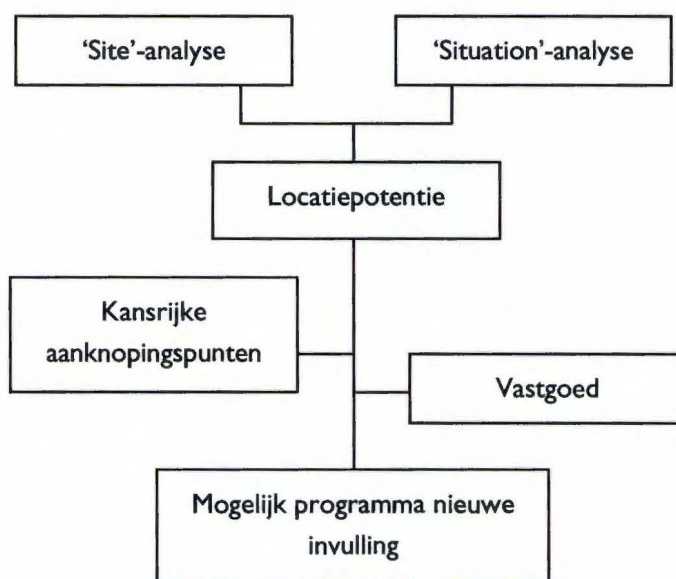
De concepten zoals in de matrix onderscheiden, worden hier toegelicht:

- I In **kwadrant I** is de combinatie weergegeven dat zowel de 'site' als de 'situation' van de locatie kwaliteiten vertoont. Er bestaat zowel binnen de buurt samenhang, als aansluiting op een groter netwerk, structuur. Dit biedt mogelijkheden om op zowel inwoners van de buurt als op passanten te richten. Dit concept is aangeduid als het **domein<sup>+</sup>-concept**. Deze benaming geeft de potentie van een locatie weer die verder reikt dan het eigen domein.
- II **Kwadrant II** geeft sterke kwaliteiten voor de 'site'-kenmerken weer, gecombineerd met mindere kwaliteiten op het gebied van de 'situation'-kenmerken. Deze confrontatie geeft de situatie weer dat er sprake is van samenhang in de eigen buurt, maar aansluiting op een ruimere omgeving ontbreekt. De locatie kan dan ook niet profiteren van omliggende buurten of passanten en zal zich daardoor alleen op de eigen inwoners kunnen richten. Dit concept is aangeduid als het **domeinconcept**.
- III **Kwadrant III** scoort 'slecht' binnen de eigen buurt, een samenhang met de directe omgeving ontbreekt geheel, maar de locatie is daarentegen wel in staat een sterke relatie te leggen met een ruimere omgeving. Een dergelijke locatie zal zich kunnen richten op passanten doordat deze zich op een belangrijk knooppunt of aan een route in de stad bevindt. Dit concept is aangeduid als het **knooppuntconcept**.
- IV **Kwadrant IV** slaagt er niet in te komen tot een samenhangende relatie of tot een aansluiting met de omgeving. Een relatie met de buurt of een belangrijke ontsluitingsroute ontbreekt geheel. Hierdoor is het lastig de benodigde aantrekkingskracht te creëren en zal een publieksgerichte functie niet aan te bevelen zijn. De voorzieningenstructuur zal afgebouwd moeten worden. Dit concept is daarom aangeduid als het **afbouwconcept**.

## Nieuwe programmering

De bepaling van de locatiepotentie vormt de basis voor het opstellen van een programma voor nieuwe functionele invullingen van een buurtwinkelcentrum. Om tot een nieuwe programmering te komen is alleen de potentiebepaling van de locatie niet voldoende. Het concept dat naar voren komt aan de hand van de locatiepotentie moet vervolgens vertaald worden in een mogelijk nieuwe functionele invulling.

In het volgende schema is de stapsgewijze werkwijze weergegeven.



De verschillende concepten bieden verschillende mogelijkheden voor nieuwe invullingen. Aanknopingspunten voor de richting waarin een concept uitgewerkt gaat worden, kunnen in de omgeving gevonden worden en tevens kunnen door het vastgoed beperkingen opgelegd worden aan bepaalde richtingen.

### Kansrijke aanknopingspunten

Elke buurt of wijk heeft specifieke kwaliteitsdragers. Als deze positieve eigenschappen gevonden worden, bestaat er een goed uitgangspunt voor de programmering, in dit verband wordt gesproken over kansrijke aanknopingspunten.

Deze aanknopingspunten kunnen zich op verschillende terreinen voordoen. Het is hierbij van belang op zoek te gaan naar aspecten waarin de buurt/omgeving zich onderscheidt of kan onderscheiden van andere (concurrerende) locaties. Het specifieke karakter van de locatie wordt hiermee in kaart gebracht. Dit specifieke karakter kan vorm gegeven worden door bijvoorbeeld de bestaande of de te verwachten bevolkingsopbouw binnen het

verzorgingsgebied, maar ook door speciale aandacht vanuit de gemeente of de aanwezigheid van een bepaald soort bedrijvigheid of instellingen.

## **Vastgoed**

Alvorens tot de uitvoering van een programma over te gaan, moet beoordeeld worden in hoeverre deze voorstelling ook daadwerkelijk tot de mogelijkheden behoort of hoe deze ingepast/verder uitgewerkt kan worden. Er kunnen door aspecten die direct of indirect met het object - het vastgoed - verbonden zijn belemmeringen opgelegd worden aan de functionele programmering. Daarnaast kunnen deze aspecten juist richtinggevend zijn voor de programmering.

