



Ruimte. Mensen. Toekomst.

Almelo, Analyse detailhandel

Definitief

colofon

projectnaam
Almelo, Analyse detailhandel

datum
27 augustus 2025

projectnummer
P08294

opdrachtgever
Gemeente Almelo

BRO
projectleider
RvL

projectteam
RKo

bron kapt
BRO

review
RvL

Willemsplein 2
5211 AK 's-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55
info.bro@movares.nl
www.movares.com



BRO | a movares
company



Inhoudsopgave

1	Inleiding	4	4	Trends	22	Bijlage 1 - Begrippenlijst
1.1	Aanleiding en visie	5	4.1	Trends van toepassing op Almelo	23	Bijlage 2 - Feiten en cijfers centrumgebieden
1.2	Doel rapport	5	4.1.1	Supermarkten staan economisch onder druk	23	Bijlage 3 - Demografie en doelgroepen
1.3	Toelichting bronnen en methoden	5	4.1.2	Randvoorwaarden steeds belangrijker	23	Bijlage 4 - Provinciale Omgevingsverordening
			4.1.3	Nieuwe laag in de boodschappenhiërarchie	24	Bijlage 5 - Samenvatting beleid
2	Conclusies en aanbevelingen	6	4.1.4	Afhaal- en bezorgeconomie	24	Bijlage 6 - Detailhandel op bedrijventerreinen
2.1	Algemeen	7	4.1.5	Winkels komen en gaan	25	
2.1.1	Bevolking groeit	7	4.1.6	Funciemix wordt groter, maar soms ook eenzijdiger	25	
2.1.2	Boodschappenaanbod groeit	7	4.1.7	Meer blending	26	
2.1.3	Niet-dagelijks winkelaanbod krimpt	7	4.1.8	Belang van mobiliteit in relatie tot detailhandel	28	
2.1.4	Leegstand daalt, maar blijft aandachtspunt	8	4.1.9	Succes van doelgericht winkelen	28	
2.2	Buurt- en wijkcentra	9	4.1.10	Warenmarkten en ambulante handel	29	
2.2.1	Buurt- en wijkcentra functioneren redelijk tot goed, maar er zijn wel opgaven	9	5	Analyse aanbod en leegstand	30	
2.2.2	Behoefte aan nieuw en modern boodschappenaanbod	9	5.1	Ontwikkeling aanbod gemeente Almelo	31	
2.2.3	Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte Noordoost Almelo	10	5.2	Benchmark gemeente Almelo	33	
2.2.4	Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte Zuidoost Almelo	10	5.3	Voorzieningenstructuur en spreiding	34	
2.2.5	Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte Zuid en West Almelo	11	5.4	Dagelijkse boodschappen en reistijden	35	
2.2.6	Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte Bornerbroek	11	5.5	Dagelijks winkelaanbod per wijk	38	
2.3	Radialen en buurtsteunpunten	11	5.6	Boerderijwinkels en aan huis gebonden beroep	38	
2.3.1	Waarde van lokaal ondernemerschap en ontmoeting	11	5.7	Leegstand per wijk	39	
2.3.2	Opgaven, kansen en aanbevelingen	11	5.8	Analyse verspreide bewinkeling	40	
2.4	Recreatief winkelen en binnenstad Almelo	13	6	Economisch functioneren en behoefte	42	
2.4.1	Binnenstad Almelo staat onder druk	13	6.1	Inleiding	43	
2.4.2	Krimp recreatief winkelaanbod zet verder door	14	6.2	Behoefte dagelijks – gemeente Almelo	44	
2.4.3	Versterken van randvoorwaarden noodzakelijk	15	6.3	Behoefte dagelijks – Noordoost Almelo	45	
2.4.4	Versterken kwaliteit winkelaanbod	16	6.4	Behoefte dagelijks – Binnenstad en Zuidoost Almelo	47	
2.4.5	Lifestyle Boulevard functioneert goed, maar er zijn zorgen	17	6.5	Behoefte dagelijks – Zuid en West Almelo	49	
2.4.6	Doelgericht winkelaanbod concentreren én maatwerk	17	6.6	Behoefte dagelijks – Bornerbroek	50	
2.5	Complementariteit tussen winkelgebieden	18	6.7	Behoefte recreatief – gemeente Almelo	51	
			6.8	Behoefte doelgericht – gemeente Almelo	54	
3	Analyse demografie (en doelgroepen)	19				
3.1	Demografische ontwikkeling Almelo	20				
3.2	Woningbouwplannen Almelo nader bekeken	21				
3.3	Woningbouwplannen omgeving Almelo	21				

1 Inleiding



1.1 Aanleiding en visie

Aanleiding

Almelo heeft sterke ambities, zowel sociaaleconomisch als op het gebied van aantrekkelijkheid van de stad. Ook het aantal inwoners zal de komende jaren flink toenemen. Tegelijkertijd heeft de detailhandel in de gemeente Almelo, net als in de rest van Nederland, te maken met grote uitdagingen. Als gevolg van trends, veranderend consumentengedrag en stijgende kosten staat het economisch functioneren van winkels onder druk. De binding in Almelo daalt, omdat inwoners meer online kopen en ook meer elders in de regio. Bovendien staat de regiofunctie van met name het centrum onder druk: de toevloeiing daalt. Binnen de gemeente Almelo zijn echter nog steeds diverse ontwikkelingen en initiatieven, zowel binnen als buiten de centrumgebieden. Om deze initiatieven goed te kunnen toetsen is goed beleid nodig. Het beleid is ook de blauwdruk voor het omgevingsplan.

Opgaven centrum Almelo

De hiervoor genoemde verschuivingen in koopstromen leiden al jaren tot een krimp van met name het recreatieve winkelaanbod in het centrum, met leegstand als gevolg. Bezoekers worden steeds kritischer en dat blijkt ook uit de dalende rapportcijfers voor het centrum van Almelo. Hoewel het Koersdocument Binnenstad (2018) een belangrijke stap was om het centrumwinkelgebied te revitaliseren, blijft het noodzakelijk om deze ontwikkelingen continu te monitoren en waar nodig bij te sturen. Het compacter maken van het centrum en het transformeren van langdurig leegstaande delen naar andere functies heeft een basis gelegd, maar verdere acties zijn nodig om de levendigheid en aantrekkelijkheid te behouden. Hoe kan het profiel van Almelo als winkelgebied in de binnenstad verder worden versterkt? Welk specifiek profiel of imago zou daarbij het beste passen om de aantrekkingskracht van het stadscentrum te vergroten? Ook de (week)markt is onderwerp van gesprek en een visie hierop is nodig. De nieuwe detailhandelsvisie dient daarop in te gaan. Hoewel de focus van deze analyse ligt op detailhandel, is ook

breder gekeken naar andere commerciële voorzieningen zoals horeca, diensten en leisure.

Toekomstperspectief en profiel en Lifestyle Boulevard

De Lifestyle Boulevard Almelo had in het verleden te maken met relatief veel leegstand. Inmiddels is die leegstand sterk afgenomen. De Lifestyle Boulevard is de belangrijkste perifere winkelconcentratie voor Almelo en de regio. Ook voor dit winkelgebied is de vraag wat het toekomstperspectief is en welk profiel daarbij past. De brancheringsregels zijn daarin een belangrijk punt van aandacht. Niet alleen om de complementariteit met het centrum te borgen, maar ook in het kader van de Dienstenrichtlijn.

Vitale buurt- en wijkcentra

Een detailhandelsvisie geeft nadrukkelijk een visie op de buurt- en wijkcentra. Dit wordt ook wel de boodschappenstructuur genoemd, aangezien supermarkten, dagelijkse speciaalzaken en drogisterijen hier dominant zijn. Op basis van trends en ontwikkelingen zijn ook op dit laagste schaalniveau veranderingen te verwachten waar het beleid op moet inspelen. Denk aan schaalvergroting van supermarkten en de opkomst van gemak- en doelgroepwinkels. Ook verdichting met woningbouw en functiemenging met maatschappelijke voorzieningen speelt in buurt- en wijkcentra. Dit vraagt ook een visie op parkeren en bereikbaarheid.

Overige vormen en solitaire detailhandelsontwikkelingen

Goed detailhandelsbeleid gaat niet alleen in op wat er binnen de centra moet gebeuren, maar juist ook daarbuiten. Denk aan internethandel en fliksbezorgers, zeer grootschalige volumineuze aanbieders (bijv. tuincentra en grootschalige bouwmarkten), ondergeschikte detailhandel, detailhandel op bedrijventerreinen, detailhandel op trafficlocaties en onbenutte plancapaciteit. De analyse geeft niet alleen inzicht in wat de ontwikkelingen zijn binnen de centra, maar ook daarbuiten.

1.2 Doel rapport

Dit rapport bevat de analyses die gedaan zijn ten behoeve van de geactualiseerde gemeentelijke detailhandelsvisie Almelo. Denk aan analyse van de vraag- en aanbodsituatie, de leegstand, de kwaliteit en stand van alle winkelgebieden en het economisch functioneren.

1.3 Toelichting bronnen en methoden

Deze analyse is een bouwsteen c.q. bijlage bij de nieuwe detailhandelsvisie die in een separaat document is uitgewerkt. De analyse bevat meerdere bronnen en processen.

- **Locatus:** de aanbod- en leegstandsdata is gebaseerd op Locatus. Dit is de landelijk geaccepteerde bron voor winkeldata. De leegstandscijfers hebben niet alleen betrekking op winkelleegstand, maar ook op leegstand van andere publieksfuncties. De peildatum betreft het eerste kwartaal van 2025.
- **Gemeente Almelo / CBS:** de bevolkingsprognoses zijn gebaseerd op de woningbouwplannen- en ambities en zijn intern afgestemd met de gemeente Almelo.
- **Koopstromenonderzoek 2023:** eind 2023 is grootschalig onderzoek gedaan naar het koop- en bezoekgedrag in Oost-Nederland. Deze gegevens, specifiek voor Almelo, zijn toegepast voor de duiding én de kwantitatieve berekeningen.
- **Gesprekken winkelgebieden:** in maart 2025 zijn, als onderdeel van de participatie, gesprekken gevoerd met vertegenwoordigers van alle winkelgebieden in Almelo en de grotere landelijke supermarktorganisaties. Doel van deze gesprekken was het ophalen van wat er speelt: wat gaat er goed, waar liggen opgaven, wat zijn de wensen.
- **Schouw:** in februari 2025 heeft het projectteam van BRO een schouw gedaan. Alle winkelgebieden zijn bezocht en getoetst op diverse kwalitatieve aspecten. Dit is meegenomen in het algehele oordeel over het perspectief per winkelgebied. Op dit moment zijn ook de foto's gemaakt.

2 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste analyseresultaten samengevat en daaruit zijn diverse aanbevelingen geformuleerd die als input dienen voor de te actualiseren detailhandelsvisie.



2.1 Algemeen

2.1.1 Bevolking groeit

De gemeente Almelo telt op dit moment circa 74.750 inwoners. De komende jaren wordt een aanzienlijke bevolkingsgroei verwacht, mede als gevolg van de geplande woningbouw. Op basis van de woningbouwplannen en uitgaande van een gemiddelde huishoudgrootte van 2,1 personen, wordt verwacht dat Almelo in 2030 circa 81.000 inwoners zal tellen. Ook voor de periode ná 2030, tot circa 2050, blijft woningbouw een prioriteit. Van de regionale ambities, het bouwen van 69.000 woningen, mag ook van Almelo een substantiële bijdrage worden verwacht. In de startnotitie van de omgevingsvisie (contourennotitie) wordt voorsnog uitgegaan van een bijdrage van nog eens 10.000 woningen. Dit aantal kan mogelijk nog worden verhoogd in de Regionale ontwikkelstrategie (ROS), die momenteel in ontwikkeling is. Voor een deel van deze opgave zijn al plannen in voorbereiding; concreet wordt voor circa 2.800 woningen momenteel planvorming uitgewerkt. Indien deze woningen worden gerealiseerd, betekent dit dat het inwonertal in Almelo groeit tot 87.000 inwoners. Indien de volledige woningbouwambitie van circa 10.000 woningen wordt gerealiseerd, zal het aantal inwoners in Almelo tegen 2050 stijgen tot circa 102.000 inwoners.

2.1.2 Boodschappenaanbod groeit

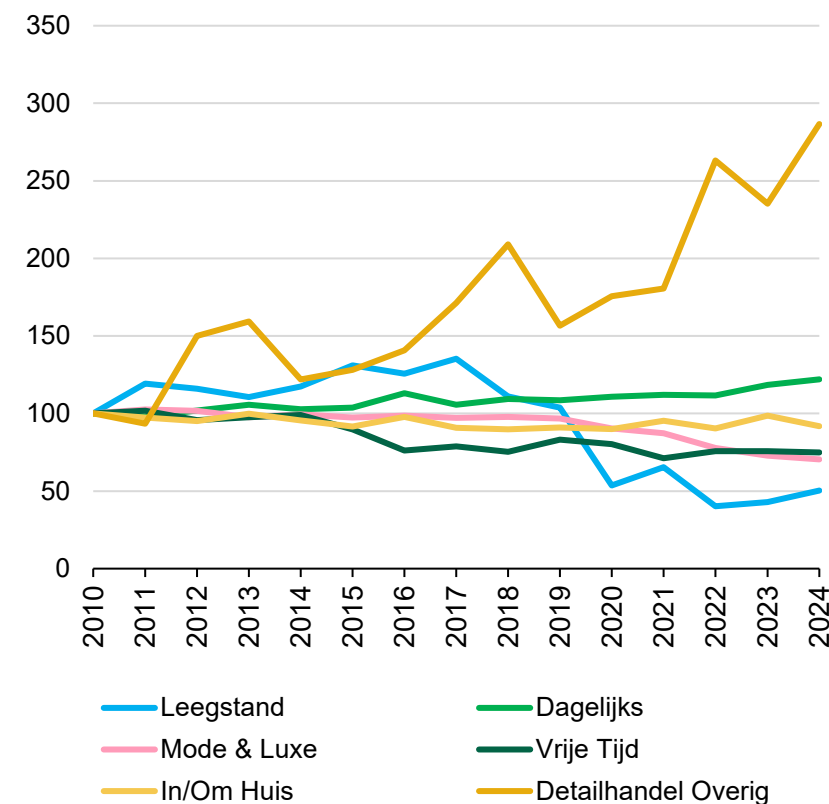
- Sinds 2010 is de dagelijkse winkelruimte met 22% gestegen, terwijl aantal winkels iets gekrompen is (-2,5%). De verklaring is **schaalvergroting** van supermarkten. Dit sluit aan bij de landelijke trend.
- In Almelo valt de sterke **groei van het aantal doelgroep- en gemakswinkels** op. Dit zijn winkels die niet beschouwd worden als reguliere supermarkten, maar wel groter zijn dan de klassieke bakker of slager. Het zijn winkels die vaak in oude supermarktpanden vestigen met een omvang tussen de 300 en 600 m² vwo, gericht op een specifiek assortiment. Denk aan Poolse, Turkse, Marokkaanse of Bulgaarse specialiteiten. Of in specifiek Almelo MB en Butlon supermarkt. Er is daarmee een derde 'tussenliggende' laag aan dagelijks voorzieningenaanbod ontstaan binnen de detailhandelsstructuur.

- Het aantal **levensmiddelenpeciaalzaken neemt iets af**, maar blijft in Almelo tegen de trend in redelijk stabiel. Met name bakkers, slagers, slijters en viswinkels blijven populair. Het aantal drogisterijen is stabiel gebleven. Door het verbod op tabaksverkoop in supermarkten zijn er enkele tabaksspeciaalzaken bijgekomen.
- De groei en/of stabilisatie van het dagelijkse winkelaanbod hangt samen met het **succes van de buurt- en wijkcentra**. Een compleet boodschappenaanbod met één of twee moderne supermarkten, goede bereikbaarheid en goede parkeermogelijkheden resulteren in economisch goed functionerende boodschappencentra.

2.1.3 Niet-dagelijks winkelaanbod krimpt

- Vergelijkbaar met het landelijk gemiddelde krimpt het niet-dagelijkse winkelaanbod. Sinds 2010 is 30% van de winkelruimte in de categorie 'mode & luxe' verdwenen, namelijk circa 8.000 m² vwo. Ook in de categorie 'vrije tijd' is 25% van de winkelruimte verdwenen, namelijk circa 2.000 m² vwo. Dit heeft logischerwijs **vooral de binnenstad geraakt**. Het niet-dagelijks winkelaanbod in de **buurt- en wijkcentra blijft redelijk op peil**. Dit ligt in het verlengde van de dagelijkse boodschappen. Denk aan formules zoals Hema, Action, Wibra en Zeeman. Deze concepten doen het relatief goed.
- Het meer **doelgerichte winkelaanbod** blijft in Almelo op het gebied van 'in/om huis' redelijk stabiel. Landelijk groeit dit aanbod, maar Almelo verliest relatief veel bestedingen aan Hengelo Plein Westermaat dat wel sterk gegroeid is afgelopen decennium. Toch weet de Lifestyle Boulevard goed stand te houden, met ook een forse daling van de leegstand.
- Het aanbod in de categorie '**detailhandel overig**' is relatief sterk gestegen door de komst van enkele nieuwe grootschalige winkels, zoals Wawollie in het verlengde van de Bornsestraat en Shop in Shop XL Store op de Lifestyle Boulevard.
- De krimp van het niet-dagelijkse winkelaanbod heeft **meerdere oorzaken**. Allereerst koopt men sinds 2010 veel meer **online**, blijkt uit

Ontwikkeling winkelvloeroppervlak detailhandel en leegstand Almelo
Op indexniveau, 2010 = 100

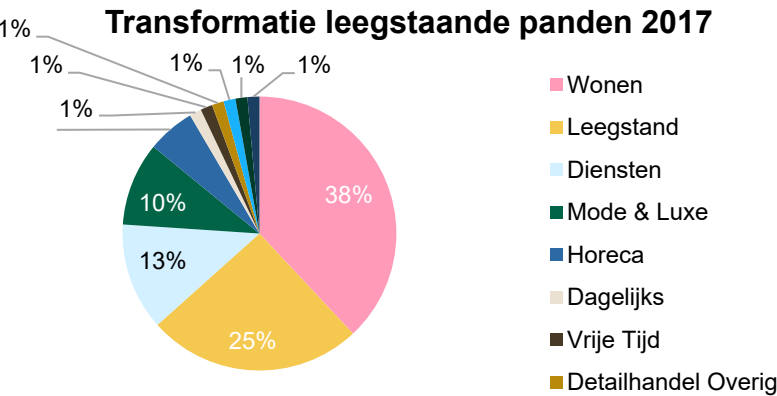


het Koopstromenonderzoek 2023. In de dagelijkse sector ligt het online aandeel in Almelo inmiddels op 5%, in de recreatieve sector op 30% en in de doelgerichte sector op 19%. Daarnaast zijn inwoners van Almelo steeds meer op de **binnenstad van Enschede en Plein Westermaat te Hengelo** georiënteerd. Dit geldt ook voor de inwoners in Noordwest Twente. De aantrekkingskracht van deze winkelgebieden zijn de laatste jaren alleen maar sterker geworden. Ook dient de invloed van Wierden en Vriezenveen niet onderschat te

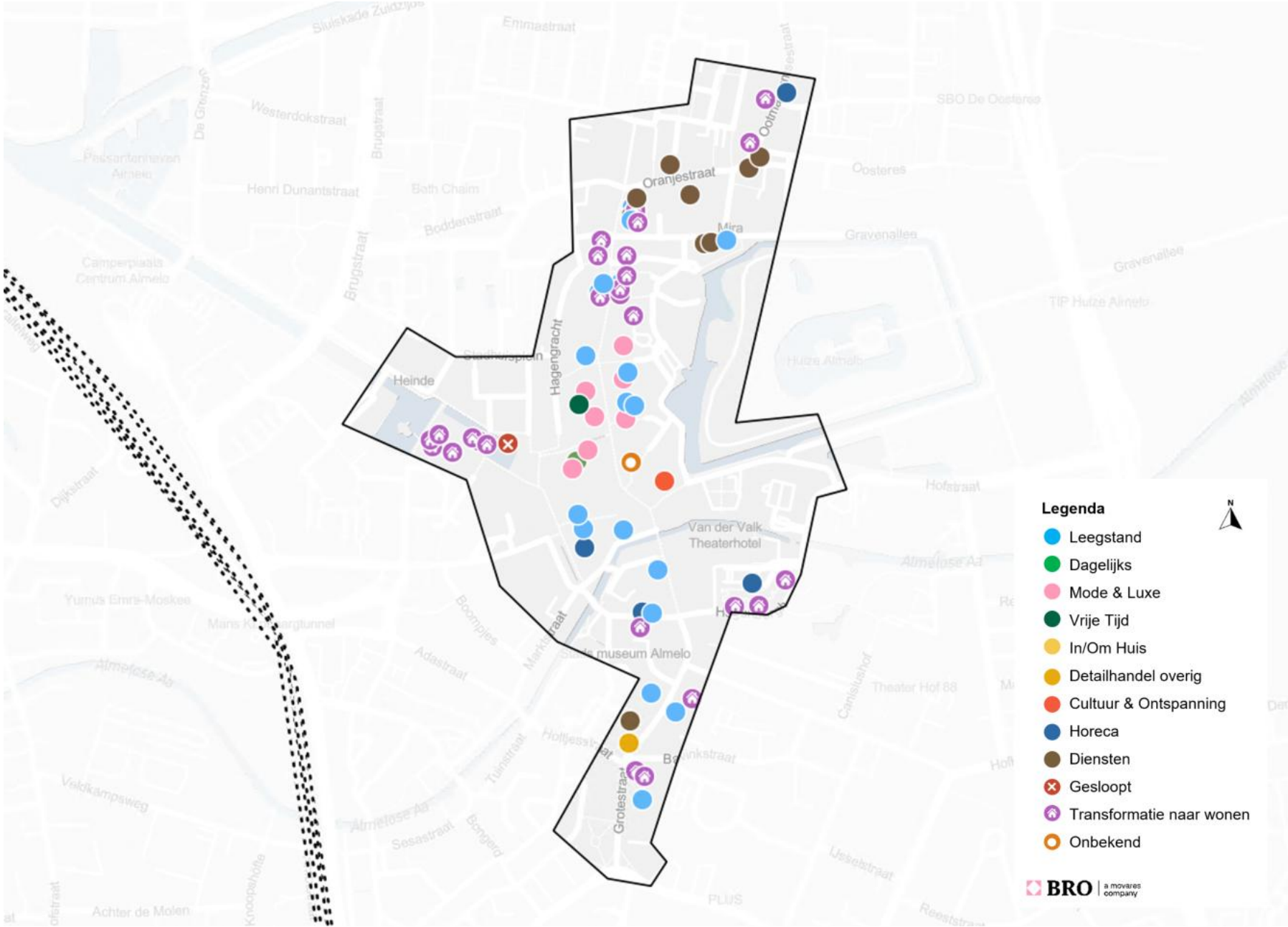
worden. Deze plaatsen hebben een compact, compleet en comfortabel centrum en er kan gratis geparkeerd worden.

2.1.4 Leegstand daalt, maar blijft aandachtspunt

- De leegstand in de gemeente Almelo **daalde** tussen 2017 en 2022 van bijna 41.000 m² wvo naar 12.000 m² wvo. Inmiddels **stijgt** de leegstand weer. Anno 2025 staan 69 verkooppunten leeg, met een totale omvang van 15.200 m² wvo. Dit staat gelijk aan circa 7% van het totale aanbod, wat vergelijkbaar is met het landelijke gemiddelde. Met name in het centrum is nog veel leegstand.
- De daling van de leegstand in het centrum van Almelo komt met name door transformatie naar wonen. In **figuur 1 en 2** is een overzicht gemaakt van de leegstaande panden die in 2017 leeg stonden en wat de functie van die panden in 2025 is.
- In het hart van het centrum worden de leegstaande panden vaak weer ingevuld met aanbod in de categorie Mode & Luxe.
- In de aanloopgebieden zijn op verschillende plekken panden getransformeerd naar wonen (o.a. Grotestraat). Ook staan er verschillende panden leeg die ook al in 2017 leeg stonden.
- In de Oranjestraat zijn een aantal leegstaande panden ingevuld door dienstverleners.



Figuur 2: Transformatie leegstaande panden 2017 versus nu.



Figuur 1: Transformatie in het centrum van Almelo.

2.2 Buurt- en wijkcentra

2.2.1 Buurt- en wijkcentra functioneren redelijk tot goed, maar er zijn wel opgaven

Veel buurt- en wijkcentra functioneren redelijk tot goed (zie **bijlage 2** voor een factsheet en beoordeling per winkelgebied). De leegstand is relatief beperkt. Het zijn de concentraties waar inwoners boodschappen doen en elkaar lokaal ontmoeten. Het winkelaanbod bestaat primair uit supermarkten, drogisterijen en dagelijkse speciaalzaken. Vaak zijn er ook winkels aanwezig die in het verlengde liggen van de dagelijkse boodschappen, zoals Wibra, Zeeman, Terstal, Action en Hema. Naast de winkelfunctie hebben de buurt- en wijkcentra ook een bredere voorzieningsfunctie. Denk aan de aanwezigheid van apotheken, huisartsen, fysiotherapeuten, sportscholen, kappers, schoonheidssalons, lunchrooms en cafetaria's. Op basis van de schouw, Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2023 en de participatie valt het volgende op.

- De algehele **ruimtelijke kwaliteit, samenhang en uitstraling** is matig. De meeste buurt- en wijkcentra zien er gedateerd uit, zoals de Schelfhorst, De Maat en De Gors. Ook is de ruimtelijk-functionele samenhang niet optimaal, wat zich uit in verschillende 'losse' delen, aparte parkeerterreinen en wisselende uitstraling en kwaliteit. Hierdoor is combinatiebezoek binnen de centra niet optimaal.
- De **samenwerking** is matig tot slecht. Het bovenstaande wordt mede veroorzaakt door de slechte samenwerking tussen vastgoedeigenaren en ondernemers. Er zijn wel enkele ondernemersverenigingen, maar die zijn vaak beperkt actief. Door het versnipperd eigendom is vastgoed niet goed verenigd. Van een gezamenlijke visie en aanpak is geen sprake.
- Goede **bereikbaarheid** en voldoende **parkeermogelijkheden** zijn randvoorwaarden voor goed functionerende buurt- en wijkcentra. Dit is in de meeste buurt- en wijkcentra goed op orde, waardoor het aanbod goed kan functioneren. Wel vraagt de bereikbaarheid en routing aandacht, zoals aan het Eskerplein.
- Diverse **supermarkten** functioneren redelijk tot goed, maar zijn vaak aan modernisering en/of uitbreiding toe. Denk aan de Aldi en

Albert Heijn in de Gors, Lidl aan de Bornsestraat, Lidl Eskerplein en de Plus aan de Vriezenveenseweg. De Albert Heijn aan de Nieuwstraat en de Aldi aan Ootmarsumsestraat functioneren slecht. Ze zijn te klein en de ligging is niet optimaal.

- De laatste jaren zijn er veel **gemaks- en doelgroepwinkels** bijgekomen, die zich vaak vestigen in oude supermarktpanden. Denk aan Butlon aan het Van Goghplein en de MB supermarkt in De Maat. Ook buiten de winkelstructuur zijn er veel Turkse en Poolse winkels bijgekomen. Enerzijds zijn deze winkels een verrijking voor de keuzemogelijkheden en de consumentenverzorging. Anderzijds wisselt de kwaliteit sterk en zijn ook niet alle locaties even wenselijk vanuit het principe van concentratie in winkelgebieden.
- De buurt- en wijkcentra kenmerken zich door de aanwezigheid van sterk betrokken **lokale ondernemers**. Dankzij deze ondernemers kan het aanbod redelijk tot goed functioneren, ondanks het ruime aanbod en de concurrentie. Door de lokale ondernemers weten de wijkcentra inwoners aan zich te binden en kunnen ook de speciaalzaken floreren. Risico is echter wel dat lokale ondernemers die met pensioen gaan vaak geen bedrijfsopvolging hebben. Gelukkig zijn er ook jonge ondernemers die starten in de buurt- en wijkcentra.
- Winkelcentra moeten **schoon, heel en veilig** zijn. Ook dit is een randvoorwaarde. Dit is in veel gevallen niet op orde. Overlast van 'hangmensen' en criminaliteit wordt veel genoemd in de gesprekken met winkeliers en vastgoedeigenaren. Ook inwoners geven via enquêtes aan dat het veiligheidsgevoel beter kan. Meer zichtbaarheid en afstemming met de wijkagent kan hier mogelijk aan bijdragen.
- Zowel bewoners als ondernemers wensen meer **wijkgerichte activiteiten en evenementen** in de wijk- en buurtcentra. Dit brengt meer reuring en draagt bij aan de lokale ontmoetingsfunctie en sociale cohesie. Het organiseren van dergelijke activiteiten zou laagdrempeliger moeten worden, zonder al te veel regeldruk en papierwerk.

Op basis van het bovenstaande doen we enkele aanbevelingen:

- Vastgoedeigenaren en ondernemers moeten **meer samenwerken**, idealiter in de vorm van een actieve vereniging of Bedrijven Investeringszone (BIZ). Dit is ook een voorwaarde om goed te kunnen samenwerken met de gemeente.
- Als de samenwerking op orde is, kan **ieder z'n eigen rol pakken** in het verbeteren van de centra. Vastgoed heeft een taak de uitstraling te moderniseren. Ondernemers zijn verantwoordelijk voor gezamenlijke aankleding, activiteiten en evenementen. De gemeente dient te investeren in goede openbare ruimte, goede bereikbaarheid en parkeren. Faciliteren van ondernemerschap (in juridisch-planologische zin) behoort ook tot de kerntaken van de gemeente.
- In samenspraak met de wijkregisseurs van de gemeente dient **schoon, heel en veilig meer op de agenda** te komen. Mogelijk kan meer worden samengewerkt met de politie.
- **Supermarkten moeten strenger gereguleerd worden** in het omgevingsplan, zodat structuurverstorende ontwikkelingen en nog meer overcapaciteit voorkomen wordt. Dit begint met duidelijke definities en specifiek aanduiden.
- **Onbenutte plancapaciteit** voor dagelijkse detailhandel buiten de gewenste detailhandelsstructuur moet juridisch gesaneerd worden. Het beleid moet voorzienbaarheid creëren om nadeelcompensatie te voorkomen.

2.2.2 Behoeft e aan nieuw en modern boodschappenaanbod

Op basis van de woningbouw, de ontwikkeling van het koopgedrag en trends, verwachten we dat het supermarktaanbod blijft groeien. Zowel bestaande supermarkten in omvang (schaalvergroting) als mogelijk nieuwe vestigingen. Uit de distributieve berekeningen in **hoofdstuk 6** blijkt dat Almelo als geheel overbewinkeld is in de dagelijkse sector. De verschillen tussen de wijken zijn echter groot, waardoor in specifieke gebieden toch kwantitatieve behoefte c.q. marktruimte ontstaat. Ook is er vanuit de kwalitatieve behoefte veelal aanleiding tot versterking.

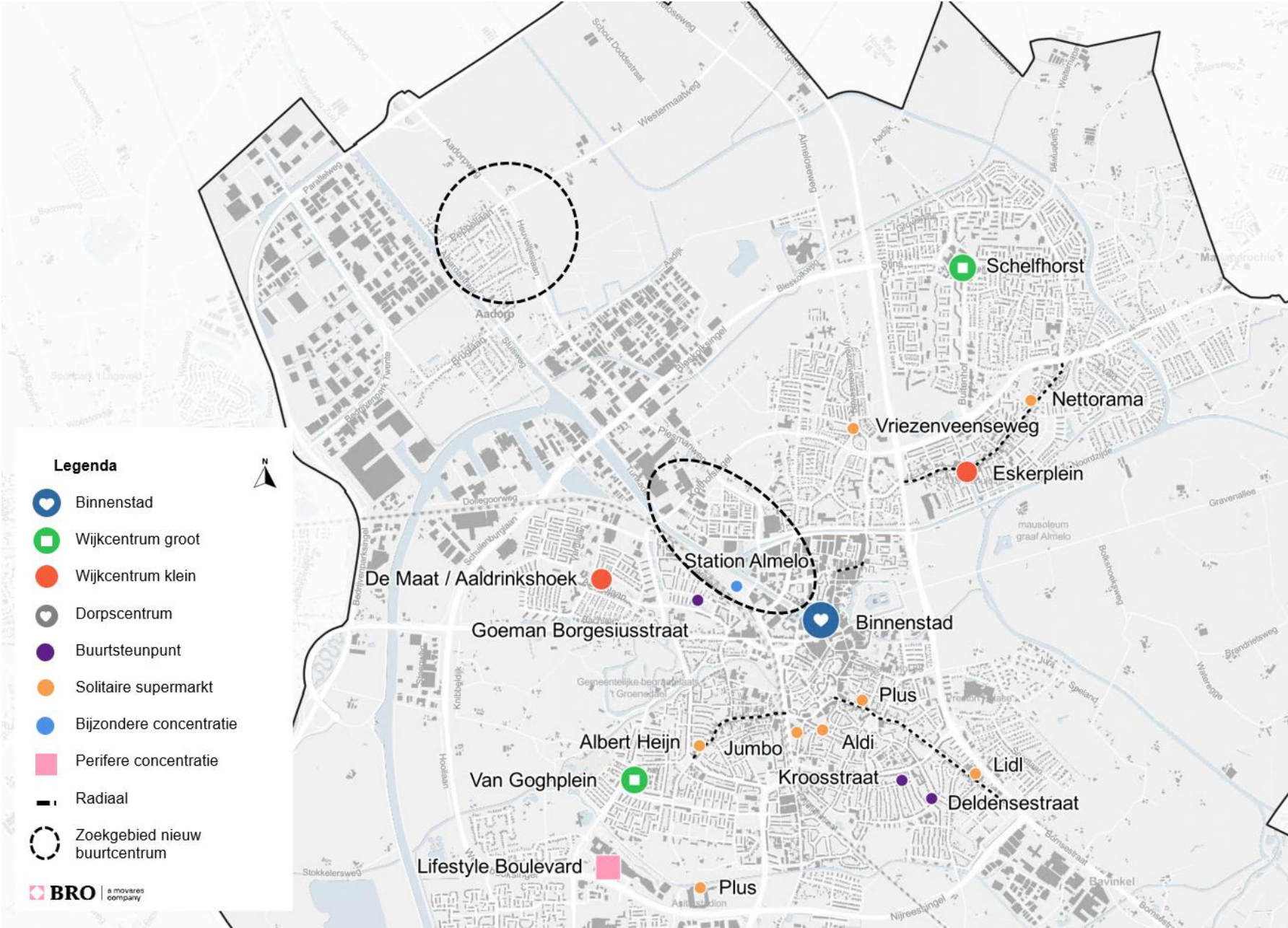
2.2.3 Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte Noordoost Almelo

Er ontstaat aanzienlijke marktruimte voor toevoeging van dagelijks winkelaanbod, namelijk circa 3.350 m² wvo en meer als er in de periode na 2030 nog meer inwoners bij komen. Daarnaast is in kwalitatieve zin sprake van behoefte aan toevoeging van boodschappenaanbod om (nieuwe) inwoners te voorzien binnen aanvaardbare reistijd. De aanbevelingen zijn:

- Één buurtcentrum in of nabij de Indië-buurt. Gedacht wordt aan één moderne supermarkt met enkele dagwinkels.
- Één buurtcentrum in Almelo noord ter hoogte van Aalanderveld en Aadorp. De supermarkt kan een verplaatser zijn.
- Modernisering en versterking van de Schelfhorst met één extra supermarkt is denkbaar om de positie als sterk wijkcentrum compleet en toekomstbestendig te maken. Een verplaatsing van een bestaande supermarkt heeft de voorkeur.
- Het Eskerplein blijft een sterk wijkcentrum. Interne modernisering en uitbreiding moet mogelijk zijn. In samenspraak met de winkeliers en eigenaren dient de bereikbaarheid (routing) en dan met name de ontsluiting van het parkeerterrein verbeterd te worden.
- De winkels aan de Ootmarsumsestraat, verder weg van het Eskerplein worden doelgericht bezocht. Zo lang deze winkels er zitten is dat prima, maar het perspectief is matig. Aanbeveling is te kiezen voor natuurlijke afbouw van de winkelfunctie, via een juridische uitsterfregeling. Dit betekent dat na bijvoorbeeld 1,5 jaar leegstand de mogelijkheid voor detailhandel verval.

2.2.4 Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte Zuidoost Almelo

In de basis is de boodschappenstructuur hier redelijk tot goed op orde. Het dagelijks aanbod per 1.000 inwoners ligt in dit gebied het hoogste van heel de gemeente. Veel uitbreidingsruimte is er niet, maximaal 630 m² wvo. Aanbeveling is te kiezen voor een sterk buurtcentrum in de zuidoostelijke ‘hoek’, bijvoorbeeld in de oksel van de N349 of Lidl zou kunnen verplaatsen, uitbreiden. Daarnaast eventueel enkele dagwinkels toevoegen om het boodschappencentrum compleet te maken. Voor de



Figuur 3: Advies detailhandelsstructuur Noordoost Almelo.

Plus aan de Bornsestraat en supermarkten aan de Bornerbroeksestraat is behoud van de bestaande situatie wenselijk. Eventuele modernisering zou bespreekbaar moeten zijn. Significante uitbreiding is, gezien het huidige aanbod en de beschikbare marktruimte, echter niet verstandig. Kortom, de marktruimte in dit deel van Almelo dient vooral benut te worden om bestaande supermarkten de ruimte te geven te moderniseren.

2.2.5 Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte Zuid en West Almelo

Het dagelijks aanbod in zuid en west Almelo functioneert momenteel onder het gemiddelde. In verhouding tot het aantal inwoners is er relatief veel (supermarkt)aanbod, hierdoor komt uit de analyse naar voren dat de Albert Heijn niet optimaal functioneert. De andere ‘reguliere’ supermarkten functioneren op niveau. Ondanks de bevolkingsgroei als gevolg van woningbouw, ontstaat er geen uitbreidingsruimte. Het overaanbod loopt door groei van bestedingen wel iets terug. Nieuwvestiging van supermarkten is niet gewenst. Bestaande supermarkten in de winkelgebieden, zoals het Van Goghplein en De Gors moeten wel de ruimte krijgen om te kunnen moderniseren. Voor de meer solitair gelegen supermarkten adviseren wij terughoudend te zijn met faciliteren van uitbreiding. Beleidsmatig bevelen wij bovendien aan om, zeker in dit deel van Almelo, meer grip te krijgen op de supermarkten.

2.2.6 Kwantitatieve en kwalitatieve behoefte Bornerbroek

Er is slechts economisch ruimte voor circa 365 m² wvo extra dagelijkse voorzieningen. Spar is verdwenen en het leegstaande pand wordt ingevuld met een winkel op het gebied van paardenaccessoires. Het beleid zou niet primair meer moeten inzetten op nieuw dagelijks aanbod. Wel dient het beleid de mogelijkheid open te houden om in het geval een initiatief zich voordoet, hier positief tegenover te staan. Een gemakswinkel of supermarkt in Bornerbroek is immers wel wenselijk in het kader van de reistijden en de leefbaarheid.

2.3 Radialen en buurtsteunpunten

2.3.1 Waarde van lokaal ondernemerschap en ontmoeting

Almelo heeft relatief veel winkels en overige publieksfuncties buiten de compacte winkelgebieden. Uit deze analyse volgt dat deze locaties duidelijke kwaliteiten hebben die in de vorige detailhandelsvisie en ander beleid onvoldoende (h)erkend werden. In algemene zin kunnen lokale ondernemers in specifieke niches die doelgericht bezocht worden, prima functioneren in deze straten. Het geeft reuring aan de straten en draagt bij aan de sociale functie (o.a. ontmoeting en beleving) in de wijk. Een goede bereikbaarheid en (kort) parkeren voor de deur zijn belangrijk om te kunnen functioneren.

- De **Nieuwstraat** heeft een bijzondere waarde voor inwoners in het Nieuwstraat Kwartier. Hoewel het aanbod redelijk verspreid is, is toch sprake van een samenhangend profiel op het gebied van multicultureel aanbod. Van doelgroepwinkels tot unieke speciaalzaken, horeca en diensten. Het is een straat met historische betekenis dat functioneert als ontmoetingsplek voor de inwoners. De Albert Heijn is daarin belangrijk. Er zijn wensen voor modernisering en/of relocatie. Ook doelgroep supermarkt Kral heeft plannen voor uitbreiding en verplaatsing.
- De **Bornsestraat** heeft met name rond de Plus-supermarkt een sterke boodschappenfunctie. Plus functioneert prima en de omliggende speciaalzaken zijn een goede aanvulling op de dagelijkse boodschappen. De voorzieningen in de straat hebben een belangrijke verzorgingsfunctie voor inwoners in de wijk en het zuidelijk deel van de binnenstad. De publieksfunctie van de **Bornerbroeksestraat** is de laatste jaren verslechterd. Winkels zijn verdwenen en de publieksfuncties die hiervoor in de plaats zijn gekomen, dragen niet allemaal positief bij aan de leefbaarheid en kwaliteit van de omgeving.
- De **Ootmarsumsestraat** is heel langgerekt met een sterk versnipperd voorzieningenaanbod. De winkels rond het Eskerplein functioneren prima en worden veel gecombineerd met de supermarkten. Overige winkels in de straat worden vooral doelgericht bezocht en trekken een eigen publiek aan. Het perspectief wisselt.

- De **Oranjestraat** wordt vaak als onderdeel van de binnenstad gezien, maar functioneert ook op zichzelf als radiaal. Tegen verwachting in functioneert het aanbod goed en is sprake van een duidelijke meerwaarde in de voorzieningenstructuur. Hier is min of meer sprake van een aangesloten lint met publieksfuncties. Dit betreft niet alleen winkels, maar ook horeca, diensten en andere publieksgerichte voorzieningen. Het zorgt voor reuring en draagt bij aan de leefbaarheid. Het bereikbaarheidsprofiel met parkeren voor de deur is een belangrijke randvoorwaarde voor het economisch functioneren en het doelgerichte bezoekmotief. Er zijn opvallend veel modische winkels aanwezig, zoals Lincherie, Eringa mode, Lommers lederenwaren, Van Mook Mode en Donatella mode. Deze winkels verwacht je normaal meer in het kernwinkelgebied.
- Van oudsher zijn er in Almelo ook nog enkele **buurtsteunpunten** aanwezig, zoals aan de **Kroosstraat**, de **Deldensestraat** en **Goe-man Boresiusstraat / Kerkenlanden**. De winkelfunctie in deze strips is bijna helemaal verdwenen. Wel hebben deze strips nog een functie voor de leefbaarheid en het lokaal ondernemerschap. We zien veel fastfood horeca en diensten (kappers).

2.3.2 Opgaven, kansen en aanbevelingen

- **Ondermijning en veiligheid** zijn thema's die extra aandacht vragen in radialen en buurtstrips. Vanuit bewoners worden deze signalen afgegeven. Als dit niet op orde is, versterken deze gebieden juist het gevoel van onveiligheid, wat negatief is voor de leefbaarheid.
- Radialen en buurtstrips hebben bestaansrecht doordat ze goed **bereikbaar** zijn vanuit de historische functie als 'doorstroom' gebied van de wijken naar de binnenstad. Bovendien kan men vaak makkelijk voor de deur **parkeren of de fiets stallen**. Dit stimuleert doelgerichte activiteiten, zoals specifieke aankopen, afhalen van eten, een pakketje ophalen of een kort bezoek aan de kapper of de schoonheidssalon.
- De kwaliteit en kracht ligt bijna volledig bij **lokale ondernemers**. Dit is enerzijds een risico, omdat zeker met de vergrijzing vaak geen

bedrijfsopvolging is en winkels sluiten. Anderzijds is het een kwaliteit, omdat er daardoor meer betrokkenheid is met het gebied als geheel. Bovendien weten zelfstandige ondernemers vaak goed hun eigen 'klant' te binden, al dan niet via social media.

- Beleidsmatig wordt momenteel ingezet op het afbouwen van de winkelfunctie van deze gebieden ten gunste van de binnenstad. Winkels zouden moeten verplaatsen. Wij adviseren **terughoudend te zijn met het beleidsmatig 'wegstrepen' van deze gebieden** met een bepaalde publiekswaarde. Wat betreft de pure winkelfunctie moet rekening gehouden worden met krimp. Tegelijkertijd zijn er vanuit horeca, diensten en andere maatschappelijke voorzieningen mogelijk nog kansen. Juist door de kwaliteiten te benoemen, te koesteren en waar mogelijk te versterken, kunnen deze historische publieksfuncties (deels) behouden blijven.
- Hetzelfde geldt voor wat wij de '**corner stores**' noemen. Historische hoekpanden in wijken waar nog een publieksfunctie zit. Voor de leefbaarheid zijn deze locaties van essentieel belang. Het doorbreekt de monofunctionele woonijken. Uiteraard is het economisch niet langer haalbaar om op elke hoek een bakker of slager te handhaven, maar wat er nog wél zit moet gekoesterd worden. Ook hier geldt dat enige terughoudendheid met saneren en transformeren op z'n plaats is. Wij adviseren voor dit soort specifieke locaties maatwerk beleid te formuleren.

2.4 Recreatief winkelen en binnenstad Almelo

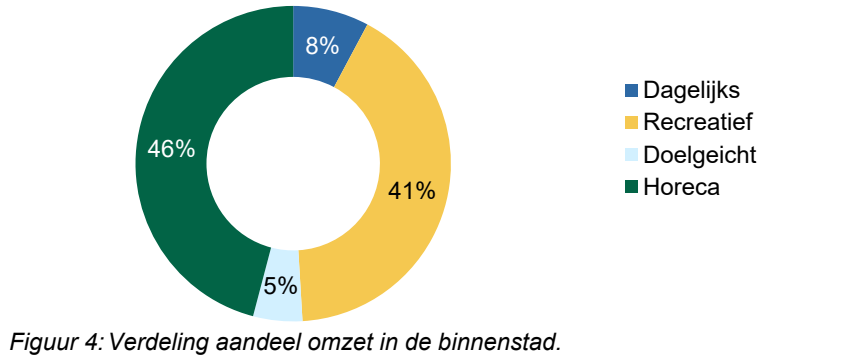
2.4.1 Binnenstad Almelo staat onder druk

Vanuit verschillende kanten staat de functie van de binnenstad onder druk, wat leidt tot verlies van aanbod en meer leegstand. Samenvattend zien we de volgende tendensen, mede gebaseerd op de participatie.

Inwoners in Almelo zijn wat betreft winkelen steeds **minder op de binnenstad georiënteerd**.