Daarom moet er op objectniveau een analyse plaatsvinden waarbij op zoek gegaan wordt naar de sterke en zwakke punten van het vastgoed. Deze punten kunnen een bepaalde uitwerking bevorderen of juist tegenwerken. Naar voren dient te komen in welke mate het vastgoed leidend is in de te formuleren functionele invulling.

Hiervoor kan een viertal aandachtsgebieden onderscheiden worden:

- gemeentelijk beleid: een bestemmingsplan schrijft voor wat de functie mag zijn van een bepaald pand in een bepaald gebied, een detailhandelsnota beschrijft de visie van een gemeente voor de gewenste detailhandelsstructuur en het horecabeleid beschrijft de visie op horeca-ontwikkelingen
- eigendomsstructuur: er doen zich verschillende vormen van eigendom voor, deze hebben invloed op de bereidheid van eigenaren om mee te werken aan ingrepen in de bestaande structuur en functionele invulling
- staat van het vastgoed: de bouwkundige staat wordt bepaald door de fysieke aspecten van het object
- aanpasbaarheid: de aanpasbaarheid wordt bepaald door de mogelijkheden om andere invullingen aan het vastgoed toe te schrijven

Door allereerst de eigendomsstructuur en het vigerende gemeentelijke beleid in kaart te brengen en vervolgens de staat en aanpasbaarheid van het vastgoed, wordt duidelijk wat de mogelijkheden zijn van een buurtwinkelcentrum op objectniveau. Hierbij gaat het er om in kaart te brengen wat de ruimte voor verandering zou kunnen zijn.

In het onderzoek zijn een viertal voorbeelden gegeven van winkelstrips die elk aansluiten op een van de concepten. Hierbij is aandacht besteed aan hoe de uitwerking om te komen tot een nieuw functioneel programma er uit zou kunnen zien.



## Conclusies

Het doel van dit onderzoek betreft het in kaart brengen van de mogelijkheden voor de toekomst voor buurtwinkelcentra die in een neerwaartse spiraal verkeren en waarvoor de oorspronkelijke invulling geen soulaas meer biedt. Aan de hand van dit doel en de uitwerking in de vorm van het verrichte onderzoek, kunnen de volgende conclusies getrokken worden:

- De veranderende omstandigheden zijn met name van invloed op de kleine buurtwinkelcentra, de winkelstrips. Leegstand en verpaupering zijn daar de resultaten van met als gevolg dat de waarde van het vastgoed afneemt en de “plek” zijn betekenis voor de woonomgeving kwijtraakt. In diverse gevallen zal afscheid genomen moeten worden van wat geweest is. Gekeken moet worden naar wat is en wat er in de toekomst kan zijn.
- Het blijkt dat aan de hand van bestaande methoden voor winkelcentrumanalyse geen antwoord geformuleerd kan worden inzake de mogelijkheden voor de toekomst binnen deze kleine buurtwinkelcentra.  
Het afschrijven van elke winkelstrip die niet aan de eisen voldoet gaat in het kader van dit onderzoek te kort door de bocht.
- Om de mogelijkheden voor nieuwe invullingen van het leegstaande vastgoed - de mogelijkheden voor de toekomst - wèl in kaart te kunnen brengen, moet de locatie van het buurtwinkelcentrum centraal gesteld worden. Aan de hand van deze insteek kan bepaald worden wat de mogelijkheden voor de toekomst op de plek van het buurtwinkelcentrum zouden kúnnen zijn: de potentie van een locatie.
- De methode om de potentie van de locatie in kaart te brengen is in dit onderzoek ontwikkeld. De methodiek wordt toepasbaar geacht op een willekeurige winkelstrip welke in een neerwaartse spiraal verkeerd. Door de methode toe te passen op een willekeurige locatie van een buurtwinkelcentrum, kan een alternatieve ontwikkelingsrichting - een concept - bepaald worden.  
Zodoende kan een beoordeling plaatsvinden van de mogelijkheden voor de toekomst zonder deze te laten belemmeren door de staat en de hoedanigheid van het vastgoed.
- Door de staat en de hoedanigheid van het vastgoed los te laten is de methode daarentegen wel beperkt in zijn werking. De mogelijkheden voor de toekomst worden weergegeven, maar moeten voor een specifieke winkelstrip verder uitgewerkt worden. De uitwerking is namelijk sterk afhankelijk van de plaatselijke situatie en de staat en hoedanigheid van het vastgoed.