- Voor de dagelijkse boodschappen koopt men steeds meer in de buurt- en wijkcentra. Voor recreatieve winkelaankopen gaat men meer naar de binnenstad van Enschede en voor doelgerichte aankopen voor bijvoorbeeld sport- en speelgoed gaat men naar Plein Westermaat in Hengelo.
- Ook **bezoekers uit de regio** slaan de binnenstad van Almelo steeds vaker over. De regionale verzorgingsfunctie voor Noordwest Twente krimpt. Ook zijn inwoners uit de regio bereid om verder te reizen voor meer en aantrekkelijker (winkel)aanbod, zoals te vinden is in Enschede. De binnenstad van Enschede is de recreatieve winkelhoofdplaats van Twente. Plein Westermaat Hengelo is dat voor doelgerichte (grootschalige) winkelaankopen.
- De **beoordeling van bezoekers daalt**, blijkt uit het Koopstromenonderzoek (2023). In 2019 was het totaaloordeel 7,3. In 2023 lag dit op 7,1. Dit uit zich vooral in het beperkte winkelaanbod (6,7), matige sfeer en uitstraling (6,6), matig veiligheidsgevoel (7,0), matige bereikbaarheid en parkeersituatie (6,5) en aanwezigheid groen (6,3). Het centrum gaat er op alle punten die betrekking hebben op het winkelaanbod achteruit. Mensen komen hooguit (nog) voor bepaalde winkels en omdat het dichtbij is. Zie ook de samenvatting van meest genoemde punten door bezoekers.
- De **horeca doet het** in tegenstelling tot het winkelaanbod **beter**. Dit aanbod is gestegen en ook bezoekers beoordelen de horeca redelijk met een 7,6. Gezellig op het terras zitten, lunchen en/of uit eten zijn redenen waarom bezoekers specifiek naar de binnenstad gaan.

Aandeel omzet binnenstad Almelo



Figuur 4: Verdeling aandeel omzet in de binnenstad.

Tabel 1: Waardering binnenstad Almelo op basis van het KSO 2023.

Aspect	Binnenstad Almelo	Benchmark	2019
Winkelaanbod	6,7	7,8	7,0
Sfeer en uitstraling	6,6	7,7	6,9
Veiligheid	7,0	7,8	7,0
Netheid	7,0	7,7	7,1
Aanwezigheid groen	6,3	6,6	-
Faciliteiten	5,7	6,0	5,6
Service	7,0	7,6	-
Parkeren auto	6,5	7,3	6,5
Stalling fiets	6,9	7,4	7,3
Bereikbaarheid auto	6,6	7,4	-
Bereikbaarheid fiets	8,2	8,4	8,2
Bereikbaarheid OV	7,4	6,9	7,1
Horeca	7,6	7,9	7,9
Totaaloordeel	7,1	7,8	7,3

Wat vinden bewoners en bezoekers belangrijk?



1 Winkelaanbod en leegstand. Er is een duidelijke vraag naar meer diversiteit aan winkels en ook het aanpakken van leegstand wordt vaak genoemd
Aantal vermeldingen: ca. 75



2 Parkeren. Het makkelijk parkeren van de auto vinden veel bezoekers een belangrijk aspect. Ook gratis parkeren wordt veelvuldig genoemd. Men geeft aan dat hierdoor andere keuzes ten aanzien van recreatief winkelen gemaakt worden.
Aantal vermeldingen: ca. 40



3. Groen en sfeer. Meer groen (bomen, planten en geveltuintjes) en sfeervolle plekjes wordt vaak genoemd als verbeterpunt om het centrum van Almelo aantrekkelijker te maken.
Aantal vermeldingen: ca. 30



4. Horeca. Respondenten willen meer diversiteit qua horecazaken en ook wordt genoemd langere openingstijden voor de terrassen.
Aantal vermeldingen: ca. 20



5. Verkeer en transport. Een aantal keer komt terug dat de fietsroutes naar het centrum van Almelo beter kunnen. Ook mist men een bewaakte fietsenstalling.
Aantal vermeldingen: ca. 20

Bron: Koopstromenonderzoek 2023, Ipsos I&O

- Het **winkelaanbod is sterk versnipperd** en niet compact, er is geen duidelijke looproute, de kwaliteit van het aanbod en het vastgoed wisselt. De algehele ruimtelijke structuur is verre van optimaal.

Weekmarkt en standplaatsen

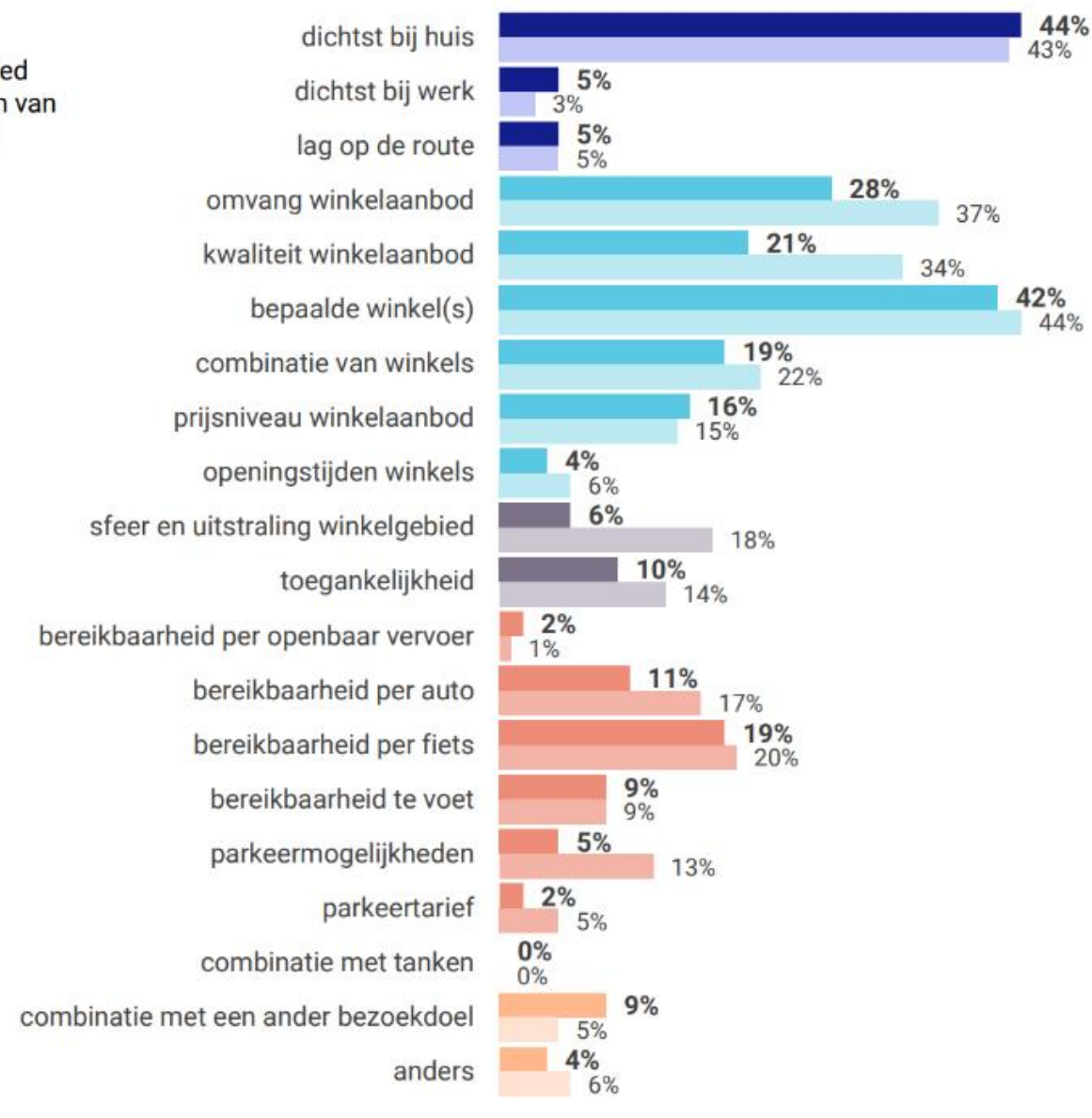
- De weekmarkt vervult niet alleen een belangrijke maatschappelijke en sociale functie, maar ook is de weekmarkt in economische zin belangrijk. De markt in het centrum van Almelo vindt plaats op twee dagen in de week: donderdag en zaterdag.
- Landelijk is de trend zichtbaar dat tussen 2019 en 2023 de bestedingen in de ambulante handel en weekmarkten fors zijn gestegen, vooral door de toename van bestedingen aan foodproducten (boodschappen en eten). Op basis van het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2023 haalt de totale ambulante handel in de gemeente Almelo een waarde van ruim € 3,5 miljoen per jaar (exclusief btw) voor foodproducten (boodschappen/dagelijkse artikelen). Let op: dit is inclusief alle weekmarkten.
- In de gemeente Almelo zijn verschillende standplaatsen vergund. De standplaatsen zijn een aanvulling op het reeds gevestigde winkelaanbod en zorgen voor extra traffic.

2.4.2 Krimp recreatief winkelaanbod zet verder door

Op basis van de woningbouw, de ontwikkeling van het koopgedrag en trends, verwachten we dat het recreatieve winkelaanbod blijft krimpen. Wij gaan uit van een **krimpopgave** op gemeenteniveau van momenteel 26.165 m² wvo naar 20.650 m² wvo. Circa 70% van deze krimp zal terecht komen in de binnenstad, wat neerkomt op **circa 4.000 m² wvo**. Nuance hierop is dat als de woningbouwambities na 2030 allemaal gerealiseerd worden geen sprake meer is van een krimpopgave. Dan blijft het aanbod stabiel. Het is echter maar de vraag of alle woningbouw daadwerkelijk wordt gerealiseerd. Ook is de recreatieve winkelmarkt lastig te voorspellen voor de langere termijn. Wij adviseren daarom uit te gaan van een krimpopgave.



De figuur laat zien waarom consumenten voor dit winkelgebied kiezen en wat de bezoekmotieven van vergelijkbare winkelgebieden zijn (benchmark).



■ Centrum Almelo
■ Benchmark

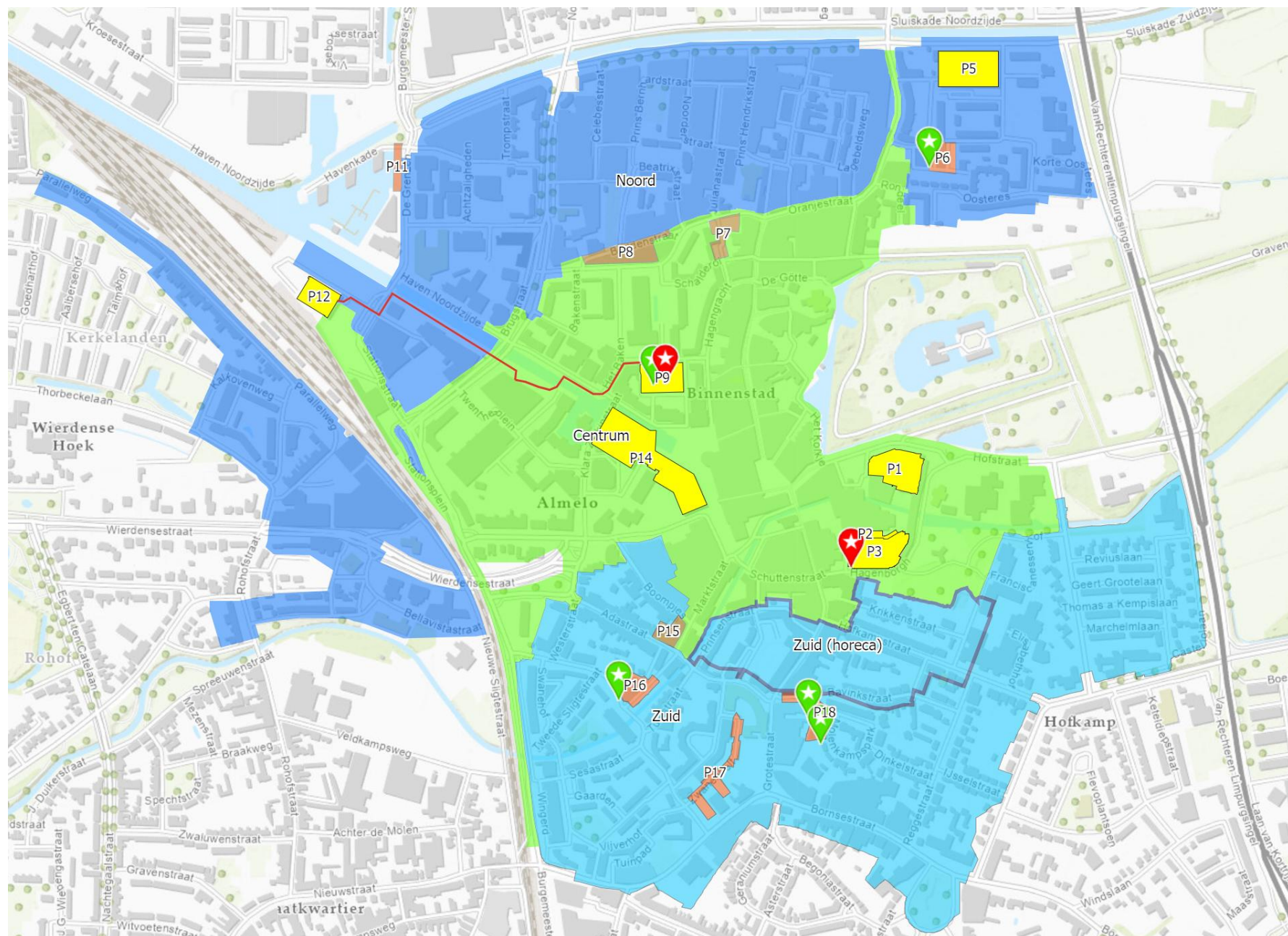
Om de krimp van recreatief winkelaanbod in de binnenstad te kunnen opvangen doen wij de volgende aanbevelingen:

- **Vasthouden bestaand beleid binnenstad**, namelijk inzet op een compact centrum met transformatie aan de randen.
- Actief aan de slag met het **juridisch saneren van mogelijkheden buiten de winkelstructuur**, zoals op bedrijventerreinen.
- Verleiden van bestaande winkeliers buiten de binnenstad op bedrijventerreinen en in aanloopgebieden om te **verplaatsen** naar het compacte deel van de binnenstad. De gemeente heeft hiervoor verschillende subsidies beschikbaar (transformatie-, verplaatsings- en starterssubsidie).
- Terughoudend omgaan met faciliteren van nieuw recreatief winkelaanbod (winkels op het gebied van mode, luxe en vrije tijd) in de buurt- en wijkcentra én op perifere locaties, zoals de Lifestyle Boulevard. Alleen niet-dagelijks winkelaanbod dat in het verlengde ligt van de dagelijkse boodschappen is hier wenselijk.

2.4.3 Versterken van randvoorwaarden noodzakelijk

Ondanks de hiervoor genoemde opgaven en uitdagingen, zien wij toch kansen om het winkelaanbod in de binnenstad van Almelo te versterken. We adviseren te beginnen met het op orde brengen van de randvoorwaarden voor goed economisch functioneren. Hierin heeft de gemeente een belangrijke rol, maar dit vraagt ook actie en betrokkenheid vanuit ondernemers, vastgoedeigenaren en andere stakeholders.

- **Versterken samenwerking:** de samenwerking is momenteel matig en gefragmenteerd. Er is geen duidelijk boegbeeld dat de kar trekt en alle betrokken partijen inspireert en meeneemt in een langetermijnvisie. Er moet nieuwe positieve energie ontstaan om weer samen te werken. Trots te worden op de eigen binnenstad. Bereidheid om samen te investeren voor een collectief betere toekomst. De gemeente kan een traject inzetten om de samenwerking en bijbehorende organisatiegraad te versterken. De bal ligt echter niet alleen bij de gemeente. Ook ondernemers en eigenaren moeten meer in de actiestand komen en meer eigen initiatief nemen.



Figuur 5: Parkeerkaart binnenstad Almelo. Kleuren verwijzen naar verschillende parkeerzones (bron: gemeente Almelo).

- **Versterken draagvlak:** het economisch draagvlak wordt, mede door de woningbouwambities van de gemeente, aanzienlijk versterkt. Dit geldt niet alleen voor Almelo, maar ook voor de omliggende gemeenten in Noordwest Twente. Blijven inzetten op een verstelling van woningbouw is niet alleen goed voor de leefbaarheid, maar ook voor het economisch functioneren van de winkels in de binnenstad en elders. In gesprekken met nieuwe potentiële ondernemers moet hier aandacht voor zijn.
- **Verbeteren (auto) bereikbaarheid en parkeren:** één van de redenen waarom bezoekers minder graag winkelen in de binnenstad van Almelo is de matige bereikbaarheid. Uit de analyse blijkt dat 35% van de bezoekers met de auto komt, versus 45% in vergelijkbare centra. Bezoekers beoordelen het parkeren en de bereikbaarheid ook beduidend lager dan gemiddeld. Om de regiofunctie te behouden en te versterken, is goede autobereikbaarheid én parkeren van essentieel belang. Ook de meer doelgericht bezochte winkels in de binnenstad hebben hier baat bij. Ondernemers, vastgoedeigenaren en bezoekers noemen dit als hét belangrijkste thema dat aangepakt moet worden. Het is een randvoorwaarde! De aanbeveling is om in het nieuwe mobiliteitsbeleid in te zetten op investeringen in de autobereikbaarheid en –parkeren. De grootste parkeergarages zijn de belangrijkste bronpunten/entrees voor bezoekers met de auto, die gemiddeld ook het meeste besteden. Deze moeten logisch te vinden zijn, moeten via aantrekkelijke looproutes gekoppeld zijn aan het compacte winkelgebied en moeten kwalitatief in goede/moderne staat zijn. Een duidelijke routing tussen de parkeergarages ontbreekt momenteel. Samenhang ontbreekt. Uiteraard blijft ook investeren in andere modaliteiten, zoals fietsroutes en fietsenstallingen, hoogwaardig openbaar vervoer en aantrekkelijke looproutes ook van belang in de totale mobiliteitsmix.
- **Op orde brengen schoon, heel en veilig:** Men verwacht dat aspecten rond schoon, heel en veilig op orde zijn. Dit betekent aanpak van zwerfvuil, zorgen voor een onderhouden openbare ruimte en

aangeharkt groen én een veilige sfeer. Dit laatste kan worden aangepakt in samenwerking met de politie, handhaving en ondernemers. In diverse binnensteden in Nederland zijn voorbeelden van succesvolle aanpakken om het veiligheidsgevoel op een positieve manier te verbeteren, bijvoorbeeld door inzet van stadsgidsen.

- **Meer diversiteit in doelgroepen in de binnenstad:** Voor het creëren van een levendige en bruisende binnenstad is een meer diverse samenstelling van bewoners wenselijk. Het is belangrijk om in het woningaanbod nadrukkelijk rekening te houden met verschillende doelgroepen, zoals jongvolwassenen, gezinnen, expats en andere groepen. In onze woningbouwprogrammering en bij de transformatie van winkelpanden naar woningen zetten we daarom in op het realiseren van woonruimte die aansluit bij deze diverse doelgroepen.

2.4.4 Versterken kwaliteit winkelaanbod

Wij adviseren te kiezen voor een beleid en aanpak dat inzet op het versterken van de kwaliteit van het winkelaanbod, met de context dat de kwantiteit eerder krimpt dan groeit. We bevelen het volgende aan.

- Blijven inzetten op een **compact winkelgebied**. Dit zorgt voor meer combinatiebezoek, minder leegstand en het gevoel bij bezoekers dat er meer keuzemogelijkheden zijn. Dus meer trekkracht.
- **Actieve acquisitie** en sturen **op hoogwaardig winkelaanbod**. Uit deze analyse komen diverse winkelformules naar voren die wij kansrijk achten in de binnenstad. Specifiek dient daarbij rekening gehouden te worden met de veranderende demografie die meer in balans is, onder andere door woningbouw in en rond de binnenstad (Spoorzone). Focus ligt op het midden en hogere segment. Deze inwoners willen niet alleen discountaanbod, maar ook meer hoogwaardige en luxere winkels op het gebied van dagelijkse speciaalzaken en recreatief winkelen. Zie paragraaf 6.7 voor nadere toelichting. Ons advies is deze formules actief te benaderen aan de hand van een wervende brochure over wat de binnenstad van Almelo

(met groeiend achterland) allemaal te bieden heeft. Laat hierin ook succesvolle ondernemers in de binnenstad aan het woord.

- De kwaliteit van het vastgoed kan op diverse plekken beter. Onze aanbeveling is te focussen op het compacte winkelgebied. De Passage en Galerij hebben daarin de grootste opgave. Het uitwerken van een **gevelaanpak** met gevelverbeteringssubsidie kan hieraan bijdragen. Vastgoedeigenaren moeten verleid worden te investeren in de kwaliteit en uitstraling van het vastgoed.
- De bestaande aanpak om ondernemers buiten het compacte winkelgebied te **verleiden te verplaatsen** naar het compacte centrum dient gecontinueerd te worden. Verplaatsingssubsidie is aan te bevelen om verhuiskosten van ondernemers weg te nemen. Wel dient kritisch gekeken te worden welke winkels écht een aanvulling zijn en kansrijk zijn en welke bijvoorbeeld prima kunnen functioneren in de radialen.
- De **transformatieaanpak** dient onderdeel te blijven van het pakket aan maatregelen. Momenteel ligt de focus op het transformeren van winkelpanden buiten het compacte winkelgebied naar wonen. Dit is prima en daar zijn ook grote stappen gezet. Binnen het compacte winkelgebied liggen echter ook transformatiemogelijkheden om **vastgoed optimaler en multifunctioneler te benutten**. De trend blending past hierbij. Dit betekent dat meerdere activiteiten en functies moeten kunnen samenkomen binnen één pand. De gemeente kan vastgoedeigenaren faciliteren om juridisch-planologische en kostentechnische drempels weg te nemen.

2.4.5 Lifestyle Boulevard functioneert goed, maar er zijn zorgen

De Lifestyle Boulevard functioneert goed, maar dit komt niet vanzelf. Samenvattend zien we de volgende tendensen en trekken we de volgende conclusies, mede gebaseerd op de participatie.

- De **leegstand** is de laatste jaren fors gedaald. Op dit moment staan er drie grootschalige units leeg, met een totale omvang van circa 4.000 m² wvo.
- Belangrijkste kwaliteiten zijn de **goede bereikbaarheid, ruime parkeermogelijkheden, de ruimtelijke samenhang en moderne uitstraling**. Dit laatste is het gevolg van een forse investering van de vastgoedeigenaren een aantal jaren geleden.
- De aanwezigheid van Plein Westermaat in Hengelo met onder andere IKEA als belangrijkste trekker, maakt dat binnen de regio Twente de **Lifestyle Boulevard Almelo altijd ondergeschikt** zal blijven. Landelijke ketens zullen zich liever in Hengelo vestigen dan in Almelo. Het verzorgingsgebied van de Lifestyle Boulevard is veel kleiner, vanwege een kleiner aanbod en minder aantrekkingskracht.
- Veel doelgericht winkelaanbod vestigt zich ook elders in Almelo en de regio Noordwest Twente. Denk aan aanloopstraten/radialen en bedrijventerreinen. Circa 50% van de totale doelgerichte winkelruimte ligt **buiten winkelconcentraties**.
- Uit de gesprekken met de Lifestyle Boulevard blijkt dat er **grote zorgen zijn over de effecten van de komst van Hornbach**. Men vreest voor het verdwijnen van Gamma en/of Praxis. De vastgoedeigenaren wensen meer ruimte voor ondernemerschap, bredere brancheringsmogelijkheden en het verlagen van de minimale maat van 1.000 m² wvo voor winkels in vrijetijdsartikelen. Dit ten gunste van de verhuurbaarheid en daarmee de leegstand.

2.4.6 Doelgericht winkelaanbod concentreren én maatwerk

Het doelgerichte winkelaanbod functioneert momenteel beneden het landelijk gemiddelde. Dit komt vooral doordat het winkelaanbod in de categorie ‘wonen’ slecht functioneert. Er is in deze sector veel afvloeiing naar Plein Westermaat te Hengelo. We geven enkele aanbevelingen:

Tabel 2: Aanbeveling branchering Lifestyle Boulevard.