## **Aanbevelingen**

- De methodiek is geschikt om per individuele buurtwinkelcentrumlocatie de potentie te bepalen. Het is aan te bevelen een analyse te maken van het hele pakket aan buurtwinkelcentra binnen een stad. Op deze manier kan inzichtelijk gemaakt worden hoe er gezamenlijk gekomen kan worden tot een gezonde voorzieningstructuur. Hierbij is het nodig verder te gaan dan het onderscheiden van de kleine buurtwinkelcentra binnen de hiërarchische structuur.
- De uitwerking van de concepten zal niet vanzelf tot stand komen. Om in de strips een stabiele basis (voorzieningstructuur) voor de toekomst te bieden is een actieve aanpak van essentieel belang. Een aanpak welke berust op het – door gemeente, ondernemers, eigenaren en betrokken instanties – in onderlinge samenhang toewerken naar een gezamenlijk doel.
- Aangezien een daadwerkelijke praktijktoets buiten de opzet van dit onderzoek viel, zal na toepassing van de methodiek in de praktijk moeten blijken of deze werkt.
- Door de methodiek in de praktijk toe te passen kan deze wellicht verder uitgewerkt worden. Wanneer er wetmatigheden blijken te zijn, kunnen deze in de methodiek opgenomen/verwerkt worden.
- Een verdere verfijning van de methodiek ligt op het programmatische vlak. Aandacht dient besteed te worden aan de manier waarop vorm gegeven kan worden aan een locatiepotentie door, of samenwerking tussen, verschillende partijen. Hierbij komen vragen naar voren als: wie neemt de regie op zich en wie treedt er op als financier?

## Literatuurlijst

### Boeken

- Agricola, E., (1997), *De naoorlogse wijk centraal*, Uitgeverij 010, Rotterdam.
- Boekema F.W.M., Steen, v.d. T., Wiel, v.d., J., (1998), *Dynamiek in binnensteden: theorie en empirie van winkelvastgoed*, Assen
- Bolt, E.J., (1995), *Productvorming in de detailhandel*, Merkelbeek
- Buursink, J., (1977), *De hiërarchie van winkelcentra*, Groningen
- D&P Onderzoek en Advies, (2000), *Retail handboek 2000*, Den Haag
- Draak, J. den, (1993), *Stedelijke bevolking en voorzieningen*.
- Gantvoort, J. Th., (1990), *Functionele hiërarchie onder druk, een vergelijkend onderzoek naar het koopgedrag in een aantal woonwijken in het zgn. RoCa-gebied*, Research Institute of Urban Planning and Architecture, Publikatieburo Bouwkunde, Den Haag.
- Habiforum, *Kwaliteit in meervoud*, Gouda
- Hooimeijer, P., (2001), *Kwaliteit in meervoud, Conceptualisering en operationalisering van ruimtelijke kwaliteit voor meervoudig ruimtegebruik*, Habiforum, Expertisenetwerk Meervoudig Ruimtegebruik, Gouda.
- IMK REA, (1991), *Aanpak herstructurering winkelcentra*, Zoetermeer/Diemen
- IMK REA, (1997), *Handboek detailhandel*.
- Locatus, (2003), *Retail handboek 2003*, Woerden
- Ogilvie, R.G., (2001), *Strategische beleidsinformatie*, Financial Times.
- Taatgen, G.T., (1991), *Checklist buurtwinkelcentra*, IMK
- Toorn Vrijthoff, ir W. van der, (1998), *Werk aan de winkel*, Delft
- Verlaat, J. van 't, (1997), *Productontwikkeling binnen regiomarketing*, Rotterdam.

## Rapporten

- HBD, (2003), *Trendrapport 2004; inspelen op de zekerheid van onzekerheid.*
- Seinpost, (2003), *Detailhandelsvragen Oosterhout Eindrapportage*, Rotterdam
- Seinpost, (2003), *Detailhandelstructuur Feijenoord*, Rotterdam
- Vuursteen, K., (2003), *Het nieuwe consumenten*, Ministerie van Economische Zaken, Den Haag.
- WPM Consultants, (2002), *Delft – Buurtwinkelcentra 2002-2010*, 's-Hertogenbosch.

## Tijdschrift- en krantenartikelen

- BN/DeStem, (2002), *Niemand durft zich hier nog te vestigen.*
- BN/DeStem, (2003), *Hendrik Berlagestraat siddert voor terreur.*
- BN/DeStem, (2004), *Houd Geeren-Zuid alstublieft leefbaar.*
- BN/DeStem, (2004), *Ambtenaren verjaagd uit Berlagestraat.*
- Haagsche Courant, (2002), *Hulp voor zieltogende buurtwinkelcentra.*
- Het Financieele Dagblad, (2004), *Marktplaats voor startende ondernemers.*
- Leidsch Dagblad, (2004), *Leiden-Noord wordt economische broedplaats.*
- NRC, (2000), *Geld voor vergeten buurten.*
- Vakblad Supermarkt, maart 2001

## Internetsites

- [www.aedesnet.nl](http://www.aedesnet.nl)
- [www.archined.nl](http://www.archined.nl)
- [www.arcares.nl](http://www.arcares.nl)
- [www.elmundo.nl](http://www.elmundo.nl)
- [www.id-wijk.nl](http://www.id-wijk.nl)
- [www.iwz.nl](http://www.iwz.nl)
- [www.kenniscentrumwonzorg.nl](http://www.kenniscentrumwonzorg.nl)
- [www.nas-en-mazzel.nl](http://www.nas-en-mazzel.nl)
- [www.steunstee.nl](http://www.steunstee.nl)

## Bijlage I Segmentaties

- **Segmentatie 'Bolt', 1995**

Bolt [1995] gaat uit van de hiërarchische segmentatie en maakt een onderscheid tussen hoofdwinkelcentra en ondersteunende centra, waarbij daaronder een suborde is aangebracht in de 1<sup>e</sup> tot en met de 4<sup>e</sup> orde. De segmentatie is gebaseerd op de beweegredenen van consumenten om een winkelcentrum te bezoeken. Dit betreffen perceptie-, economische-, en persoonlijke motieven, welke direct gekoppeld zijn aan de verzorgingsfunctie die het centrum inneemt en de omvang van het centrum. Bij hoofdwinkelapparaten scoren de perceptiemotieven het hoogst (waarbij keuzemogelijkheden en de kwaliteit in het oog springen), gevolgd door economische beweegredenen (waarbij het prijsniveau het belangrijkste aspect blijkt) met als hekkensluiter de persoonlijke motieven (waarbij gewoontevorming bijzonder relevant is). Bij ondersteunende centra scoren de laatstgenoemde motieven (waarbij gewoontevorming bij de veelvuldige aankopen doorslaggevend is) en de economische beweegredenen (waarbij de tijd/kostenbesparende afstand van groot belang is) het hoogst, op enige afstand gevolgd door perceptiemotieven.