Hoofdgroep	Branche	Mogelijk?	Toestaan?	Toelichting
PDV / volumineus	Wonen	Ja	Ja	Minimale maat is niet noodzakelijk. Aard assortiment is leidend, niet omvang winkel.
	Doe-het-zelf	Ja	Ja	Minimale maat is niet noodzakelijk. Aard assortiment is leidend, niet omvang winkel.
	Tuin	Nee	Ja	Niet toegestaan, maar is landelijk standaard onderdeel > mogelijkheden verruimen.
GDV / grootschalig	Auto's, boten, caravans	Nee	Nee	Autoshowrooms zijn in concentratiegebieden op bedrijventerreinen toegestaan.
	Bruin- en witgoed	Ja	Ja	Reeds toegestaan > mogelijkheden continueren.
	Rijwielen	Ja	Ja	Reeds toegestaan > mogelijkheden continueren.
	Buitenspelmateriaal	Ja	Ja	Reeds toegestaan > mogelijkheden continueren.
	Sport- en kamperen	Deels	Ja	Gemengde sportzaken nu uitgesloten, maar advies is loslaten ihkv Dienstenrichtlijn.
	Dibevo	Deels	Ja	Nu alleen aquariums. Verbreden naar dierenbenodigdheden- en voeders (dibevo).
	Muziekinstrumenten	Ja	Ja	Reeds toegestaan > mogelijkheden continueren.
	Speelgoed	Nee	Nee	Binnenstad heeft nog enkele speelgoedzaken, zoals Intertoys en Top 1 Toys.
Dagelijks	Huishoudelijke artikelen en warenhuizen	Nee	Nee	Binnenstad én buurt- en wijkcentra hebben winkels, zoals Hema en Action. Valt ook binnen de sector ‘mode en luxe’ wat conform Omgevingsverordening verboden is.
		Nee	Nee	Supermarkten horen thuis in de buurt- en wijkcentra. Ook conform de Omgevingsverordening is dit verboden.
	Kleding en mode	Nee	Nee	Modisch winkelaanbod is de basis van de recreatieve winkelfunctie van de binnenstad. Ook conform de Omgevingsverordening is dit verboden.

- De **Lifestyle Boulevard is en blijft de belangrijkste concentratie** voor zowel volumineuze als bepaalde grootschalige winkels. Het beleid moet er op gericht zijn om volumineuze en grootschalige winkels, niet zijnde detailhandel in de branchegroepen dagelijkse goederen of mode en luxe artikelen, hier te concentreren. **Complementariteit** met de binnenstad én buurt- en wijkcentra dient behouden te blijven. De branchering van de Lifestyle Boulevard moet aansluiting vinden bij de Provinciale Omgevingsverordening (zie **bijlage 4**). Ten opzichte van het vigerende bestemmingsplan “*Woonboulevard e.o.*” (2012) zien wij nog enkele kansen voor verruiming binnen volumineuze én grootschalige detailhandel (zie **tabel 2**).
- Benadrukt moet worden dat de **Provinciale Omgevingsverordening** wat betreft grootschalige detailhandel aanstuurt op mogelijk maken via omgevingsvergunningen (BOPA's) op basis van concrete initiatieven. Bovendien moet op basis van de Ladder voor duurzame verstedelijking altijd de behoefte worden aangetoond. Er mogen geen onaanvaardbare effecten plaatsvinden. Regionale afstemming met buurgemeenten en Gedeputeerde Staten is verplicht.
- Meer concentratie van doelgericht winkelaanbod op de Lifestyle Boulevard is wenselijk. De huidige sterke versnippering dient teruggedrongen te worden. Dit betekent een **strenger beleid voor locaties elders in de periferie**. Wij denken aan de volgende acties:

- Er dient actief aan de slag gegaan te worden met **saneren van onbenutte plancapaciteit op bedrijventerreinen**. Tegelijkertijd moet maatwerk mogelijk blijven voor specifieke, vaak zeer grootschalige, winkels. Denk aan kringloopwinkels, winkels in ABC-goederen (auto's, boten, caravans) en zwembaden. Ook voor Hornbach is destijds in dit kader maatwerk verleend.
- Winkelpanden die momenteel gevestigd zijn buiten de winkelstructuur, zoals op bedrijventerreinen en de radialen, moeten op termijn transformeren naar een niet-winkelfunctie, zoals een bedrijf of woning. Juridisch inbouwen van **uitsterfregelingen** is wenselijk om nieuwvestiging van winkels buiten de structuur te voorkomen.
- Verleiden van ondernemers buiten de winkelstructuur om te **verplaatsen** naar de Lifestyle Boulevard of elders, zoals de binnenstad. Dit betekent dat gesprekken gevoerd moeten worden. Ook kunnen verplaatsings- en transformatiesubsidies bijdragen om kosten weg te nemen.

2.5 Complementariteit tussen winkelgebieden

De essentie van een detailhandelsvisie gaat over de vraag hoe alle verschillende winkelgebieden zich qua profiel, omvang en samenstelling tot elkaar verhouden. Uitgangspunt van het beleid zou moeten zijn: complementariteit. Winkelgebieden moeten elkaar aanvullen, niet beconcurreren. In vergelijking met andere steden is de complementariteit tussen de verschillende winkelgebieden goed op basis van de drie leidende zoekmotieven: boodschappen doen, recreatief winkelen en doelgericht winkelen. Op basis van de analyse concluderen wij het volgende:

- In essentie heeft Almelo een duidelijke en complementaire detailhandelsstructuur. De wijken zijn duidelijke boodschappencentra, de binnenstad heeft een recreatieve winkelfunctie en de Lifestyle Boulevard is er voor doelgerichte aankopen. De radialen hebben vaak een combinatie van boodschappen doen met doelgericht winkelen.

- Waar in veel stedelijke gemeenten de wijkcentra steeds dominanter worden en steeds meer winkelaanbod naar zich toetrekken, zijn de wijkcentra in Almelo toch vooral op de boodschappen gericht. Het niet-dagelijkse winkelaanbod in de wijkcentra van Almelo ligt sterk in het verlengde van de dagelijkse en frequente aankopen, wat passend is. Uiteraard zijn er uitzonderingen, maar dit is relatief beperkt, vergelijken met andere stedelijke gemeenten.
- De binnenstad van Almelo heeft geen boodschappenfunctie meer. In die zin raakt dit de wijkcentra dus niet. Wat opvalt is dat de grootste winkels in het compacte deel van de binnenstad wel typen winkels zijn die je normaliter ook in grotere wijkcentra ziet. Denk aan Action, Hema, Wibra, Etos, Kruidvat en Medicamente Die Grenze. In die zin functioneert de binnenstad toch deels als een soort groot wijkcentrum, maar zonder supermarkt.
- De Lifestyle Boulevard is de laatste jaren opgeschoven van klassieke woonboulevard naar een breder profiel. Het aanbod betreft nog steeds hoofdzakelijk winkels in de categorie 'in/om het huis'. Dit aanbod wordt doelgericht bezocht en is nauwelijks te vinden in de binnenstad en buurt- en wijkcentra. De mate van complementariteit is groot. Toch zijn er enkele winkels en activiteiten die overlap vertonen met de binnenstad, zoals de shop in shop winkel die naast woninginrichting ook speelgoed verkoopt, een fotospeciaalzaak, een rijwielzaak en een dierenpeciaalzaak.
- De radialen hebben qua aanbod overlap met alle centra, maar vervullen door het unieke karakter toch een belangrijke plek in de structuur. Soms ligt de nadruk op boodschappen doen en soms op doelgerichte aankopen in de categorie 'in/om huis', 'mode en luxe' of 'vrije tijd'. Met name de Oranjestraat heeft bovengemiddeld veel modische winkels die je normaal verwacht in het kernwinkelgebied. Het modische aanbod in de radialen concurreert met het modisch aanbod in het kernwinkelgebied. Idealiter zou je zoveel mogelijk modisch winkelaanbod concentreren bij elkaar en in het kernwinkelge-

bied van de binnenstad. Dit zorgt voor massa, meer keuzemogelijkheden op loopafstand en daardoor meer synergiewerking en trekkracht.

- Buiten de winkelstructuur zijn diverse winkels aanwezig die vooral doelgericht worden bezocht. Die opereren meestal in hetzelfde segment als de Lifestyle Boulevard, namelijk 'in/om het huis'. Daarnaast zijn er enkele winkels die overlap hebben met de buurt- en wijkcentra en de binnenstad, zoals een grootschalige dierenpeciaalzaak, kleine sportzaak en een witgoedzaak.

We bevelen aan de complementariteit te behouden en waar mogelijk te versterken. Dit kan door de volgende juridisch-planologische ingrepen:

- Beter definiëren en reguleren van supermarkten om de balans tussen buurt- en wijkcentra én radialen in evenwicht te houden.
- Juridisch uitsluiten van de komst van nieuwe winkels in de recreatieve sector in de radialen. Bestaande ondernemers in de recreatieve sector in de radialen verleiden te verplaatsen naar het compacte winkelhart van de binnenstad. Gestimuleerd met een verplaatsingssubsidie. Uitsterfregelingen moeten juridisch worden ingebouwd op panden waar momenteel recreatieve winkels aanwezig zijn, om te voorkomen dat na 1 jaar functiewijzing nieuwe recreatieve ondernemers zich vestigen.
- Niet verder inzetten op brancheverbreiding en maatvoeringverlaging van de Lifestyle Boulevard. Wel kan binnen de branches die reeds zijn toegestaan meer ondernemersruimte gevonden worden.
- In het geval van bereikbaarheid en parkeren inzetten op een gelijk speelveld. Overal idealiter gemakkelijk én gratis parkeren.
- Behouden van de centrumbestemming of algemene detailhandelsbestemming in buurt- en wijkcentra. Complementariteit borg je niet in branchering, maar in maximale omvang en de contour van het winkelgebied. Brancheringsruimte blijft noodzakelijk voor de verhuurbaarheid en het ondernemerschap in de buurten en wijken.

3 Analyse demografie (en doelgroepen)

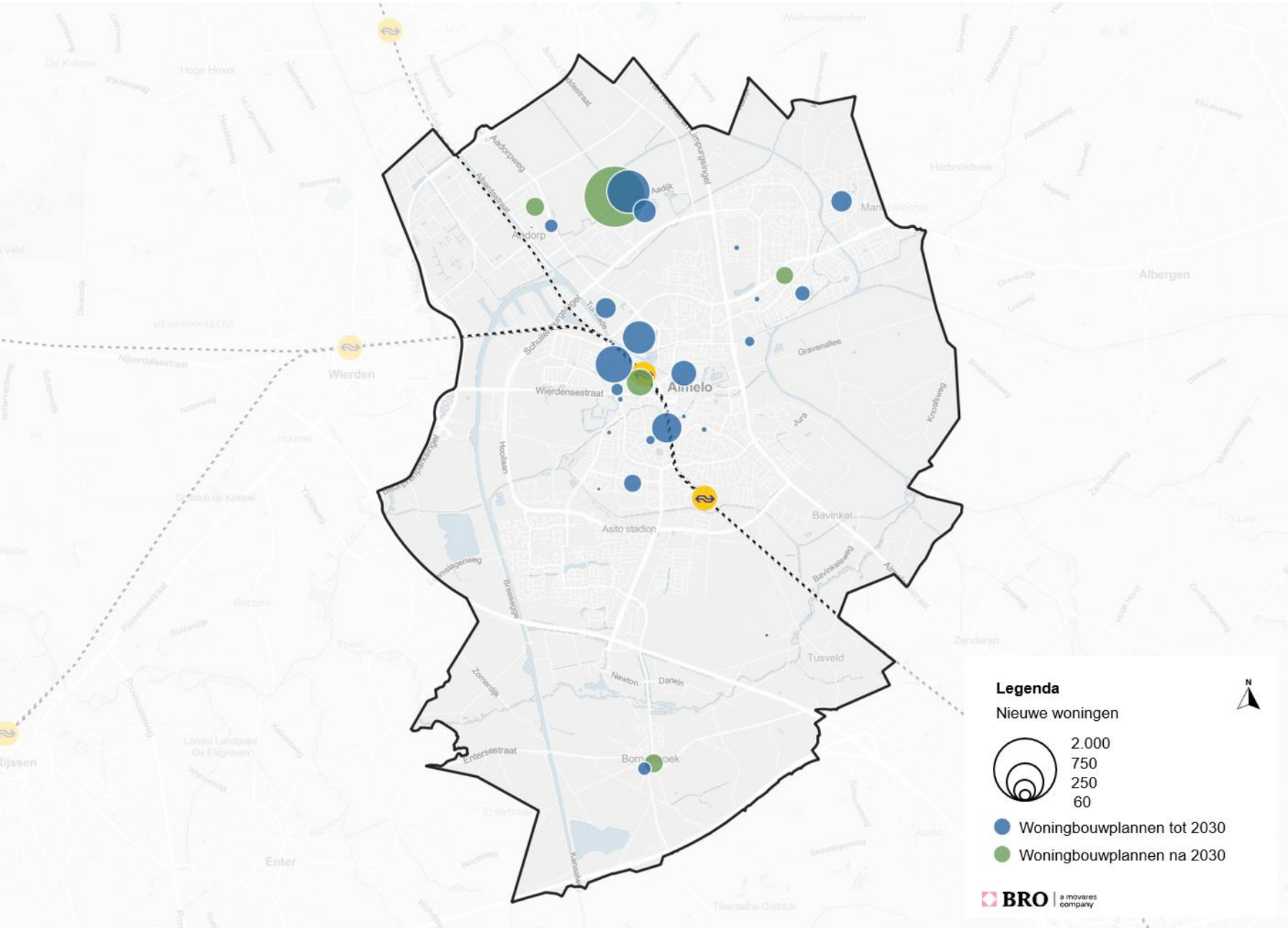
In dit hoofdstuk zijn de resultaten terug te vinden van de analyse gericht op de demografie in de gemeente Almelo. Dit betreft de bevolkingsontwikkeling- en prognose, mede op basis van de woningbouwplannen en –ambities. In de bijlage is de doelgroepanalyse opgenomen.



3.1 Demografische ontwikkeling Almelo

De gemeente Almelo telt **op dit moment circa 74.750 inwoners**. De komende jaren wordt een aanzienlijke bevolkingsgroei verwacht, mede als gevolg van de geplande woningbouw. Op basis van de woningbouwplannen en uitgaande van een gemiddelde huishoudgrootte van 2,1 personen, wordt verwacht dat Almelo in **2030 circa 81.000 inwoners** zal tellen. In de woondeal die in 2022 is gesloten en in 2024 is herijkt, heeft de gemeente de ambitie vastgelegd om tot en met 2030 in totaal 4.100 woningen te realiseren. Een deel hiervan is reeds gebouwd. Vanaf het moment van herijking resteert een opgave van 3.260 woningen tot 2030. In de herijkte woondeal is onder andere het woningbouwprogramma voor de Spoorzone uitgebreid van 1.000 naar 1.300 woningen. Op dit moment werkt de gemeente aan een woningbouwportefeuille van circa 4.500 tot 5.000 woningen, verspreid over verschillende lopende projecten. Hoewel de inzet is om zoveel mogelijk van deze woningen vóór 2030 te realiseren, wordt in deze visie uitgegaan van de resterende 3.260 woningen als uitgangspunt.

Ook voor de periode ná 2030, tot circa 2050, blijft woningbouw een prioriteit. Van de regionale ambities, het bouwen van 69.000 woningen, mag ook van Almelo een substantiële bijdrage worden verwacht. In de startnotitie van de omgevingsvisie (contourennotitie) wordt vooralsnog uitgegaan van een bijdrage van nog eens 10.000 woningen. Dit aantal kan mogelijk nog worden verhoogd in de Regionale ontwikkelstrategie (ROS), die momenteel in ontwikkeling is. Voor een deel van deze opgave zijn al plannen in voorbereiding; concreet wordt voor circa 2.800 woningen momenteel planvorming uitgewerkt. Indien deze woningen worden gerealiseerd, betekent dit dat het inwonertal in Almelo groeit tot **87.000 inwoners**. Indien de volledige woningbouwambitie van circa 10.000 woningen wordt gerealiseerd, zal het aantal inwoners in Almelo tegen 2050 stijgen tot circa 102.000 inwoners. De wijze waarop deze groei zal worden gerealiseerd en daarmee ook de locaties voor deze groei, zijn nog niet bekend, maar de reeds bekende plannen zijn opge-



Figuur 6: Overzicht woningbouwplannen hard en zacht in de gemeente Almelo

nomen in de figuur hiernaast. In de verdere analyse wordt rekening gehouden met deze drie scenario's op basis van de genoemde inwoneraantallen.

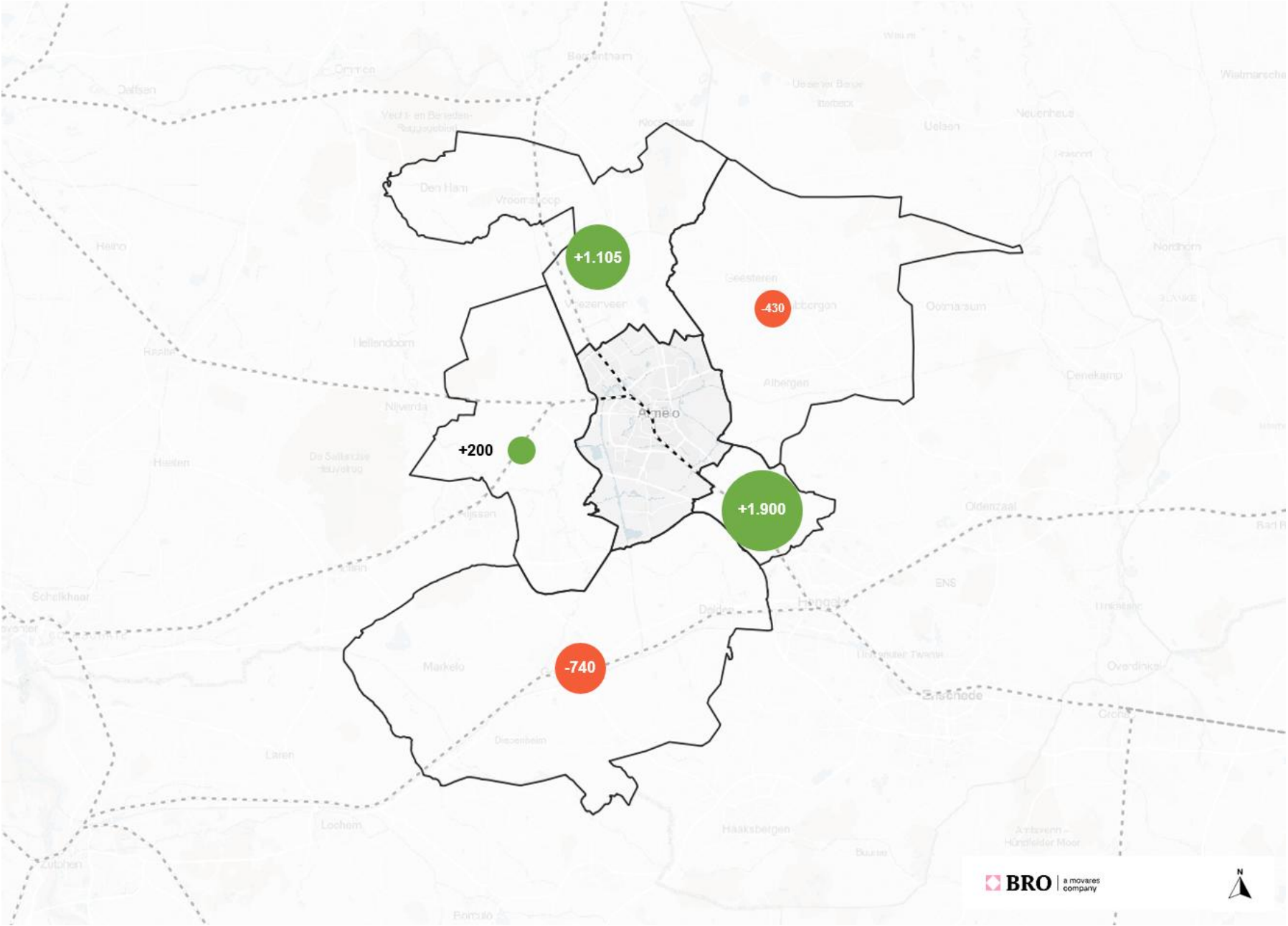
3.2 Woningbouwplannen Almelo nader bekeken

Figuur 6 laat de totale woningbouwplannen per buurt zien. Het betreft de totale woningbouwplannen (hard en zacht). In **bijlage 3** zijn nog meer feiten en cijfers opgenomen ten aanzien van de demografie en ontwikkeling evenals de Whize doelgroepen. Samengevat zijn de belangrijkste woningbouwplannen als volgt:

- De meeste nieuwe woningen in de gemeente Almelo worden beoogd in de **Spoorzone**, hier wordt ingezet op circa 1.300 woningen. Het betreft zowel appartementen als grondgebonden woningen (50/50) in verschillende prijsklassen. De Spoorzone bestaat uit vier verschillende deelgebieden: Achter de Molen, Kerkelanden, het Stationsgebied en de Westerdok.
- Ook aan de Noordkant van Almelo wordt gekeken naar een nieuwe wijk: **Aalanderveld**. Het gaat hier om ca. 1.000 nieuwe woningen tot 2030, maar daarna zijn er plannen om het gebied verder uit te breiden met nog eens 2.000 extra woningen. De exacte locaties van de woningbouwambities zijn nog niet bekend.
- In de overige wijken in Almelo zijn de woningbouwplannen meer kleinschalig van aard. Per saldo telt dit echter toch significant mee, er is sprake van duidelijke groei.

3.3 Woningbouwplannen omgeving Almelo

Ook in de omliggende gemeenten stijgt het aantal inwoners. Met name in de gemeenten Twenterand en Borne wordt een stijging van het aantal inwoners verwacht. Een toename van het aantal inwoners in de buurgemeenten biedt ook kansen voor de gemeente Almelo. Zoals uit de analyse blijkt, is sprake van substantiële toevloeiing in alle sectoren. Meerdere winkelgebieden profiteren hiervan, zoals de binnenstad, de Lifestyle Boulevard en winkelcentrum de Schelfhorst.



Figuur 7: Ontwikkeling bevolking in 2035 in de buurgemeenten. Gebaseerd op Primos Online (2024) en woningbouwplannen gemeente Twenterand.

4 Trends

In dit hoofdstuk zijn de belangrijkste trends in de detailhandel en voor winkelgebieden opgenomen. Landelijke trends (in de infographics) zijn vertaald naar de context en betekenis voor Almelo, met een scope tot circa 2035.



4.1 Trends van toepassing op Almelo

4.1.1 Supermarkten staan economisch onder druk

Schaalvergroting van supermarkten zet zich nog steeds door. Supermarkten worden steeds groter, maar hebben ook een groter economisch draagvlak nodig. Dit betekent dat kleinere supermarkten met een kleiner verzorgingsgebied, op buurt- en dorpsniveau steeds meer economisch onder druk staan. Met name de laatste jaren hebben supermarkten te maken met stijgende kosten (lonen, huur, energie, inkoop) en dalend volume omzet (minder bestedingen door de consument en door het wegvallen van de verkoop van tabak). Dit maakt dat supermarktontwikkelingen niet langer vanzelfsprekend zijn. De dagelijkse speciaalzaken hebben ook te maken met stijgende kosten, maar weten de bestedingen van consumenten toch redelijk goed aan zich te binden. Dit onderstreept het bestaansrecht van de speciaalzaken en kleinere ondernemers die nog steeds voorzien in een behoefte.