De buurtwinkelcentra vormen het onderste deel (de 4<sup>e</sup> orde) uit de groep van nevencentra en spelen een rol voor één deelmarkt, in tegenstelling tot voornamelijk de categorie van hoofdwinkelcentra, waarbij het gaat om het voorzien van de gehele woonkern. Het ondersteunende karakter is het belangrijkste kenmerk. In deze typering wordt een bvo kleiner dan 2.500m aangehouden voor de kleinste winkelconcentraties. Centraal staat het doen van boodschappen waarbij één of twee supermarkten de trekker(s) vormen.

- **Segmentatie 'IMK REA', 1997**

In het Handboek Detailhandel [1997] wordt door het IMK REA een indeling gemaakt van winkelgebieden op basis van functionaliteit. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen: gemakscentra, keuzecentra, recreatieve centra, koop-expeditiecentra en traffic-centra. Een kenmerk voor deze indeling is het onderscheid tussen efficiënt boodschappen doen en al dan niet kopen op basis van kijken, vergelijken en verblijven: het verschil tussen kopen en winkelen. Op deze manier is er rekening gehouden met de ontwikkelingen en het gewijzigde consumentengedrag van de afgelopen jaren, die zich nu nog steeds verder ontwikkelen.

De buurtcentra vallen onder de groep van gemakscentra, hetgeen met name toe te schrijven is aan de kleinschaligheid en het ontbreken van aanzienlijke traffic. De gemakscentra worden omschreven als centra waar alle primaire behoeften kunnen worden vervuld c.q. boodschappen kunnen worden gedaan. Daarnaast biedt deze definiëring tevens plaats voor dienstverlening.

- **Segmentatie 'Locatus', 2003**

Voor de winkelgebiedtypering van Locatus [2003] wordt gebruik gemaakt van een onderscheid tussen centrale winkelgebieden (altijd het grootste winkelgebied in een woonplaats), ondersteunende winkelgebieden (alle andere winkelgebieden in een woonplaats), grootschalige winkelconcentraties en verspreide bewinkeling. De typologie is met name gebaseerd op de hoeveelheid (detailhandels)activiteiten en de functie die deze uitoefenen.

De buurtwinkelcentra maken deel uit van de ondersteunende winkelgebieden en staan in deze groep onderaan de verzorgingsladder. Het betreffen winkelconcentraties met minimaal 5 en maximaal 9 winkels. Daarnaast is er één of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig.

Volgens de typering van Locatus zijn er 425 buurtwinkelcentra in Nederland met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak van 1.067m .

Aan de omschrijving wordt toegevoegd dat de belangrijkste speler de levensmiddelensector blijft; reisafstand en bereikbaarheid zijn belangrijke factoren voor de consument bij het doen van boodschappen. Tevens wordt de branche "In en om het huis" regelmatig aangetroffen in buurtwinkelcentra.

Bron	Aard segmentatie winkelcentra	Onderscheidende kenmerken	Type winkelcentrum
IMK	Functioneren	- indicatie levensvatbaarheid - omzet, omvang en samenstelling - overige aspecten	Buurtwinkelcentra met verzorgingsgebieden tot circa 12.000 inwoners en minimaal één supermarkt
Bolt	Situatieanalyse	- consumentendraagvlak - presentatie van het aanbod	Elk type fysiek winkelcentrum
WPM	Ruimtelijk-functioneel	- omgeving - functioneel - commercieel	Elk type fysiek winkelcentrum
		- locationeel - fysiek - vastgoed	

Fig. 1: Bestaande analysemethoden en bijbehorende kenmerken

## Bijlage 2 Analysemethoden

- **Checklist buurtwinkelcentrum**

“Checklist buurtwinkelcentrum” [1991] is opgesteld door het Instituut van het Midden- en Kleinbedrijf Nederland (IMK) en kan door ondernemersorganisaties en winkeliersverenigingen zelf ingevuld worden. Er wordt een duidelijke afbakening gemaakt voor wat betreft de winkelcentra waarvoor het bestemd is, namelijk: winkelcentra of winkelconcentraties met verzorgingsgebieden tot circa 12.000 inwoners. Daar wordt de voorwaarde aan toegevoegd dat er in ieder geval één supermarkt gevestigd is. De methodiek bestaat uit een checklist en is opgezet om op systematische wijze alle punten te beoordelen die van belang zijn voor het functioneren van een buurtwinkelcentrum.