4.1.2 Randvoorwaarden steeds belangrijker

Koopstromenonderzoek toont aan dat de consument voor frequent benodigde artikelen, zoals de dagelijkse boodschappen, steeds meer behoefte heeft aan gemak en efficiëntie. Dit betekent dat de ruimtelijke randvoorwaarden op orde moeten zijn.

- **Maatvoering supermarkt:** de consument wil alles binnen handbereik hebben in de supermarkt. Een moderne maatvoering voor een fullservice supermarkt is doorgaans 1.400 tot 1.600 m² wvo. Voor discounters ligt dit tussen de 1.000 en 1.500 m² wvo.
- **Parkeren en bereikbaarheid:** makkelijk, ruim én gratis parkeren draagt bij aan gemak en efficiëntie. Zeker in de situatie dat bepaalde buurt- of wijkcentra beperkt parkeren en/of betaald parkeren hebben, maakt dat consumenten snel uitwijken naar het gemakkelijkere alternatief. Ook de ligging heeft invloed op het functioneren.
- **Compact, compleet en comfortabel:** boodschappencentra functioneren het beste als alle voorzieningen vanaf de parkeerplaats zichtbaar zijn en in elkaars nabijheid. Dit bevordert combinatiebezoek wat goed is voor zowel de consument als de ondernemers.



Ouderen besteden gemiddeld veel tijd aan eten en drinken



à 1.400 m² is een gangbare maat voor een discountsupermarkt



Is een gangbare maat voor een fullservice supermarkt



Het aantal individuele klanten dat hun boodschappen online doet sinds 2018 verviervoudigd



Opkomst van kleine city- en doelgroep supermarkten



Consumenten hebben behoefte aan ruime supermarkten met groot assortiment

Algemene trends bij supermarkten

BRO Ruimte. Mensen. Toekomst.

Figuur 8: Trends boodschappen doen.

4.1.3 Nieuwe laag in de boodschappenhiërarchie

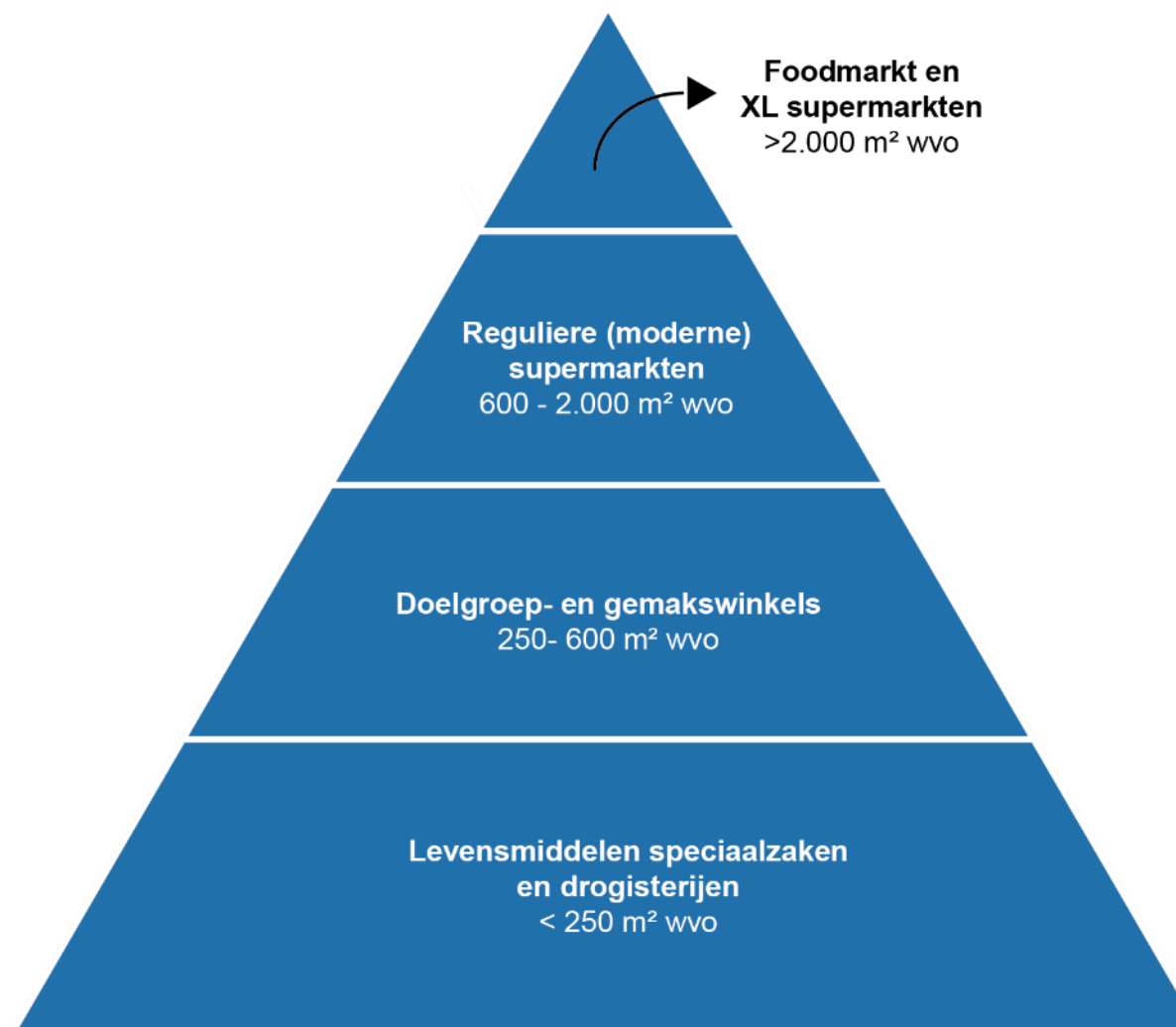
De vorige twee paragrafen hebben betrekking op 'reguliere' supermarkten. De boodschappenstructuur omvat echter veel meer dan alleen reguliere supermarkten. In feite is sprake van een boodschappenpiramide, die ook gebruikt kan worden om functies (juridisch) te definiëren. Maatvoering is daarbij (juridisch) leidend.

- Onderaan de piramide zitten de **levensmiddelen speciaalzaken** en **drogisterijen**. Deze functioneren op het laagste schaalniveau met een klein verzorgingsgebied. Dit aanbod krimpt, mede omdat supermarkten steeds groter worden en dit assortiment vanuit gemak ook daar te koop is. Desalniettemin houden speciaalzaken duidelijk toegevoegde waarde ten opzichte van reguliere supermarkten.
- **Doelgroep- en gemakswinkels** zijn de laatste jaren sterk in aandeel gegroeid. Deze winkels zijn groter dan speciaalzaken, maar kleiner dan reguliere supermarkten. Het assortiment richt zich vaak op één specifieke doelgroep of gemak. Denk aan de Poolse of Turkse supermarkt, de biologische supermarkt of de Toko.
- **Reguliere (moderne) supermarkten** zijn winkels vanaf 600 m² wvo, maar hebben tegenwoordig al snel meer oppervlak nodig (zie paragraaf 5.1.2). De schaalvergroting zet naar verwachting ook de komende jaren door. Bovendien zullen er in supermarktland nog diverse overnames en fusies plaats gaan vinden.
- **De Foodmarkten en XL supermarkten** zijn meestal alleen aanwezig in grote stedelijke gemeenten. Ze hebben een sterk bovenwijkse aantrekkingskracht. Een dergelijke winkel is niet aanwezig in Almelo.

4.1.4 Afhaal- en bezorgeconomie

Door online is sprake van een sterke groei van de afhaal- en bezorgeconomie. Dit uit zich in zowel winkels, horeca als diensten die naast een fysieke vestiging ook aan bezorging en afhalen doen. Deze vermenging van online en fysiek zal steeds vaker voorkomen en heeft een duidelijke ruimtelijke impact. Denk aan effecten op het gebied van verkeer, veiligheid, kwaliteit en functiediversiteit.

Piramide van boodschappen aanbod



Figuur 9: Piramide van boodschappen aanbod

- Flitsbezorgers hebben toch niet zo'n sterke groei doorgemaakt als eerder verwacht. Getir en Gorilla's zijn inmiddels helemaal verdwenen uit Nederland. In Almelo heeft alleen Flink nog een boodschappendienst, vanuit vier fysieke kleinschalige distributiecentra in winkelgebieden verspreid over de stad.
- Picnic en diverse bestaande supermarkten blijven boodschappen thuisbezorgen. Het is echter maar de vraag of deze diensten bestaansrecht hebben. Er wordt immers geen winst gemaakt. Reguliere supermarkten beschouwen het vooral als service. Inmiddels zijn er signalen dat sommige supermarkten de keuze maken te stoppen met online boodschappen bezorgen.
- Pakket afhaalpunten blijven belangrijk en nemen waarschijnlijk in aantal verder toe, vergelijkbaar met het aandeel online kooporiëntatie. Meer concentratie van pakketdiensten op statische en goed bereikbare locaties is vanuit het perspectief van de consument belangrijk. Momenteel is sprake van versnippering van afhaalpunten van verschillende diensten, zoals Post-NL, DPD, UPS, DHL, etc. Pakket afhaal- en bezorgmuren kunnen een antwoord zijn.

4.1.5 Winkels komen en gaan

Berichtgeving over de detailhandel is vaak eenzijdig. Vaak komen faillissementen groot in het nieuws, terwijl nieuwe vestigingen of formules nauwelijks in beeld zijn. Er zullen in de toekomst winkels verdwijnen, maar er komen ook nieuwe winkels voor terug. Per saldo verwachten we voor Almelo echter een verdere krimp (zie hoofdstuk 6) van het recreatieve winkelaanbod, maar een groei van het dagelijkse winkelaanbod. Het doelgerichte winkelaanbod blijft naar verwachting stabiel en wordt versterkt met de komst van Hornbach.

4.1.6 Functiemix wordt groter, maar soms ook eenzijdiger

Voor het centrum van Almelo geldt dat de functiemix alleen maar groter wordt. Hoewel winkelen het belangrijkste bezoekmotief zal blijven, worden ook andere motieven steeds belangrijker. Denk aan wonen, werken,

Verdwenen uit het straatbeeld...



Nieuw in het straatbeeld



evenementen en het bezoeken van cultuur, diensten en maatschappelijke voorzieningen. Op buurt- en wijkniveau zal dit in sommige gevallen, maar dan op kleinere schaal, ook aan de orde zijn. Toch wordt het bezoekmotief ook eenzijdiger. Daar draait het in de toekomst vooral om de dagelijkse boodschappen. Het is van belang dat deze centra op het laagste niveau in de hiërarchie ruimtelijk en functioneel zijn ingericht op gemak en efficiënt boodschappen doen, eventueel in combinatie met afhalen/brengen pakketje, een bezoek aan de kapper of de cafetaria.

4.1.7 Meer blending

Ondernemers moeten kunnen ondernemen. Dit betekent dat eendimensionale verkoopkanalen soms verbreed moeten worden om meer waarde te creëren. Sommige winkels kiezen ervoor naast de fysieke winkel een webshop te openen, anderen kiezen ervoor ook horeca toe te voegen en/of diensten aan te bieden. Het combineren van activiteiten noemen wij ‘blending’. De term ‘blurring’ is daar onderdeel van, maar ziet uitsluitend op het vermengen van detailhandel met horeca (en alcohol). In dit laatste geval is de Alcoholwet van toepassing. Deze wet stelt dat geen alcohol mag worden geschonken aan bezoekers in de winkel. Dit moet in een aparte ruimte en via een aparte vergunning.

Op de volgende pagina zijn enkele voorbeelden van dit soort concepten weergegeven. Vaak wordt een combinatie gemaakt met horeca zoals een wasserette met bar, boekhandel waar men ook iets kan drinken of een kinderkleding winkel waar de kinderen ook kunnen spelen en ouders kunnen genieten van een drankje. Ook wordt er steeds meer ingespeeld op ruimtes waar men samen kan komen of activiteiten kan ondernemen zoals de gamewinkel met een ruimte waar men samen kan komen om spelletjes te spelen of de atelierruimte van My Jewellery.



Figuur 10: Trends in recreatief winkelen.



Een wasserette-bar in Nijmegen.



Arnhems Boeken Café.



De Esports Game Arena in Alphen aan den Rijn.



My Jewellery atelier.



Koffie en Kloffies Breda.



Coffeelab in 's-Hertogenbosch.

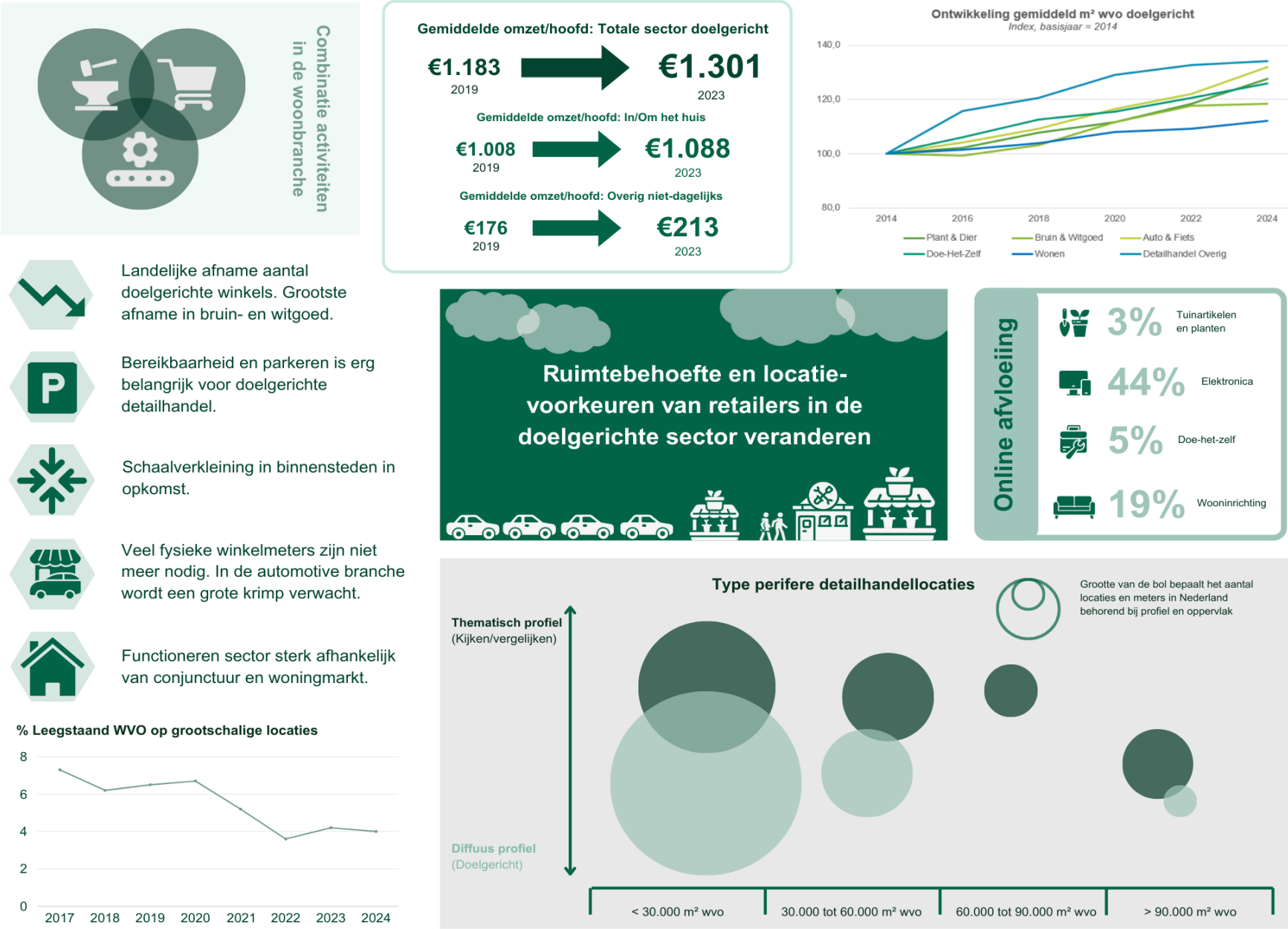
4.1.8 Belang van mobiliteit in relatie tot detailhandel

In Almelo zijn diverse plannen en ambities voor verdere verdichting van de stad. Meer inwoners, meer woningen en meer functiemix, betekent dat de mobiliteit van mensen toeneemt. Dit zet druk op de bereikbaarheid van de voorzieningen. Het belang van te voet, te fiets en het openbaar vervoer neemt toe. Tegelijkertijd komt men voor specifieke doelgerichte aankopen of vanuit de regio vooral met de auto. Dit zal ook in de toekomst zo blijven. Bereikbaarheid van winkelgebieden is één van de belangrijkste voorwaarden voor een goed functionerend winkelaanbod. In de mobiliteitsmix zal de auto, naast andere modaliteiten, ook in de toekomst een belangrijke rol blijven spelen voor de winkelgebieden. Bij verdichting en nieuwe plannen dient daar rekening mee gehouden te worden.

4.1.9 Succes van doelgericht winkelen

Mede door de sterke woningmarkt, de woningbouw en verhuisbewegingen functioneren woonboulevards en retailparken in algemene zin bijzonder goed. De leegstand is op veel locaties in Nederland beperkt en onder frictieniveau (<5%). Vooral winkels in de woonbranche doen het al jaren bijzonder goed, zoals meubelwinkels, woonwarenhuizen, beddenzaken, keukenzaken, etc. In het verlengde van de woonbranche doen ook winkels in de doe-het-zelf- en tuinbranche het in algemene zin redelijk goed. Hoewel het online marktaandeel in deze sectoren de laatste jaren stijgt, blijft het aandeel van de bestedingen dat via online gaat beperkt. Dit is anders voor winkels in bruin- en witgoed. Deze winkels hebben al meer dan een decennium last van veel online concurrenten, waardoor het aantal fysieke winkels sterk is gedaald. Anderzijds is een formule zoals Coolblue sterk expansief in fysieke winkels naast de online webshop. Los van het type aanbod zijn perifere locaties succesvol vanwege de vaak goede bereikbaarheid en ruime (gratis) parkeermogelijkheden.

Woonboulevards en retailparken kunnen op twee manieren succesvol zijn. Enerzijds op basis van doelgerichte aankopen met voldoende grote



Figuur 11: Trends in doelgericht winkelen.

trekkers. Er is dan weinig samenhang tussen de winkels, maar door voldoende eigen trekkracht per winkel komen er toch genoeg klanten. Anderzijds op basis van thematisch profiel. In deze situatie is er, qua profiel, samenhang tussen de winkels en andere voorzieningen, waardoor de consument logischer kan combineren. Vaak wordt gekozen voor het thema ‘in/om het huis’.

Het feit dat de consument nog steeds veel doelgericht winkelt, betekent dat bepaalde winkels ook prima solitair kunnen functioneren, mits de bereikbaarheid en het parkeren goed is. Denk aan winkels in aanloopstraten c.q. radialen die opereren in specifieke niches. Ook winkels op bedrijventerreinen, zoals kringloopwinkels, winkels in haarden/kachels, tegelhandel en zwembaden kunnen goed functioneren. Dit laatste is vanuit het beleid op bedrijventerreinen echter niet altijd wenselijk.

4.1.10 Warenmarkten en ambulante handel

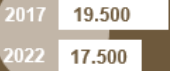
Het aantal standsplaatsen daalt, maar de verwachting is dat het de komende jaren stabiel blijft. Veel bedrijven worden overgenomen in de familie. Veel nieuwe aanwas is er niet. Bedrijven stoppen vooral als er geen opvolging is. Het economisch functioneren staat met name voor non-food standsplaatsen onder druk. De foodspeciaalzaken, zoals de vis- en groentekraam doen het goed. Er vindt echter ook verschraling plaats in kwaliteit en aantal kramen. Dit is ook in Almelo aan de orde. Het aantal kramen in de binnenstad is de laatste jaren afgenomen. Ook de kwaliteit van het aanbod staat onder druk. Standsplaatsen richten zich vaker op fastfood en minder op slowfood. Ook staat de synergie met bestaande ondernemers onder druk, vooral door de ruimtelijke opzet van de weekmarkt. Sommige ‘ruggen’ staan richting de entrees van winkels. Dit bevordert combinatiebezoek niet. De ruimtelijke situatie is echter complex vanwege de fysieke inrichting van het openbaar gebied. Verkenning van verbetering van de ruimtelijke opzet van de weekmarkt in de binnenstad is aan te bevelen met als doel betere synergie met vaste ondernemers.

Algemene trends in de Ambulante handel

Het aantal standsplaatsondernemers blijft stabiel

Waar in 2017 nog sprake was van circa 19.500 standsplaatsondernemers, bedroeg dit aantal in 2022 circa 17.500. Dit zijn zowel ondernemers op warenmarkten als losse standsplaatsen. Corona is van invloed geweest op de daling, maar sommige ondernemers hebben hier van geprofiteerd. De verwachting is dat de komende jaren het aantal ondernemers redelijk stabiel zal blijven. Binnen de sector is wel sprake van een duidelijke verschuiving. Met name het food gerelateerde aanbod is fors gestegen, terwijl non-food gerelateerde bedrijven dalen. Dit leidt op sommige plekken ook tot verdwijnen van ambulante handel. Met name textiel en kleding. Een vergelijkbare trend is zichtbaar bij regulier winkel- en horeca aanbod met leegstand in de winkelgebieden als gevolg.

Bron: KVK (2022) en Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH)



Bestedingen in ambulante handel gestegen

Tussen 2019 en 2023 is het aandeel van de bestedingen in de ambulante handel binnen de totale detailhandelsbestedingen fors gestegen. In 2019 ging 0,5% van de totale detailhandels-bestedingen naar ambulante handel, terwijl dit in 2023 op 0,8% lag. Deze groei wordt bijna volledig bepaald door bestedingen in de dagelijkse sector, namelijk van 0,6% in 2019 naar 1,4% in 2023. Verklaring is de toenemende behoefte aan verse producten, meer kwaliteit en meer (food)beleving.

Bron: Ipsos I&O, BRO en Goudappel (2024), Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2023

Economisch functioneren staat onder druk

Met name de non-food ondernemers staan onder druk als gevolg van meer online bestedingen. Voor alle ondernemers, zowel in de ambulante handel als (vaste) winkeliers en horeca ondernemers, geldt dat de kosten zijn gestegen van inkoop, energie en personeel. Verder kunnen ook duurzaamheidseisen van invloed zijn op noodzakelijke (grote) investeringen, zoals zero-emissiezones. Met schaarse vergunningen dient voldoende economisch perspectief te zijn

Bron: BRO (2024) en Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH)

Food, food en nog eens food...

Eten en drinken is het nieuwe winkelen. De Nederlandse cultuur verandert. Men eet en drinkt steeds meer buiten de deur. Het horeca aanbod is fors gestegen, met name in de fastservice sector, zoals lunchrooms, koffiezaken, afhaal/ bezorgen en fastfood. Gemak en efficiëntie vindt men belangrijk, maar het moet soms ook een beleving zijn. De ambulante handel voorziet bij uitstek in deze trends. Proeven, ruiken en beleven in de open lucht. Bovendien is het een sociale bezigheid en heeft het een ontmoetingsfunctie. Met name door het toenemende belang van biologische en duurzaam verantwoorde producten en de komst van steeds meer migratieachtergronden, verandert de Nederlandse eet- en drinkcultuur ten gunste van onder andere de ambulante handel.