Het doel van de “Checklist buurtwinkelcentrum” is driedelig:

1. Bepalen of een buurtwinkelcentrum nu en in de toekomst bestaansmogelijkheden heeft; hiervoor wordt een schatting gemaakt van de hoogte van de omzet die potentieel in een buurtwinkelcentrum terecht kan komen.
2. Vaststellen van de theoretisch ideale omvang en branchesamenstelling van een buurtwinkelcentrum; de potentiële omvang wordt afgezet tegen de werkelijke omzet van bedrijven. Op basis van de gevonden hoogte van de potentiële omzet kan een eerste indruk worden verkregen van de ideale omvang en branchesamenstelling van een buurtwinkelcentrum.
3. Inventariseren van de overige sterke en zwakke punten van een buurtwinkelcentrum. Hier vallen een aantal groepen onder: onderwerpen die bepalend zijn voor het functioneren van een buurtwinkelcentrum, onderwerpen die de bestaansmogelijkheden van een buurtwinkelcentrum beïnvloeden en overige onderwerpen.

In figuur 1 is een overzicht weergegeven van de door het IMK ontwikkelde methodiek, welke de vorm heeft van een checklist.

Onderdeel checklist	Aspecten
deel 1: indicatie levensvatbaarheid	- verzorgingsgebied - concurrentiekracht - bestedingsbedrag
deel 2: omzet, omvang en samenstelling	- feitelijke omzet - omvang en samenstelling van het aanbod
deel 3; sterke en zwakke punten	- functioneren van de individuele winkels - bereikbaarheid, stedenbouwkundige opzet, aankleding, promotie - zichtbaarheid, herkenbaarheid, bewegwijzering, samenwerking, verblijfsmilieu en huurniveau

Fig. 1: Aspecten "Checklist buurtwinkelcentrum"

#### • Productvorming in de detailhandel

Bolt presenteert in het handboek "Productvorming in de detailhandel" [1995] eveneens een checklist. Deze checklist doet dienst als onderlegger voor een sterkte-zwakte-analyse ten behoeve van een winkelcentrum. Met behulp van deze checklist is het mogelijk een situatieanalyse voor elk type winkelgebied uit te voeren.

De factoren opgenomen in de checklist hebben zowel betrekking op het functioneren van een winkelcentrum als geheel als op de individuele winkels binnen dat centrum. De checklist is onderverdeeld in twee delen; het eerste deel heeft betrekking op het consumentendraagvlak en het tweede deel op de presentatie van het aanbod. Figuur 2 geeft de indeling van de door Bolt gehanteerde checklist weer.

Onderdelen checklist	Aspecten
A. consumentendraagvlak	- verzorgingsgebied (type, omvang, ...) - bereikbaarheid (concurrerende centra) - bestedingspotentieel (koopkrachtbinding, koopkrachttoevoeiing, omzetniveau)
B. presentatie van het aanbod	- fysieke kwaliteit (presentatie van het winkelcentrum als geheel) - functionele kwaliteit (branchering, aanbod) - vastgoed (huurniveaus, eigendom)

Fig. 2: Onderdelen checklist functioneren winkelcentra naar Bolt



- WPM groep

Door de WPM groep is een checklist opgesteld met daarin opgenomen de elementen die bepalend zijn voor de ruimtelijk-functionele kwaliteit van een willekeurig winkelgebied. In de vorm van een sterkte-zwakte-analyse wordt de kwaliteit van een winkelgebied bepaald. Door de WPM groep wordt er van uitgegaan dat een winkelcentrum meer is dan een verzameling van winkels onder één dak, of in onderlinge relatie onder eigen daken. Een winkelcentrum bestaat in deze visie feitelijk uit een verzameling van uiteenlopende producteigenschappen.

Als uitgangspunt voor de checklist ligt vervolgens een zestal producteigenschappen ten grondslag. Deze eigenschappen kunnen als kwaliteitscriteria voor de beoordeling van een winkelgebied getypeerd worden, namelijk: omgevings-, locatonele-, functionele-, fysieke-, commerciële- en vastgoedkwaliteit. Elke producteigenschap c.q. kwaliteit beschrijft een reeks van aspecten van het winkelcentrum. Aan de hand van alle aspecten tezamen wordt beoogd een oordeel te vormen over de totale kwaliteit van het winkelcentrum. Deze aspecten vormen tezamen de basis voor de sterkte-zwakte-analyse. In figuur 3 is een overzicht gegeven van de verschillende kwaliteitscriteria alsmede de aspecten die daar deel van uitmaken volgens de WPM groep.

Type kwaliteit	Omschrijving	Aspecten
Omgeving	aspecten die betrekking hebben op de marktpositie	type gemeente, aantal inwoners, beleid, concurrentiepositie
Locatoneel	aspecten m.b.t. de ligging en bereikbaarheid van het winkelgebied	bereikbaarheid, ligging, parkeergelegenheid, interne aansluitingen, expeditie
Functioneel	aspecten m.b.t. de functie/branchering van het winkelgebied	aanbod detailhandel, trekkersbeeld, kwaliteitsniveau winkels, aanbod ondersteunende diensten en horeca
Fysiek	aspecten m.b.t. de verschijningsvorm	lay-out, routing, compactheid, maatvoering winkelgebied en afzonderlijke units, samenhang
Commercieel	aspecten m.b.t. de opvalwaarde/wervingskracht/uitstraling	concept, presentatie, herkenbaarheid, belevingswaarde, leefbaarheid
Vastgoed	aspecten m.b.t. de kwaliteit van het vastgoed	verhuurbaarheid, leegstand, verdeeld eigendom