Bron: BRO (2024) en Vereniging voor de Ambulante Handel (CVAH)

Complementariteit regulier winkel- en horeca aanbod vervaagt

De ambulante handel of weekmarkt is niet altijd meer de (enige) logische plek voor ambachtelijke kwaliteit tegen een lage prijs. In supermarkten is het aanbod betaalbaar versaanbod flink gestegen, met name bij discountformules zoals Aldi en Lidl. Anderzijds is de kwaliteit en omvang van standsplaatsondernemers in veel gevallen zodanig gestegen, dat het bijna volwaardige ‘winkeltjes’ of horecazaken worden. Zeker als ook sprake is van een eigen terras en overkapping, is van een duidelijke complementariteit met het reguliere (vaste) winkel- en horeca aanbod geen sprake meer.

Bron: BRO (2024) en DNTP (2018)

Belang van behoud leefbaarheid lokaal niveau

Daar waar het reguliere winkelaanbod verdwijnt, kunnen standsplaatsondernemers invulling geven aan de lokale behoefte. In gebieden waar dagelijkse voorzieningen verdwenen zijn, kan bijvoorbeeld een vis- of groentekraam een wenselijke aanvulling zijn. Zeker voor ouderen die minder mobiel zijn of op plekken waar veel traffic langs komt, zoals op werklocaties, is behoefte aan iets te eten of te drinken. Ambulante handel kan de leefbaarheid van een gebied versterken. Uiteraard kan het in relatie tot andere ruimteclaims en voorzieningen ook frictie opleveren.

Bron: Rabobank (2022) & Deloitte (2022)

Figuur 12: Trends in ambulante handel.

5 Analyse aanbod en leegstand

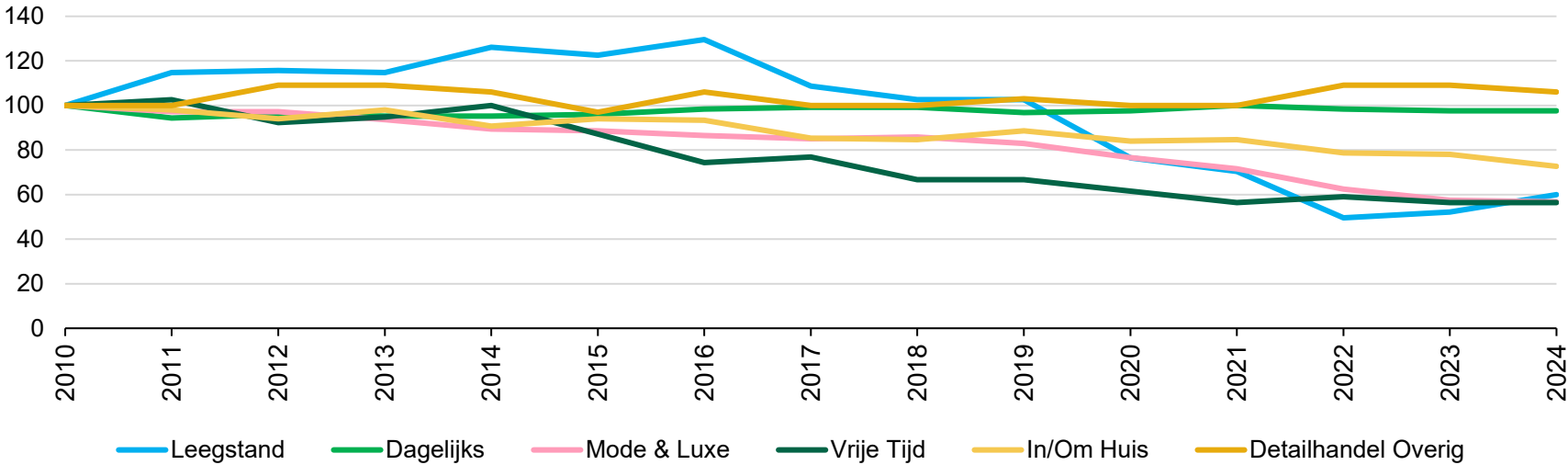
In dit hoofdstuk staat de aanbod en leegstandsanalyse op basis van Locatus centraal. We zoomen in op drie schaalniveaus, namelijk regionaalniveau, gemeenteniveau en wijk/kernniveau. Het hoofdstuk bevat de ontwikkeling van het aanbod en de leegstand door de jaren heen, verschillende benchmarks met vergelijkbare winkelgebieden in vergelijkbare stedelijke gebieden en de resultaten van het koopstromenonderzoek met betrekking tot koopgedrag. Per centrum is een SWOT opgenomen dat de belangrijkste kwaliteiten en opgaven samenvat.



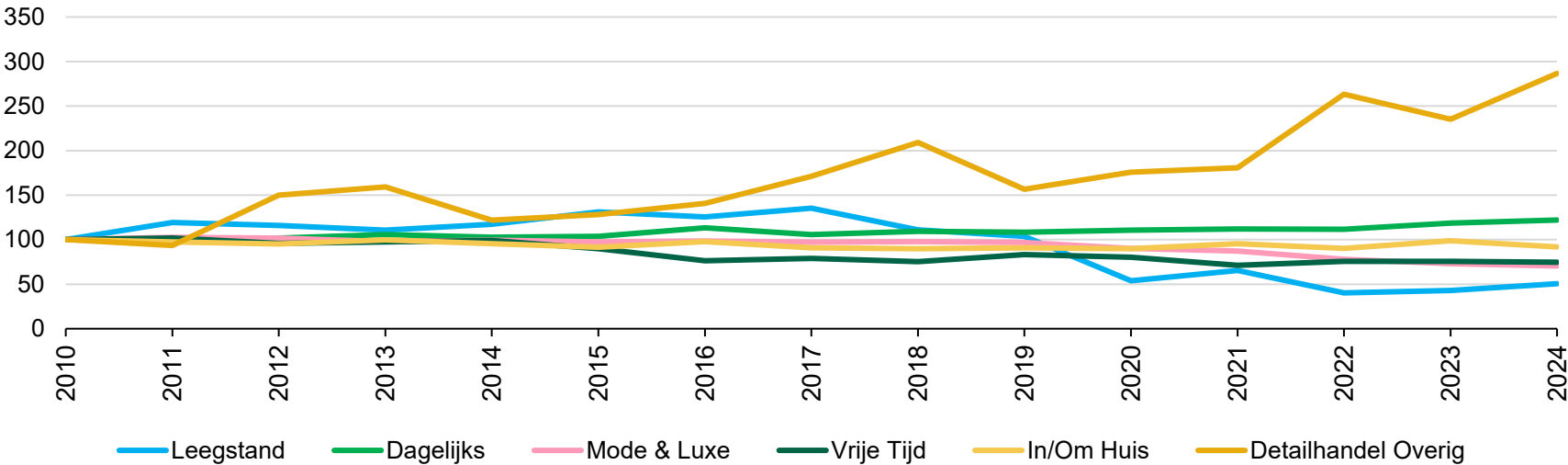
5.1 Ontwikkeling aanbod gemeente Almelo

- De **leegstand** in Almelo is de afgelopen jaren sterk afgenomen in aantallen en in winkelvloeroppervlak (wvo). Het aantal leegstaande panden is afgenomen met circa 40% ten opzichte van 2010. Dit betekent in absolute getallen een daling van circa 6.480 m² wvo. Dit komt deels door herinvulling van winkelpanden met horeca en diensten, maar ook door transformatie naar woningen. Op dit moment kent de gemeente Almelo een leegstand van 6,1% in wvo en 7,6% in aantal panden. De leegstand ligt daarmee iets boven het landelijk gemiddelde (6,7% in wvo en 5,6% in aantal panden) en provinciaal gemiddelde (5,9% in wvo en 6,5% in aantal panden).
- Het **dagelijks aanbod** in de gemeente Almelo is de afgelopen jaren in omvang (m² wvo) gestegen. Dit komt met name door de groei van het wvo. Enerzijds door de komst van nieuwe supermarkten (o.a. Butlon, Jumbo) en andere kleinere aanbieders. Anderzijds door schaalvergroting van reeds gevestigde supermarkten (o.a. Dekamarkt, Aldi). Het aantal dagelijkse voorzieningen is, ten opzichte van 2010, afgenomen met ca. 3%. Het aantal m² wvo is de afgelopen jaren toegenomen met circa 22%. Dit volgt de landelijke trend.
- Het aantal **versspeciaalzaken** (bakker, slagerij, groentewinkel, viswinkel, etc.) verschilt per jaar. In 2024 telde de gemeente Almelo 68 versspeciaalzaken. De afgelopen vier jaar is er een lichte daling van het aantal versspeciaalzaken zichtbaar. Dit volgt de landelijke trend. Het aantal **drogisterijen, apotheken en parfumerieën** blijft in de gemeente Almelo redelijk stabiel.
- Het **aanbod mode en luxe** is de afgelopen jaren qua omvang en qua aantallen afgenomen. Deze daling volgt de landelijke trend, die te maken heeft met de groei van online bestedingen en veranderd consumentengedrag. Inwoners van Almelo zijn ook in toenemende mate op Enschede georiënteerd. Er zijn in Almelo veel bekende ketens uit het straatbeeld verdwenen (H&M, Blokker, Bristol, Ziengs, Duthler etc.). Het aantal winkels daalt sneller dan het aantal m² wvo. Dit aanbod is vooral te vinden in de binnenstad, maar deels ook in de radialen, zoals de Oranjestraat en Ootmarsumsestraat.

Ontwikkeling aantal winkels en leegstand Almelo
Op indexniveau, 2010 = 100

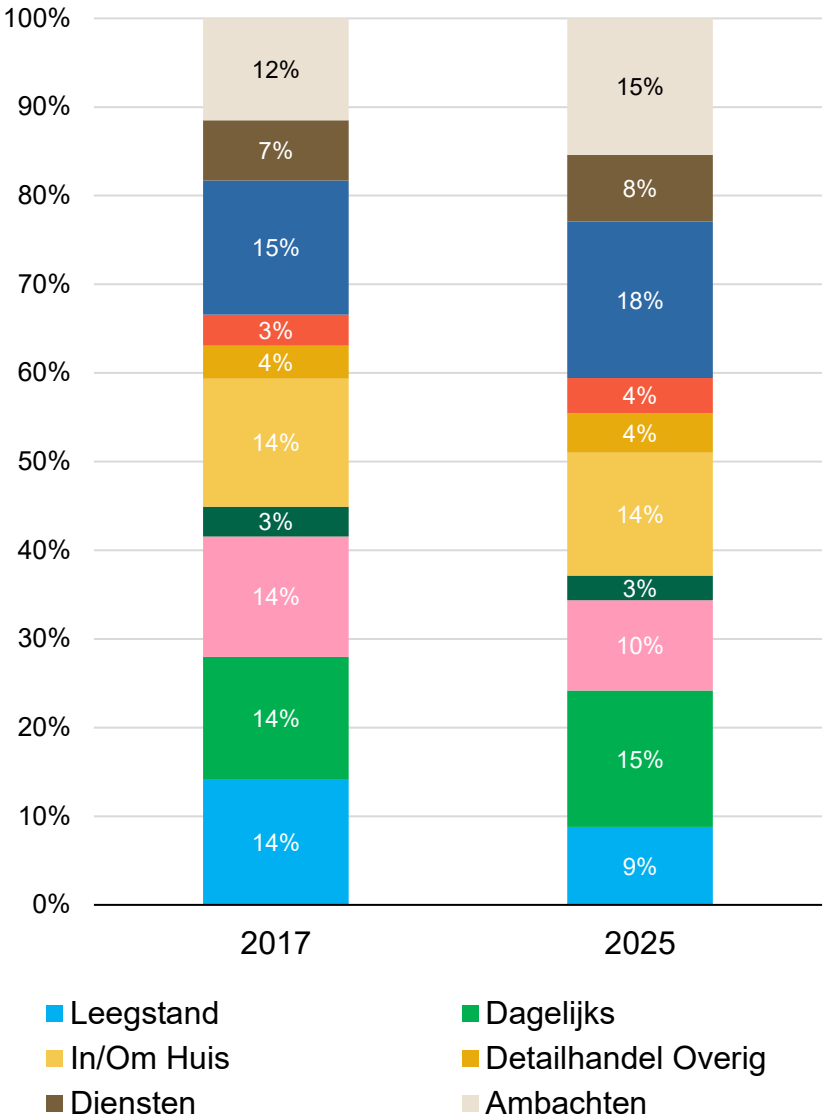


Ontwikkeling winkelvloeroppervlak detailhandel en leegstand Almelo
Op indexniveau, 2010 = 100

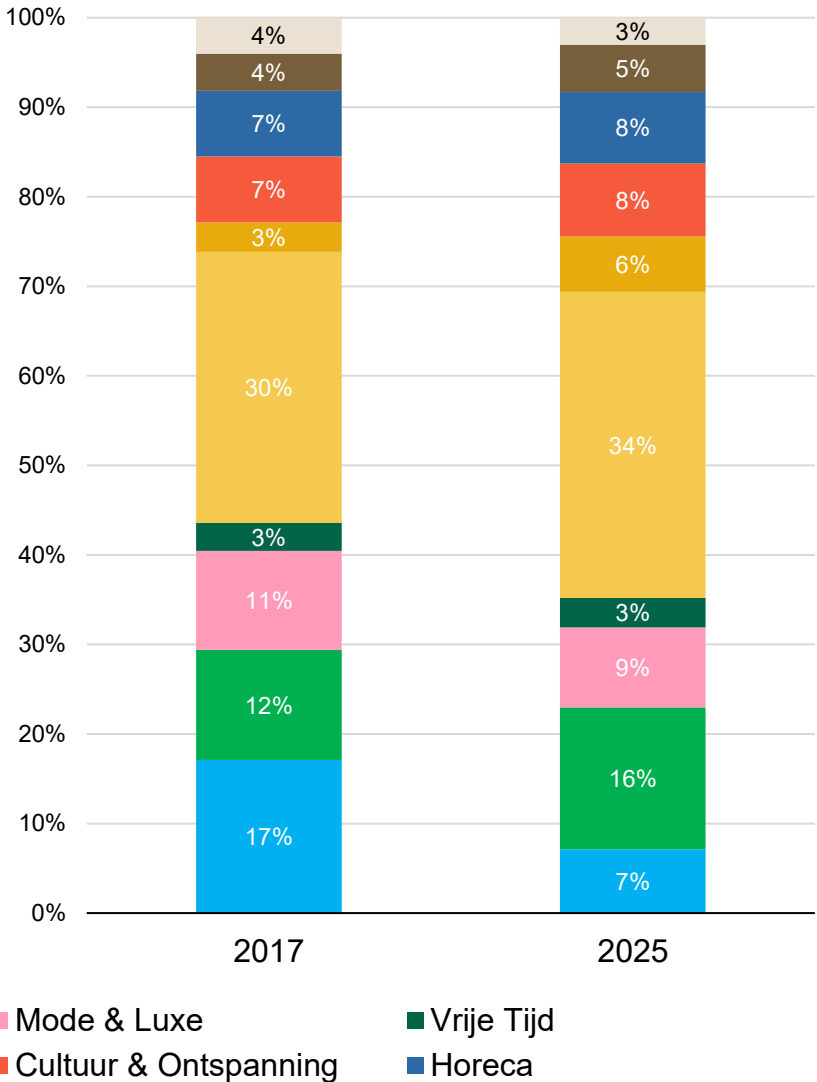


- Het **aanbod vrije tijd** is in omvang beperkt en krimpt. De sector lijdt net als de sector mode en luxe aan online aanbieders. Specifiek in dit segment bestaat ook veel afvloeiing uit Almelo naar Hengelo Plein Westermaat. Aktiesport en Bart Smit zijn inmiddels verdwenen. Tegelijkertijd hebben zich ook enkele nieuwe aanbieders in de gemeente Almelo gevestigd zoals Kamera Express (1.290 m² wvo). Dat ook deze sector onder druk staat, is zichtbaar in de ontwikkeling. Het aantal voorzieningen is met ca. 44% afgenomen. Het aantal m² wvo is met ongeveer ca. 25% afgenomen.
- Het **aanbod in/om huis** is sterk vertegenwoordigd in de gemeente Almelo als het gaat om aantal voorzieningen (14%), maar ook zeker qua oppervlak (35%). Binnen de totale functiemix van de gemeente Almelo is het aanbod (in m² wvo) in/om huis het hoogst (35%) van alle sectoren. Het aantal verkooppunten en de omvang neemt wel af in Almelo. Het aantal verkooppunten daalt een stuk sterker dan de omvang wat wijst op enige schaalvergroting. De sector is met name geconcentreerd op de Lifestyle Boulevard, maar ook buiten de winkelgebieden is aanbod gevestigd. In vergelijking met de provincie Overijssel en Nederland kent Almelo relatief veel aanbod in deze sector. Dit kan worden verklaard door de aanwezigheid van de Lifestyle Boulevard die een regiofunctie heeft voor noordwest Twente.
- Het **aanbod detailhandel overig** is beperkt in omvang en redelijk stabiel. Er zit vooral groei door de opkomst van tweedehands(kleding)winkels (zoals WAWOLLIE en Kringloop Almelo) en winkels die zich sterk focussen op kortingen/discount (Datum Voordeelshop, Prijsmepper, So Low). Tweedehands(kleding)winkels zijn voorzieningen die relatief grootschalig van aard zijn. Deze voorzieningen zijn de afgelopen jaren populairder en ook noodzakelijker geworden bij de consument. Mede door het duurzaamheidsaspect, maar ook vanuit economische noodzaak. Dit laatste is extra relevant voor inwoners in Almelo gezien de beperkte koopkracht.

Functiemix gemeente Almelo
Op basis van het aantal verkooppunten



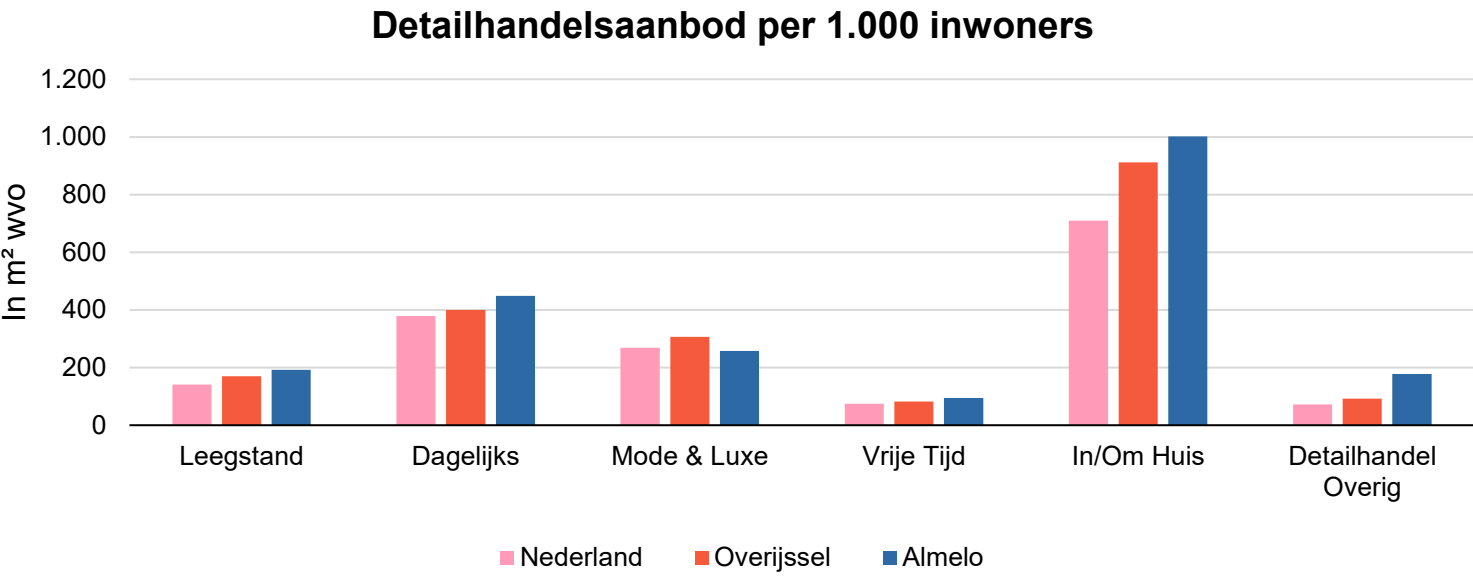
Functiemix gemeente Almelo
Op basis van winkelvloeroppervlak (m² wvo)

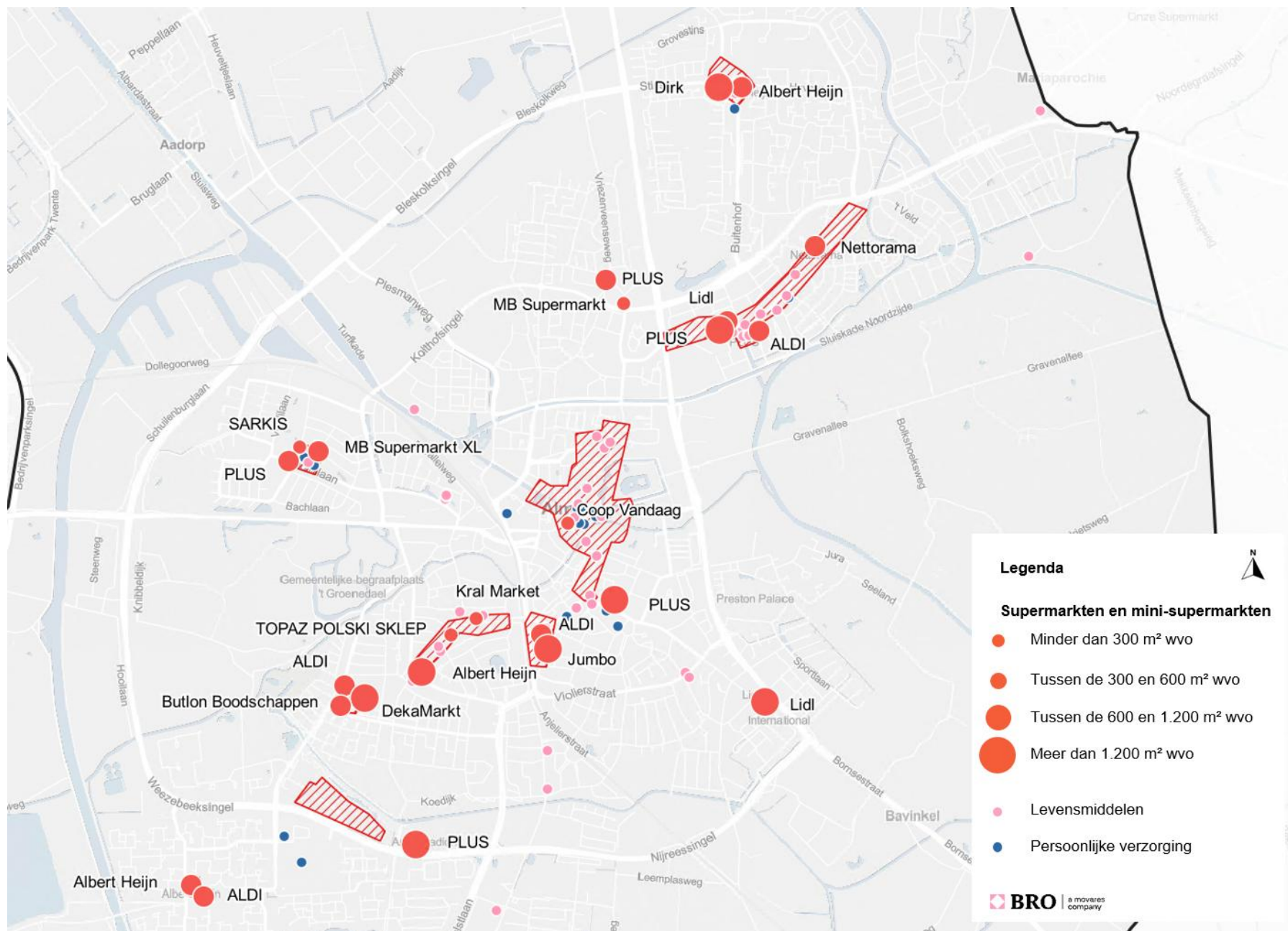


5.2 Benchmark gemeente Almelo

In deze paragraaf is het detailhandelsaanbod in Almelo vergeleken met de provincie Overijssel en Nederland. De volgende zaken vallen op:

- Almelo kent een hoger aantal m² **leegstand** per 1.000 inwoners dan Overijssel en Nederland.
- Almelo kent relatief meer **dagelijks aanbod** per 1.000 inwoners dan de provincie Overijssel en Nederland. Almelo kent 449 m² wvo dagelijks aanbod per 1.000 inwoners. Het provinciaal gemiddelde ligt op 399 m² wvo per 1.000 inwoners en het landelijk gemiddelde op 379 m² wvo per 1.000 inwoners.
- Waar al het overige aanbod boven zowel het provinciaal als landelijk gemiddelde ligt, blijft het **aanbod mode en luxe** per 1.000 inwoners iets achter. Landelijk gezien staat het mode aanbod onder druk, maar in Almelo speelt ook de concurrentie met nabijgelegen steden als Enschede en Hengelo een rol.
- Almelo heeft veel aanbod per 1.000 inwoners in de **sector in/om huis**. Dit komt mede door het aanbod op de Lifestyle Boulevard. De Lifestyle Boulevard trekt niet alleen bestedingen uit Almelo, maar ook vanuit de omliggende gemeenten zoals Twenterand en Wierden.
- Zoals besproken is in de vorige paragraaf is het aanbod **vrije tijd en detailhandel overig** beperkt aanwezig in de gemeente. Het aanbod detailhandel overig per 1.000 inwoners ligt wel een stuk hoger in Almelo. De komst van enkele grote tweedehands(kleding)winkels en budgetwinkels is hiervoor een belangrijke oorzaak.



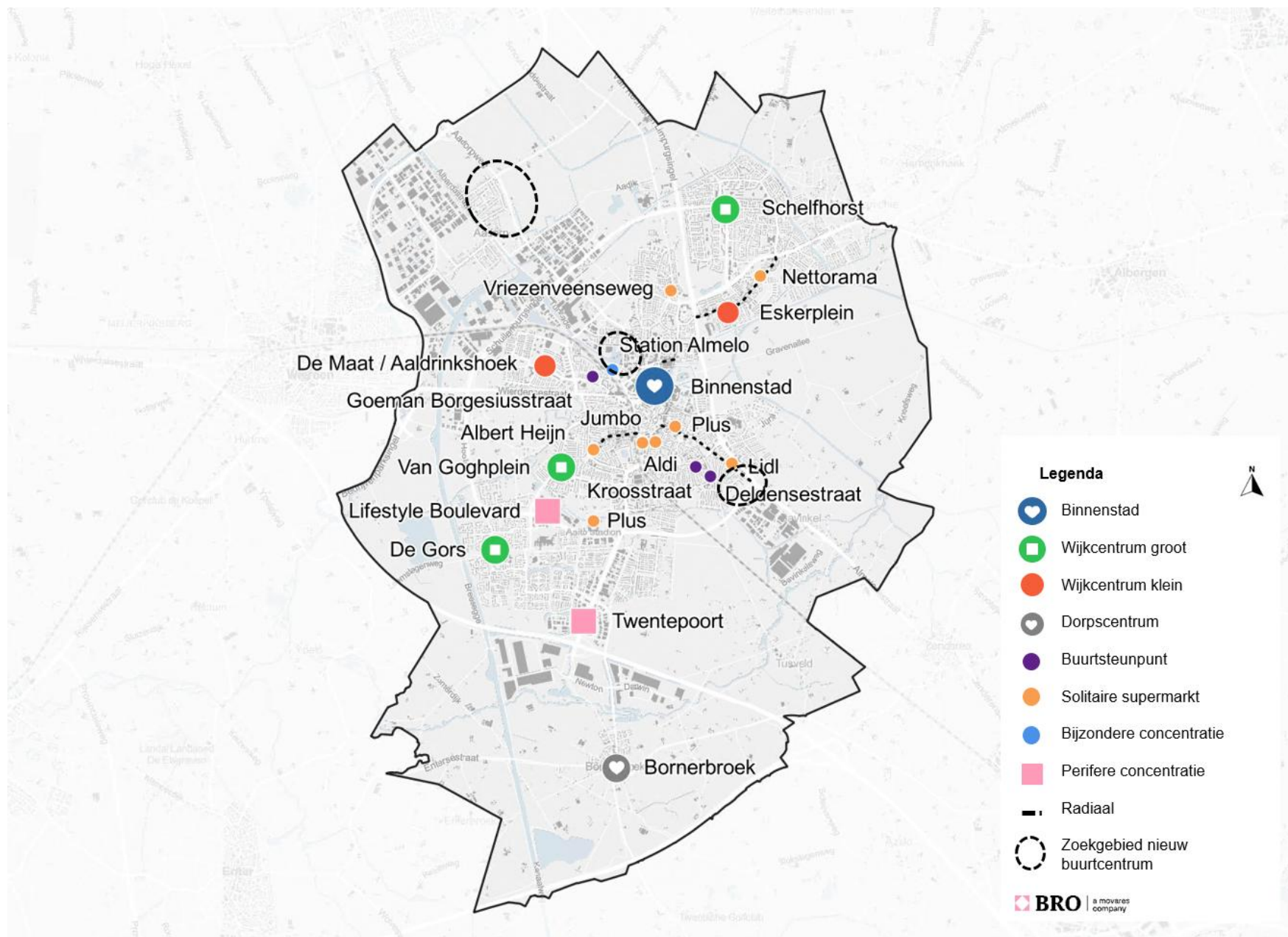


Figuur 13: Overzichtskartaal dagelijks winkelaanbod en supermarkten in de gemeente Almelo.

5.3 Voorzieningenstructuur en spreiding

In **figuur 11** zijn alle dagelijkse voorzieningen in de gemeente Almelo weergegeven. In **figuur 12** is de huidige detailhandelsstructuur (hiërarchie) weergegeven. In de factsheets per centrum (zie **bijlage 2**) is nog verder ingezoomd op het winkelaanbod binnen centrumgebieden. Het volgende valt op:

- Almelo heeft over het algemeen een evenwichtige spreiding van dagelijkse voorzieningen. De focus van de dagelijkse voorzieningen ligt echter wel op de kern Almelo. In de dorpen Bornerbroek en Aadorp is het dagelijks aanbod beperkt of ontbreekt het zelfs. Zo is in Aadorp geen dagelijks aanbod gevestigd en in Bornerbroek is alleen een bakker en wijnwinkel gevestigd. De Spar supermarkt die er tot voor kort gevestigd was, sloot begin dit jaar.
- In de huidige winkelhiërarchie wordt een onderscheid gemaakt tussen wijkcentra, buurtcentra, solitair gelegen supermarkten en solitair gevestigde supermarkten aan een winkelstraat. Ook worden twee PDV-locaties aangeduid: de Lifestyle Boulevard en Intratuin.
- De wijkcentra zijn redelijk goed en evenredig verdeeld over Almelo. De buurtcentra zijn, zoals de naam ook aangeeft, meer aanwezig centraal in de buurten en/of aan wegen met een belangrijke ontsluitingsfunctie. Het aanbod is hier beperkter.
- In het centrum van Almelo is het aantal dagelijkse voorzieningen beperkt. Dit betreft vooral zaken die in het verlengde liggen van recreatief winkelen, zoals parfumerie en chocolaterie. De huidige Coop gaat verdwijnen. De voormalige Albert Heijn locatie staat leeg. Supermarkten kunnen niet goed functioneren in het centrum, omdat de bereikbaarheid niet optimaal is en de buurt- en wijkcentra al ruim en goed bediend zijn met een gevarieerd dagelijks winkelaanbod.
- De Schelfhorst en het van Goghplein zijn de grootste wijkcentra qua aantal verkooppunten. Deze centra zijn primair gefocust op de boodschappen, maar er is ook beperkt mode aanbod gevestigd.
- In de buurt- en wijkcentra zijn naast één of twee supermarkten vaak ook enkele of diverse speciaalzaken gevestigd. Deze worden sterk als aanvulling op de supermarkt bezocht.



Figuur 14: Huidige detailhandelsstructuur in de gemeente Almelo.

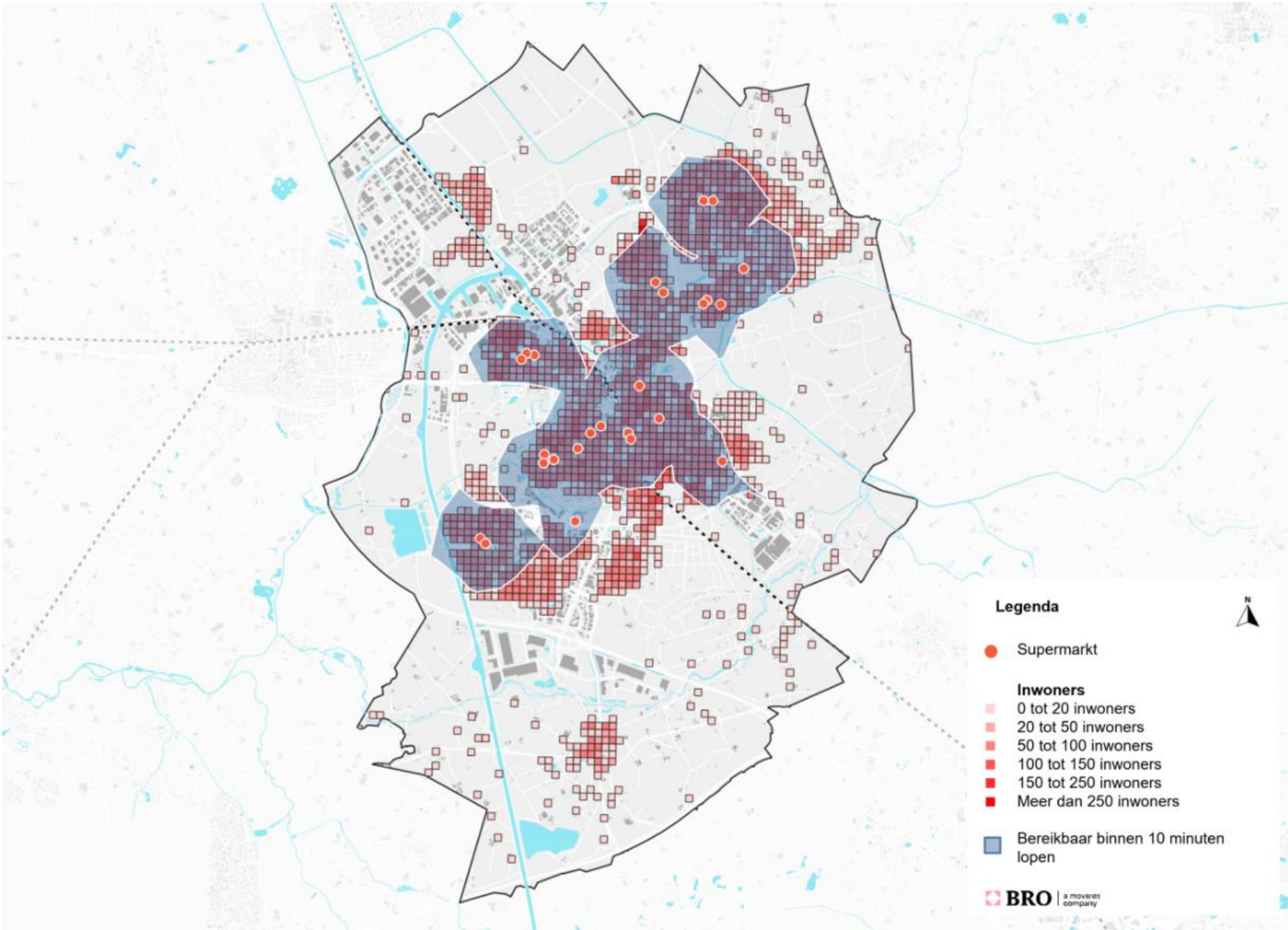
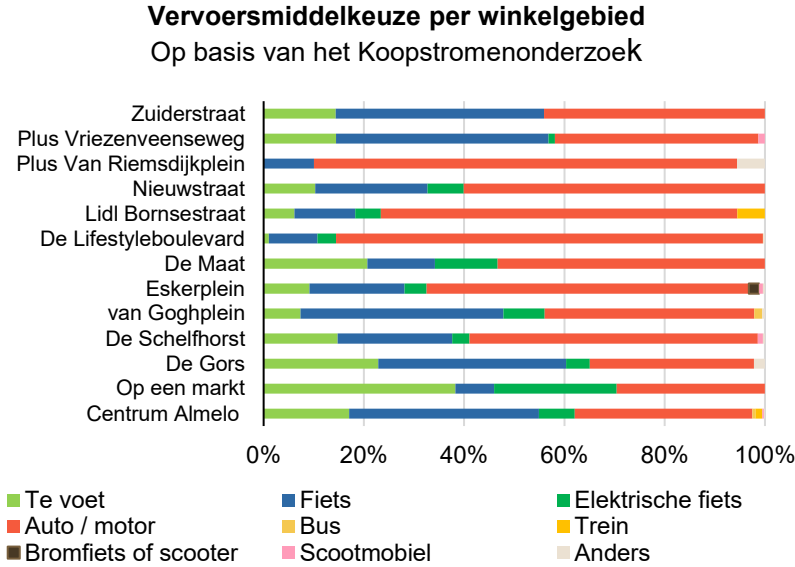
- Almelo kent ook nog enkele buurtsteunpunten, zoals de strips aan de Deldensestraat, Kroosstraat en Goeman Borgesiussstraat. Dit zijn voormalige winkelstrips waar de winkelfunctie bijna volledig verdwenen is. Wel zijn de buurtsteunpunten gevuld met andere publieksfuncties. Ze hebben een functie voor de leefbaarheid. Met name aan de Goeman Borgesiussstraat zal als onderdeel van de gebiedsontwikkeling Kerkelanden een versterking plaatsvinden. Er komt een nieuwe plint met ruimte voor publieksfuncties aan de overkant van de bestaande strip. Deze versterking kan een bijdrage leveren aan de leefbaarheid van deze buurt en kan het buurtsteunpunt meer toekomstperspectief geven. Een uitbreiding van de winkelfunctie is hier echter niet gewenst, omdat winkelcentrum De Maat het concentratiegebied is voor winkels in de wijk.
- In de gemeente Almelo zijn diverse kleinere doelgroepsupermarkten gevestigd, zoals Sakris, MB Supermarkt, Saray Market en Polski Sklep. Almelo is een aantrekkelijke gemeente voor doelgroepsupermarkten vanwege het relatief hoge aandeel inwoners met een migratieachtergrond. Ook doen de discounters het goed vanwege de beperkte koopkracht van de inwoners.
- De Lifestyle Boulevard bestaat met name uit winkels in de categorie 'in en om het huis' zoals bouwmarkten en meubelzaken. Daarnaast zijn er twee fastfoodketens gevestigd.

5.4 Dagelijkse boodschappen en reistijden

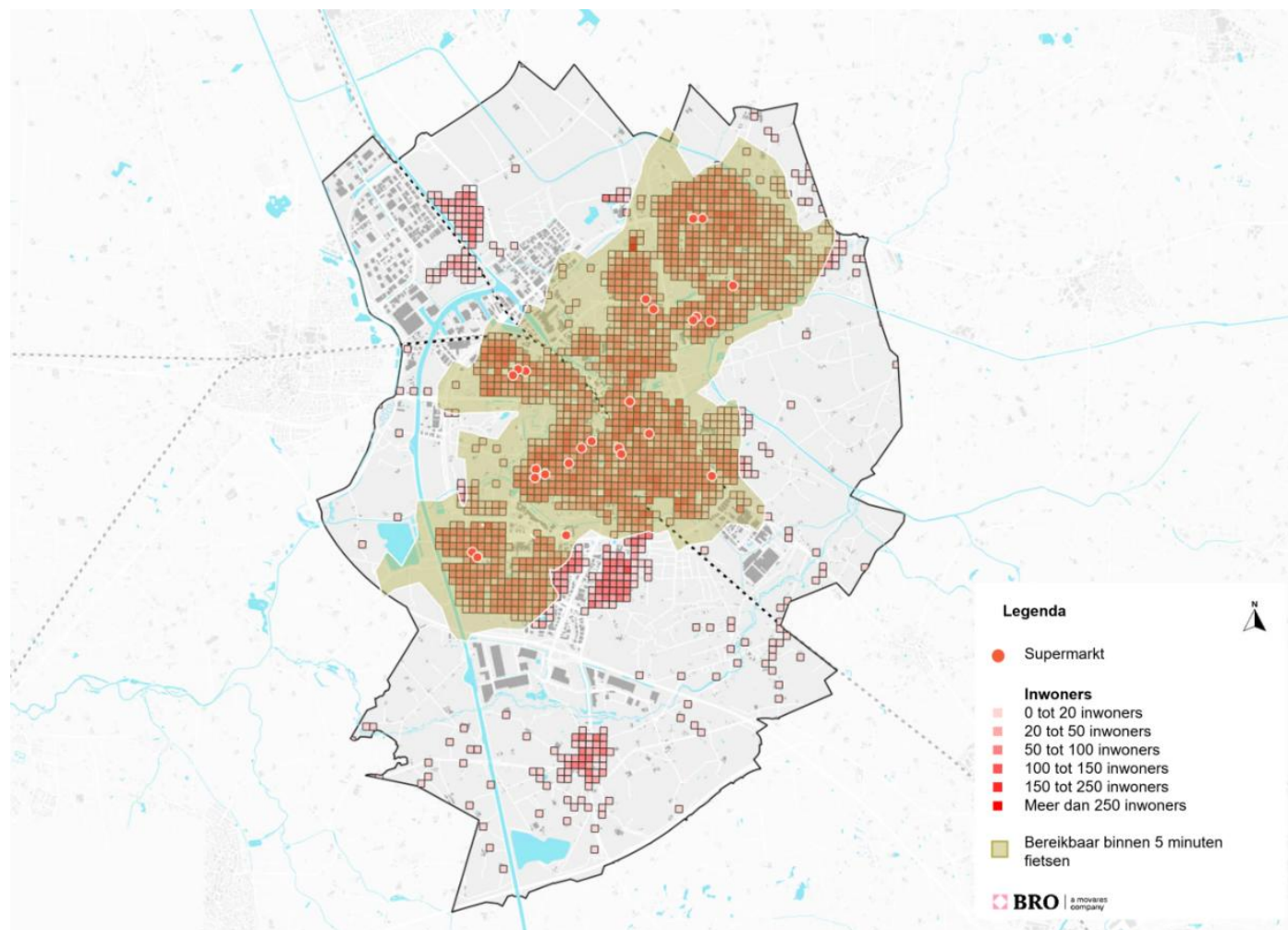
Figuur 13 geeft alle 'supermarkten' weer in de gemeente. Wij hanteren 10 minuten lopen als aanvaardbare afstand, maar dit is een arbitraire grens. Rond elke supermarkt is met een blauwe vlek de 10-min reistijd weergegeven als indicatie voor de verzorgingsstructuur en nabijheid van supermarkten. Ook de reisafstand voor de fiets en auto is weergegeven.

- Niet alle inwoners binnen de gemeente hebben binnen aanvaardbare loopafstand toegang tot een supermarkt.

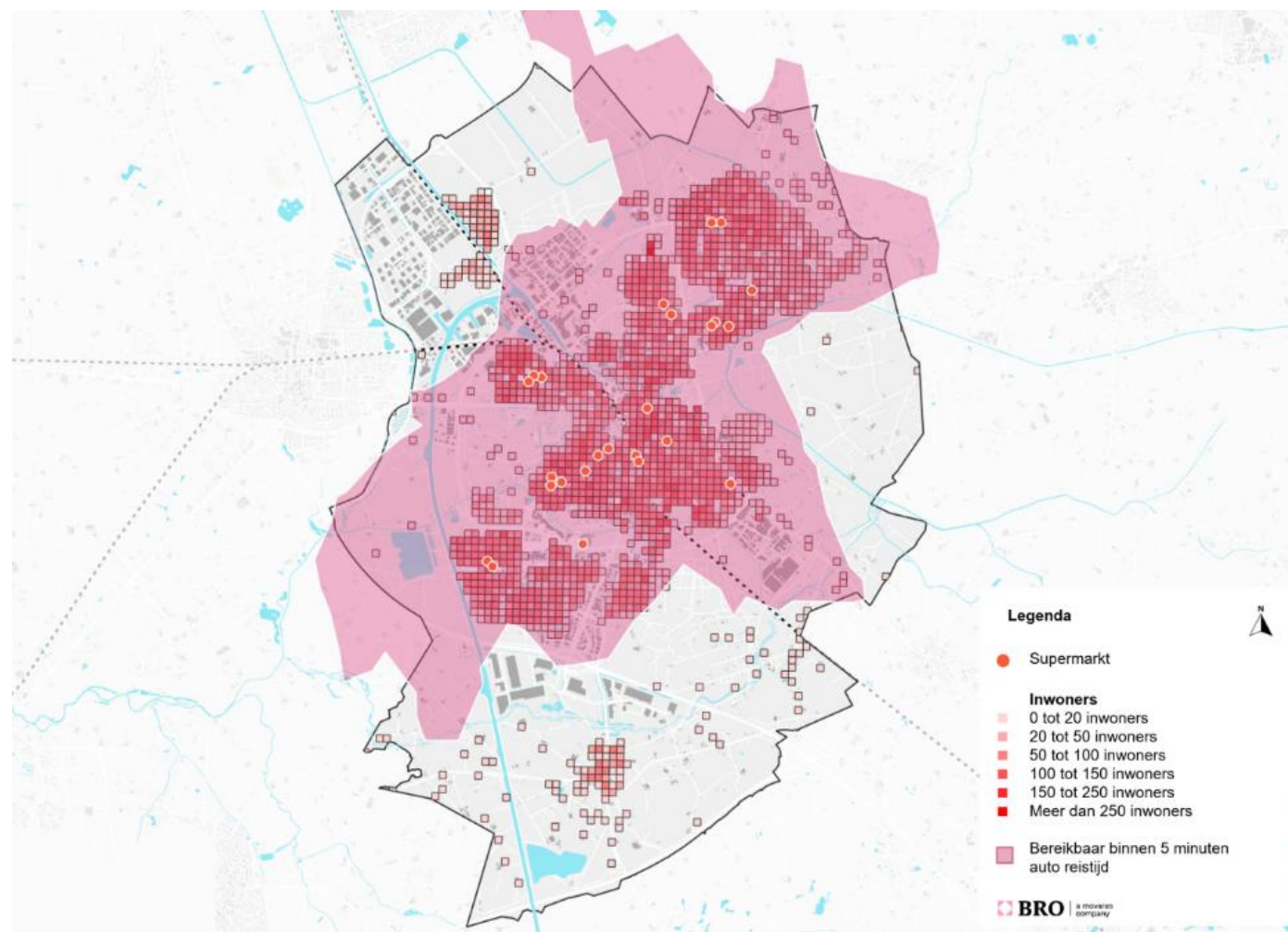
- Eerder bleek al dat in Aadorp en Bornerbroek geen supermarkt gevestigd is. Verder blijkt uit de reistijdanalyse dat inwoners in het oosten van de wijk Sluisterveld, een deel van de inwoners uit de wijk Hofkamp en een groot deel van de inwoners uit Windmolenbroek langer voor een supermarkt moeten reizen. Het gaat hier om ca. 17.200 inwoners. Vanuit het principe van dagelijkse voorzieningen dichtbij huis ligt hier een behoefte voor toevoeging van nieuw aanbod. In de behoefteanalyse verderop wordt hier verder op ingegaan.
- Als gekeken wordt naar een reisafstand van 5 minuten met de auto en fiets kan een groot deel van de inwoners een supermarkt bereiken. Alleen de inwoners van Aadorp en Bornerbroek niet.
- Opgemerkt moet worden dat supermarkten steeds meer economisch draagvlak nodig hebben om te kunnen functioneren. Het is daardoor niet realistisch uit te gaan van het feit dat in deze ‘witte vlekken’ supermarkten zullen vestigen.
- In de figuur hieronder is, op basis van de resultaten van het Koopstromenonderzoek, de vervoersmiddelkeuze per winkelgebied inzichtelijk gemaakt. Type winkelaanbod, de grootte van het verzorgingsgebied, gemak en efficiëntie zijn hiervoor vaak bepalend.