Fig. 3: sterke-zwakte-analyse volgens WPM Groep



## Bijlage 3 Locatiepotentie cases

Aspecten		Concepten			
		I	II	III	IV
<b>Bereikbaarheid</b>	<b>Eis</b>				
Te voet	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met de alle delen van de buurt</li> <li>- looproutes gescheiden van andere verkeerssoorten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen</li> <li>- rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens kunnen de locatie probleemloos bezoeken</li> <li>- barrièrevrij</li> </ul>		X X X X		- - - -
Per fiets	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met alle delen van de buurt</li> <li>- aansluiting met nabijgelegen buurten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen met autoweg</li> <li>- barrièrevrij</li> </ul>	X X X X	X		- - - -
Per auto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimum aan hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes)</li> <li>- directe verbindingen met nabijgelegen buurten</li> <li>- bereikbaar vanaf doorgaande- of ontsluitingsweg</li> </ul>	X X		X	- - -
Parkeer-voorzieningen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- goede capaciteit, afstand en situering</li> <li>- gratis</li> </ul>	X	X	X	- -
Openbaar vervoer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimale afstand tot halte</li> </ul>	X		X	-
<b>Ligging</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Situering	<ul style="list-style-type: none"> <li>- centraal in de buurt of aan buurtontsluitingsweg</li> <li>- nabij een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg</li> </ul>	X X	X	X	- -
<b>Attractiviteit</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Herkenbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- de locatie manifesteert zich als duidelijke plek in de buurt, hart van de buurt</li> <li>- de locatie manifesteert zich buiten de buurt als zodanig (zichtbelemmerende obstakels ontbreken)</li> </ul>	X X	X	X	- -
Zichtbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aanwezigheid van zichtlijnen binnen de buurt</li> <li>- zichtbaar vanaf aanvoerwegen door middel van zichtlijnen en routing</li> </ul>	X	X	X	- -
<b>Imago</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Staat buitenruimte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- goed onderhoud buitenruimte</li> </ul>	X	X	X	-
Criminaliteit/vandalisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>- geen zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme</li> </ul>	X	X	X	-

## Bijlage 3 Locatiepotentie cases

Aspecten	(a) - Meerssenerweg Maastricht -	Concepten			
<b>Bereikbaarheid</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Te voet	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met de alle delen van de buurt</li> <li>- looproutes gescheiden van andere verkeerssoorten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen</li> <li>- rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens kunnen de locatie probleemloos bezoeken</li> <li>- barrièrevrij</li> </ul>		X		-
Per fiets	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met alle delen van de buurt</li> <li>- aansluiting met nabijgelegen buurten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen met autoweg</li> <li>- barrièrevrij</li> </ul>	X	X		-
Per auto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimum aan hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes)</li> <li>- directe verbindingen met nabijgelegen buurten</li> <li>- bereikbaar vanaf doorgaande- of ontsluitingsweg</li> </ul>	X			-
Parkeer-voorzieningen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- goede capaciteit, afstand en situering</li> <li>- gratis</li> </ul>	X		X	X
Openbaar vervoer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimale afstand tot halte</li> </ul>	X		X	X
<b>Ligging</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Situering	<ul style="list-style-type: none"> <li>- centraal in de buurt of aan buurtontsluitingsweg</li> <li>- nabij een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg</li> </ul>	X	X		-
Attractiviteit	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Herkenbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- de locatie manifesteert zich als duidelijke plek in de buurt, hart van de buurt</li> <li>- de locatie manifesteert zich buiten de buurt als zodanig (zichtbelemmerende obstakels ontbreken)</li> </ul>	X	X		-
Zichtbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aanwezigheid van zichtlijnen binnen de buurt</li> <li>- zichtbaar vanaf aanvoerwegen door middel van zichtlijnen en routing</li> </ul>	X	X		-
<b>Imago</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Staat buitenruimte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- goed onderhoud buitenruimte</li> </ul>	X	X	X	-
Criminaliteit/vandalisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>- geen zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme</li> </ul>	X	X	X	-



Aspecten		Concepten			
<b>Bereikbaarheid</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Te voet	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met de alle delen van de buurt</li> <li>- looproutes gescheiden van andere verkeerssoorten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen</li> <li>- rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens kunnen de locatie probleemloos bezoeken</li> <li>- barrièrevrij</li> </ul>		X		-
			X		-
			X		-
			X		-
			X		-
Per fiets	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met alle delen van de buurt</li> <li>- aansluiting met nabijgelegen buurten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen met autoweg</li> <li>- barrièrevrij</li> </ul>	X	X		-
		X			-
		X			-
		X			-
Per auto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimum aan hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes)</li> <li>- directe verbindingen met nabijgelegen buurten</li> <li>- bereikbaar vanaf doorgaande- of ontsluitingsweg</li> </ul>	X			-
		X			-
				X	-
Parkeer-voorzieningen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- goede capaciteit, afstand en situering</li> <li>- gratis</li> </ul>	X		X	-
			X		-
Openbaar vervoer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimale afstand tot halte</li> </ul>	X		X	-
<b>Ligging</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Situering	<ul style="list-style-type: none"> <li>- centraal in de buurt of aan buurtontsluitingsweg</li> <li>- nabij een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg</li> </ul>	X	X		-
				X	-
<b>Attractiviteit</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Herkenbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- de locatie manifesteert zich als duidelijke plek in de buurt, hart van de buurt</li> <li>- de locatie manifesteert zich buiten de buurt als zodanig (zichtbelemmerende obstakels ontbreken)</li> </ul>	X	X		-
		X		X	-
Zichtbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aanwezigheid van zichtlijnen binnen de buurt</li> <li>- zichtbaar vanaf aanvoerwegen door middel van zichtlijnen en routing</li> </ul>	X	X		-
				X	-
<b>Imago</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Staat buitenruimte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- goed onderhoud buitenruimte</li> </ul>	X	X	X	-
Criminaliteit/vandalisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>- geen zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme</li> </ul>	X	X	X	-

Aspecten	(b) - Hendrik Berlagestraat Breda -	Concepten			
		I	II	III	IV
<b>Bereikbaarheid</b>	<b>Eis</b>				
Te voet	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met de alle delen van de buurt</li> <li>- looproutes gescheiden van andere verkeerssoorten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen</li> <li>- rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens kunnen de locatie probleemloos bezoeken</li> <li>- <b>barrièrevrij</b></li> </ul>		✗		-
Per fiets	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met alle delen van de buurt</li> <li>- aansluiting met nabijgelegen buurten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen met autoweg</li> <li>- <b>barrièrevrij</b></li> </ul>	X	✗		-
Per auto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimum aan hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes)</li> <li>- directe verbindingen met nabijgelegen buurten</li> <li>- <b>bereikbaar vanaf doorgaande- of ontsluitingsweg</b></li> </ul>	X	X		-
Parkeer- voorzieningen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- goede capaciteit, afstand en situering</li> <li>- gratis</li> </ul>	X	X	X	-
Openbaar vervoer	- minimale afstand tot halte	X	X	X	-
<b>Ligging</b>	<b>Eis</b>				
Situering	<ul style="list-style-type: none"> <li>- centraal in de buurt of aan buurtontsluitingsweg</li> <li>- nabij een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg</li> </ul>	X	✗		-
Attractiviteit	<b>Eis</b>				
Herkenbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- de locatie manifesteert zich als duidelijke plek in de buurt, hart van de buurt</li> <li>- de locatie manifesteert zich buiten de buurt als zodanig (zichtbelemmerende obstakels ontbreken)</li> </ul>	X	✗		-
Zichtbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aanwezigheid van zichtlijnen binnen de buurt</li> <li>- zichtbaar vanaf aanvoerwegen door middel van zichtlijnen en routing</li> </ul>	X	✗		-
<b>Imago</b>	<b>Eis</b>				
Staat buitenruimte	- goed onderhoud buitenruimte	X	X	X	-
Criminaliteit/ vandalisme	- geen zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme	X	X	X	-





Aspecten		Concepten			
Bereikbaarheid	Eis	I	II	III	IV
Te voet	- directe verbindingen met de alle delen van de buurt		X		-
	- looproutes gescheiden van andere verkeerssoorten		X		-
	- veilige oversteekplaatsen		X		-
	- rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens kunnen de locatie probleemloos bezoeken		X		-
	- barrièrevrij		X		-
Per fiets	- directe verbindingen met alle delen van de buurt	X	X		-
	- aansluiting met nabijgelegen buurten	X			-
	- veilige oversteekplaatsen met autoweg	X			-
	- barrièrevrij	X			-
Per auto	- minimum aan hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes)	X			-
	- directe verbindingen met nabijgelegen buurten	X			-
	- bereikbaar vanaf doorgaande- of ontsluitingsweg			X	-
Parkeer-voorzieningen	- goede capaciteit, afstand en situering	X		X	-
	- gratis		X		-
Openbaar vervoer	- minimale afstand tot halte	X		X	-
Ligging	Eis	I	II	III	IV
Situering	- centraal in de buurt of aan buurtontsluitingsweg	X	X		-
	- nabij een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg			X	-
Attractiviteit	Eis	I	II	III	IV
Herkenbaarheid	- de locatie manifesteert zich als duidelijke plek in de buurt, hart van de buurt	X	X		-
	- de locatie manifesteert zich buiten de buurt als zodanig (zichtbelemmerende obstakels ontbreken)	X		X	-
Zichtbaarheid	- aanwezigheid van zichtlijnen binnen de buurt	X	X		-
	- zichtbaar vanaf aanvoerwegen door middel van zichtlijnen en routing			X	-
Imago	Eis	I	II	III	IV
Staat buitenruimte	- goed onderhoud buitenruimte	X	X	X	-
Criminaliteit/ vandalisme	- geen zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme	X	X	X	-

Aspecten		(c) - Brucknerplein Eindhoven -		Concepten			
Bereikbaarheid		Eis	I	II	III	IV	
Te voet	- directe verbindingen met de alle delen van de buurt			X		-	
	- looproutes gescheiden van andere verkeerssoorten			X		-	
	- veilige oversteekplaatsen			X	X	-	
	- rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens kunnen de locatie probleemloos bezoeken			X		-	
	- <del>barrièrevrij</del>			X		-	
Per fiets	- directe verbindingen met alle delen van de buurt		X	X		-	
	- aansluiting met nabijgelegen buurten		X		X	-	
	- veilige oversteekplaatsen met autoweg		X		X	-	
	- <del>barrièrevrij</del>		X			-	
Per auto	- minimum aan hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes)		X			-	
	- directe verbindingen met nabijgelegen buurten		X		X	-	
	- <del>bereikbaar vanaf doorgaande- of ontsluitingsweg</del>				X	-	
Parkeer-voorzieningen	- goede capaciteit, afstand en situering		X		X	-	
	- gratis			X	X	-	
Openbaar vervoer	- minimale afstand tot halte		X		X	-	
Ligging		Eis	I	II	III	IV	
Situering	- centraal in de buurt of aan buurtontsluitingsweg		X	X		-	
	- nabij een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg				X	-	
Attractiviteit		Eis	I	II	III	IV	
Herkenbaarheid	- de locatie manifesteert zich als duidelijke plek in de buurt, hart van de buurt		X	X		-	
	- de locatie manifesteert zich buiten de buurt als zodanig (zichtbelemmerende obstakels ontbreken)		X		X	-	
Zichtbaarheid	- aanwezigheid van zichtlijnen binnen de buurt		X	X		-	
	- zichtbaar vanaf aanvoerwegen door middel van zichtlijnen en routing				X	-	
Imago		Eis	I	II	III	IV	
Staat buitenruimte	- goed onderhoud buitenruimte		X	X	X	-	
Criminaliteit/ vandalisme	- geen zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme		X	X	X	-	



Aspecten		Concepten			
Bereikbaarheid	Eis	I	II	III	IV
Te voet	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met de alle delen van de buurt</li> <li>- looproutes gescheiden van andere verkeerssoorten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen</li> <li>- rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens kunnen de locatie probleemloos bezoeken</li> <li>- barrièrevrij</li> </ul>		X		-
			X		-
			X		-
			X		-
			X		-
Per fiets	<ul style="list-style-type: none"> <li>- directe verbindingen met alle delen van de buurt</li> <li>- aansluiting met nabijgelegen buurten</li> <li>- veilige oversteekplaatsen met autoweg</li> <li>- barrièrevrij</li> </ul>	X	X		-
		X			-
		X			-
		X			-
Per auto	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimum aan hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes)</li> <li>- directe verbindingen met nabijgelegen buurten</li> <li>- bereikbaar vanaf doorgaande- of ontsluitingsweg</li> </ul>	X			-
		X			-
				X	-
Parkeer-voorzieningen	<ul style="list-style-type: none"> <li>- goede capaciteit, afstand en situering</li> <li>- gratis</li> </ul>	X		X	-
			X		-
Openbaar vervoer	<ul style="list-style-type: none"> <li>- minimale afstand tot halte</li> </ul>	X		X	-
<b>Ligging</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Situering	<ul style="list-style-type: none"> <li>- centraal in de buurt of aan buurtontsluitingsweg</li> <li>- nabij een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg</li> </ul>	X	X		-
				X	-
<b>Attractiviteit</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Herkenbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- de locatie manifesteert zich als duidelijke plek in de buurt, hart van de buurt</li> <li>- de locatie manifesteert zich buiten de buurt als zodanig (zichtbelemmerende obstakels ontbreken)</li> </ul>	X	X		-
		X		X	-
Zichtbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aanwezigheid van zichtlijnen binnen de buurt</li> <li>- zichtbaar vanaf aanvoerwegen door middel van zichtlijnen en routing</li> </ul>	X	X		-
				X	-
<b>Imago</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Staat buitenruimte	<ul style="list-style-type: none"> <li>- goed onderhoud buitenruimte</li> </ul>	X	X	X	-
Criminaliteit/vandalisme	<ul style="list-style-type: none"> <li>- geen zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme</li> </ul>	X	X	X	-

Aspecten	(d) - Stieltjesplein Rotterdam -	Concepten			
<b>Bereikbaarheid</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Te voet	- directe verbindingen met de alle delen van de buurt - looproutes gescheiden van andere verkeerssoorten - veilige oversteekplaatsen - rolstoelgebruikers en moeders met kinderwagens kunnen de locatie probleemloos bezoeken - barrièrevrij	X	X X X X		- - - - -
Per fiets	- directe verbindingen met alle delen van de buurt - aansluiting met nabijgelegen buurten - veilige oversteekplaatsen met autoweg - barrièrevrij	X X X X	X		- - - -
Per auto	- minimum aan hindernissen (drempels, stoepen, paaltjes) - directe verbindingen met nabijgelegen buurten - bereikbaar vanaf doorgaande- of ontsluitingsweg	X X X		X	- - -
Parkeer-voorzieningen	- goede capaciteit, afstand en situering - gratis	X	X	X	- -
Openbaar vervoer	- minimale afstand tot halte	X		X	-
<b>Ligging</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Situering	- centraal in de buurt of aan buurtontsluitingsweg - nabij een doorgaande route, ontsluitingsroute of verbindingsweg	X X	X	X	- -
<b>Attractiviteit</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Herkenbaarheid	- de locatie manifesteert zich als duidelijke plek in de buurt, hart van de buurt - de locatie manifesteert zich buiten de buurt als zodanig (zichtbelemmerende obstakels ontbreken)	X X	X	X	- -
Zichtbaarheid	- aanwezigheid van zichtlijnen binnen de buurt - zichtbaar vanaf aanvoerwegen door middel van zichtlijnen en routing	X X	X	X	- -
<b>Imago</b>	<b>Eis</b>	<b>I</b>	<b>II</b>	<b>III</b>	<b>IV</b>
Staat buitenruimte	- goed onderhoud buitenruimte	X	X	X	-
Criminaliteit/ vandalisme	- geen zichtbare of voelbare criminaliteit/vandalisme	X	X	X	-