Figuur 15a: Overzichtskaart ligging supermarkten in relatie tot de reistijd.



Figuur 15b: Overzichtskaart ligging supermarkten binnen 5 minuten reistijd per fiets.



Figuur 15c: Overzichtskaart ligging supermarkten binnen 5 minuten reistijd met de auto.

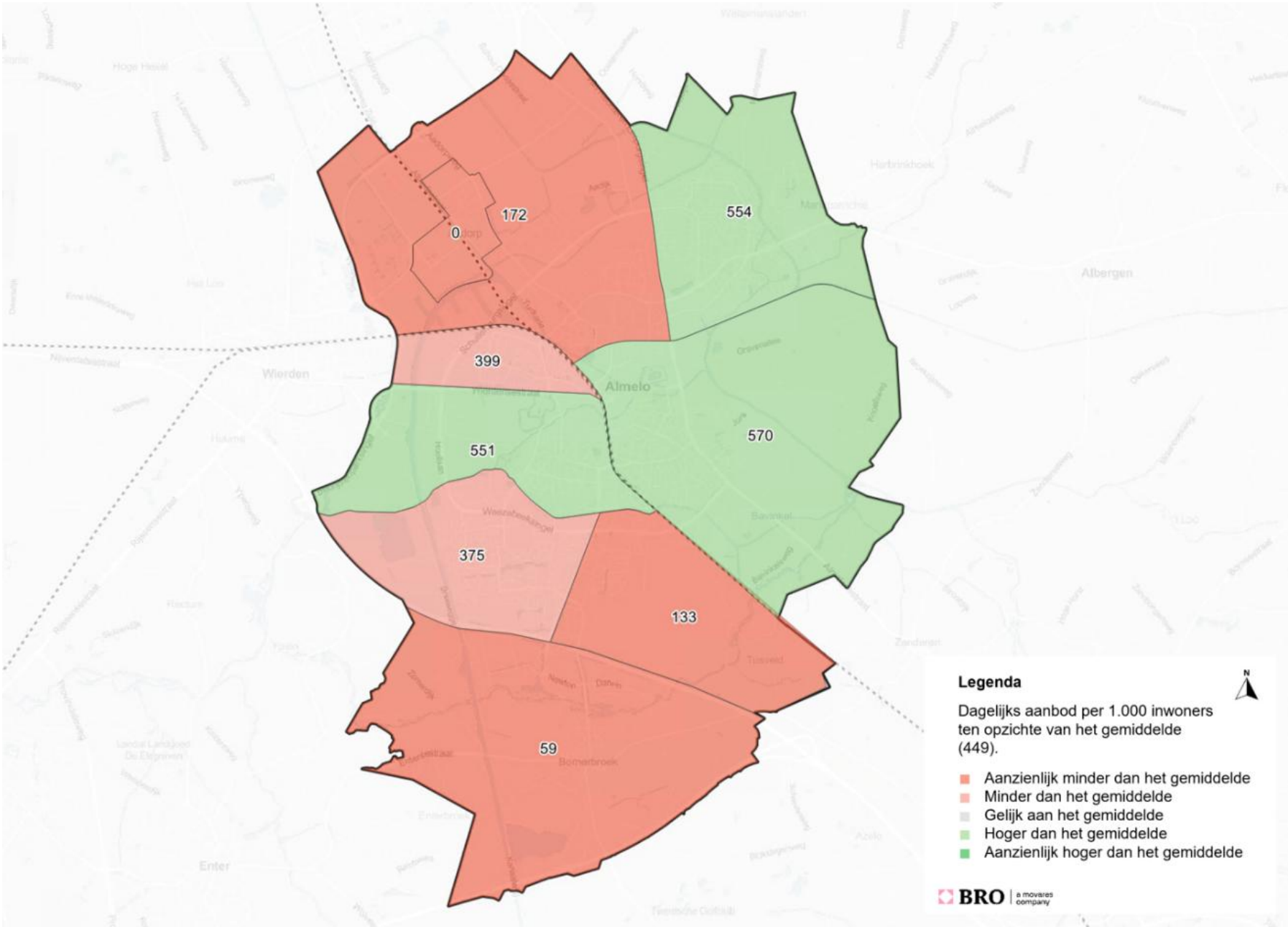
5.5 Dagelijks winkelaanbod per wijk

Figuur 14 geeft het dagelijkse aanbod in vierkante meters wvo per 1.000 inwoners weer. Het getal in de wijk laat het daadwerkelijk aanbod m² wvo per 1.000 inwoners zien. De kleur vergelijkt het aanbod per 1.000 inwoners met het gemiddelde in Almelo.

- Het gemiddelde aanbod per 1.000 inwoners voor het dagelijks winkelaanbod is 449 m² wvo per 1.000 inwoners. Hiermee ligt het dagelijks winkelaanbod per 1.000 inwoners fors boven het landelijk gemiddelde van 384 m² wvo per 1.000 inwoners.
- Er zijn grote verschillen per gebied. In het gebied met onder andere de wijken Hofkamp, de Riet en de binnenstad is relatief veel dagelijks winkelaanbod per 1.000 inwoners. Ditzelfde geldt voor het gebied ten westen van de binnenstad (Nieuwstraat-kwartier, Ossenkoppelerhoek en de Wierdense Hoek) en het gebied waarin de wijken Schelfhorst en Sluitersveld vallen. In deze gebieden zijn verschillende grotere winkelclusters gelegen waardoor het winkelaanbod per 1.000 inwoners een stuk hoger ligt.

5.6 Boerderijwinkels en aan huis gebonden beroep

In Almelo zijn in het landelijk gebied ook nog diverse boerderijwinkels aanwezig. Deze winkels zijn vaak kleinschalig en gericht op groente/fruit en eigen teelt, zoals asperges en aardbeien. Ook vinden als onderdeel van ‘aan huis gebonden beroep’ ook nog retailactiviteiten plaats in woonwijken. Er is geen data die dat in beeld kan brengen, maar ervaringen leren ons dat dit relatief veel voorkomt in de dienstverlening. Denk aan kappers, masseurs, nagelstudios. Vanuit de brancheorganisatie van de kappers, ANKO, wordt al jaren opgeroepen om restrictief om te gaan met het toestaan van aan huis gebonden beroepen. Deze activiteiten concurreren immers met de voorzieningen in winkelgebieden. Daardoor is sprake van oneerlijke concurrentie.

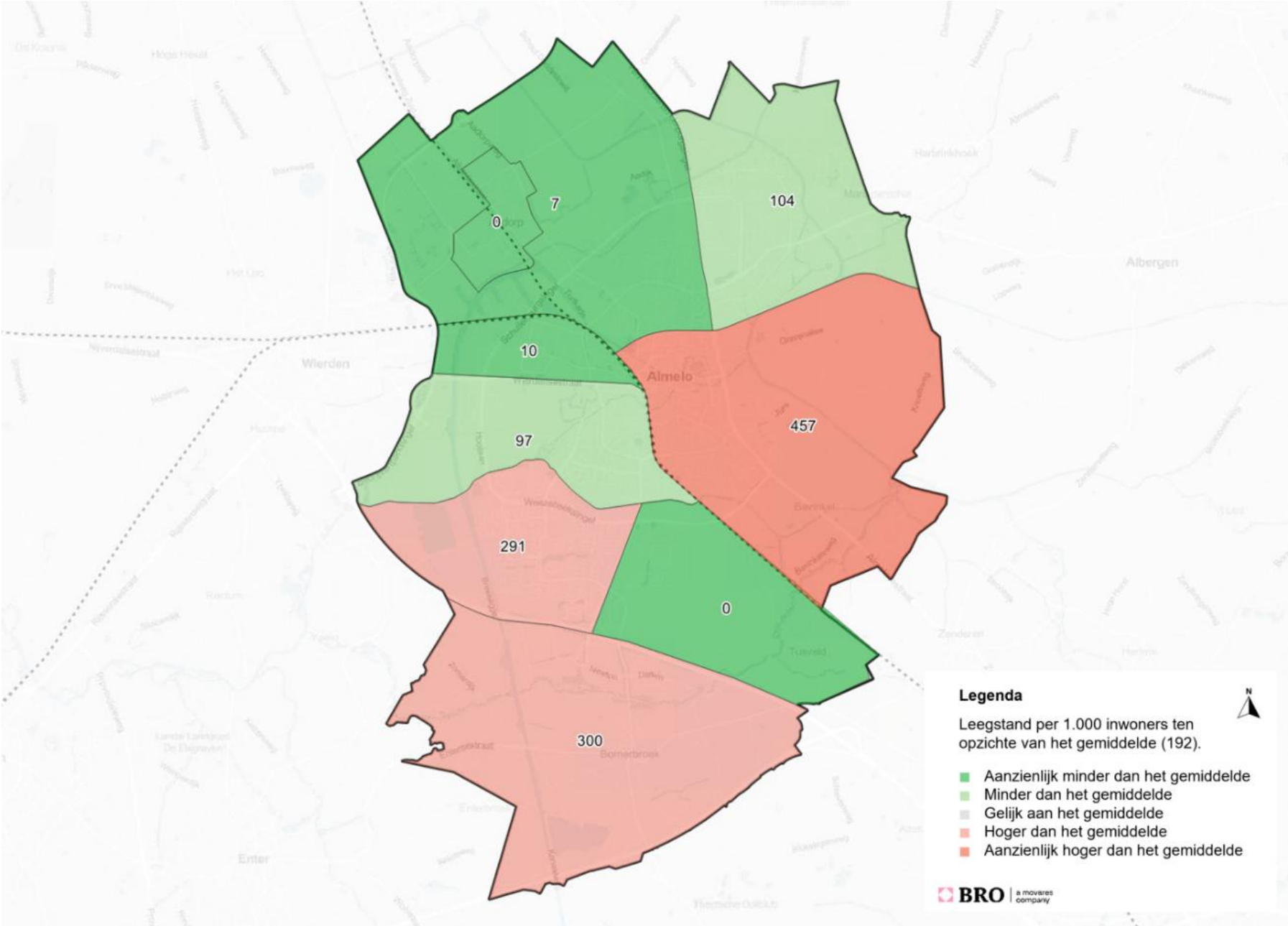


Figuur 16: Dagelijks winkelaanbod per 1.000 inwoners.

5.7 Leegstand per wijk

Figuur 15 geeft de leegstand in vierkante meters wvo per 1.000 inwoners weer. Het getal in het gebied laat de daadwerkelijke leegstand in m² wvo per 1.000 inwoners zien. De kleur vergelijkt de leegstand per 1.000 inwoners met het gemiddelde in Almelo (192 m² wvo per 1.000 inwoners). De volgende zaken vallen op:

- Het gebied waarin het centrum van Almelo gelegen is, kent de hoogste leegstand per 1.000 inwoners, respectievelijk 457 m² wvo leegstand per 1.000 inwoners. In het centrum is veel aanbod gevestigd en staan verschillende panden leeg. Dit resulteert in een hogere leegstand per 1.000 inwoners. Ook in het gebied waar de Lifestyle Boulevard is gelegen, ligt de leegstand per 1.000 inwoners boven het gemiddelde in de gemeente. Op de Lifestyle Boulevard staan momenteel een aantal grote panden van substantiële omvang leeg. Dit resulteert in een hoge waarde.
- De leegstand in het gebied Bornerbroek bedraagt 300 m² wvo per 1.000 inwoners. In het gebied staat het pand leeg waar Spar eerder gevestigd was, hiervoor is al een nieuwe invulling voor op het oog.

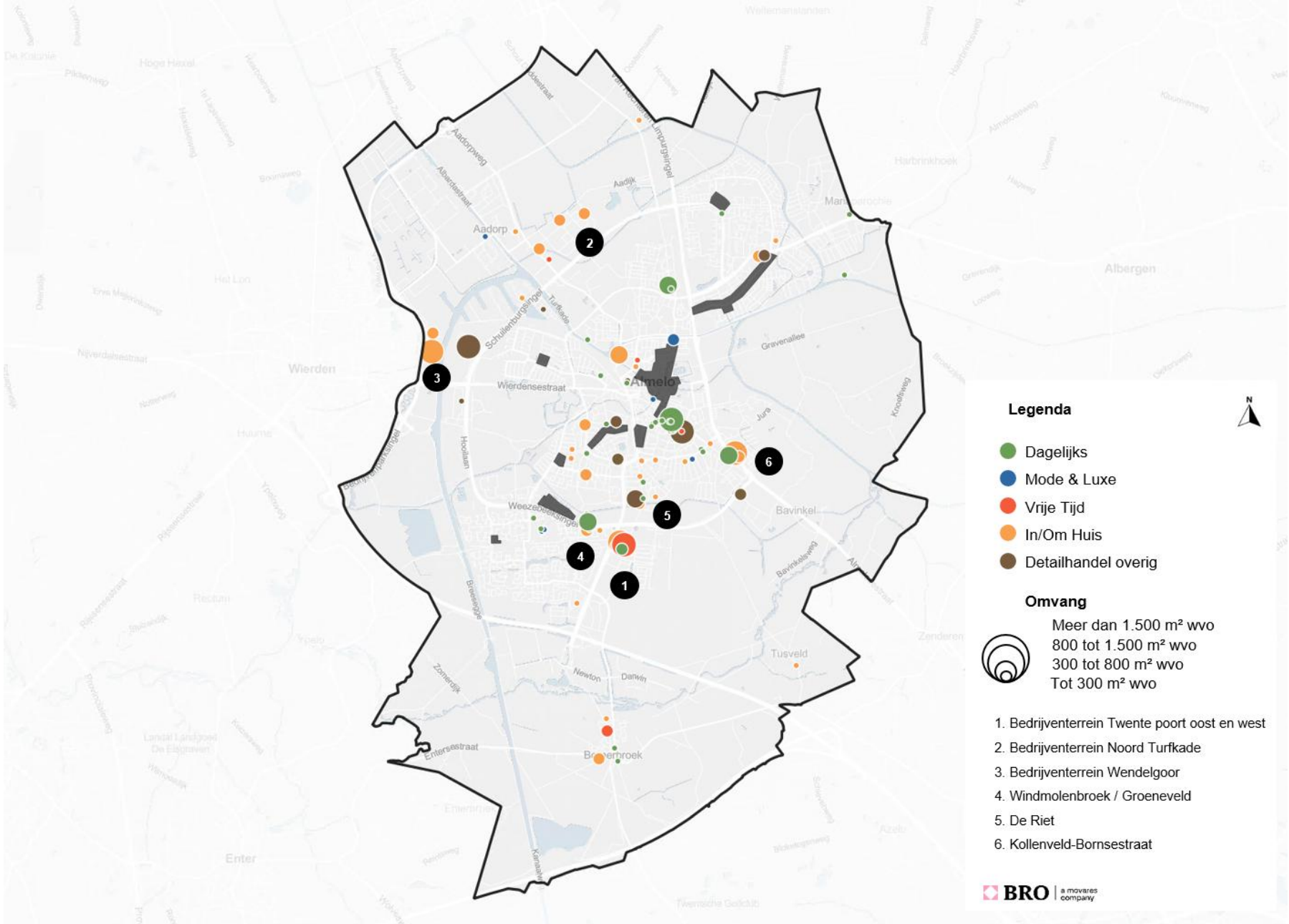


Figuur 17: Leegstand per 1.000 inwoners.

5.8 Analyse verspreide bewinkeling

Met ‘*verspreide bewinkeling*’ bedoelen we alle winkels die zich buiten de winkelconcentratiegebieden bevinden, zoals aan radialen en op bedrijventerreinen. De volgende zaken vallen op:

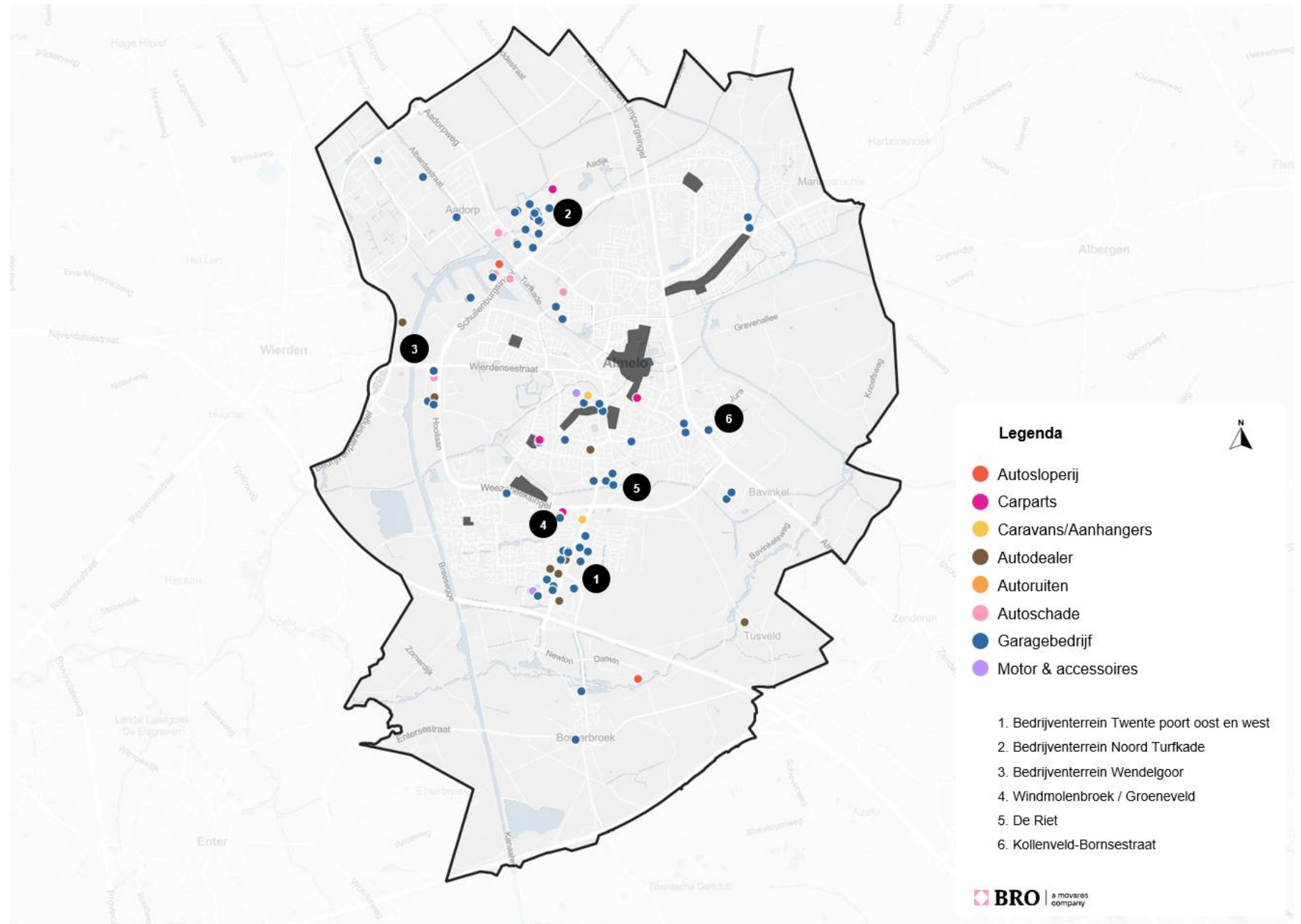
- Sinds 2010 is de totale winkelruimte buiten de winkelstructuur aanzienlijk toegenomen, van 56.100 m² wvo naar 59.090 m² wvo. Dit is 5%. Oorzaak is het feit dat er in juridisch-planologische relatief veel en ruime mogelijkheden zijn voor verschillende vormen van detailhandel, met name op bedrijventerreinen. Ook zit een deel illegaal, al dan niet onder de noemer ‘ondergeschikte detailhandel’ bij groot-handel of bedrijf (met verkooppunt). Het volgende valt op:
 - Twente poort Oost en West en het dienstengebied:** via de aanduiding ‘gemengd 1’ is grootschalige en volumineuze detailhandel toegestaan. Op dit bedrijventerrein zijn momenteel de volgende winkels aanwezig: Vos Hengelsport met 2.500 m² wvo, Kees Smit Tuinmeubelen met 8.000 m² wvo, Voskamp tuinartikelen met 430 m² wvo. Andre Knol Drankenservice met 450 m² wvo.
 - Bedrijventerrein Noord Turfkade:** via de aanduiding ‘bedrijf 3.2’ via omgevingsvergunning en bestaande locaties (in 2011) is volumineuze detailhandel toegestaan. Op dit bedrijventerrein zijn momenteel de volgende winkels aanwezig: Yabo tegels & sanitair met 400 m² wvo, OBIE diervoeders met 600 m² wvo en Inferno sportspeciaalzaak met 50 m² wvo.
 - Bedrijventerrein Wendelgoor:** via aanduiding ‘gemengd’ is detailhandel tot maximaal 1.500 m² toegestaan. Hier zijn momenteel de winkels Teunissen & Becking (keukens/badkamers) met 3.000 m² wvo en Aquadeco met 800 m² wvo gevestigd.
 - Windmolenbroek / Groeneveld:** via aanduiding ‘detailhandel’ zijn winkels in woninginrichtingsartikelen toegestaan. Hierbinnen is terHorst woondecor gevestigd met 450 m²



Figuur 18: Verspreide bewinkeling anno 2025, naar branche en omvang winkelruimte.

wvo. Verder zijn MCR keukens met 250 m² wvo en Royaal Kozijn met 90 m² wvo hier gevestigd.

- **Bestemmingsplan De Riet:** via aanduiding 'detailhandel' is (algemene) detailhandel toegestaan. Dit wordt momenteel benut door J. Lammerts slaapkamers/bedden met 370 m² wvo en Warmteservice met 35 m² wvo.
- **Bestemmingsplan Kollenveld-Bornsestraat:** detailhandel in auto's, boten, caravans, tenten en aanhangwagens en een kampeerwinkel ter plaatse van de aanduiding 'detailhandel'. Dit wordt momenteel benut door Tuinmeubelshop met 3.000 m² wvo, Dé Witgoed Specialist met 350 m² wvo en Topland Caravans met 870 m² wvo. Ook is Caravan & Camper techniek Almelo gevestigd met een winkel.
- In verschillende bestemmingsplannen zijn grootschalige **kringloopwinkels** buiten de detailhandelsstructuur aanwezig, zoals aan Noordbroek 2 met 2.575 m² wvo, Frederik van Eedenstraat 1a met 1.115 m² wvo en Wawollie aan het Wethouder E. van Dronkelaarplein met 1.537 m² wvo. Ook de Welkoop is met 855 m² wvo een relatief grote winkel buiten de detailhandelsstructuur.
- In de bijlage is een overzicht opgenomen met detailhandel op de overige bedrijventerreinen.
- Een groot deel van de verspreide bewinkeling bestaat naast reguliere winkels ook uit bedrijven in de automotive sector, zoals auto-showrooms en garagebedrijven. Dit valt formeel binnen het detailhandelsbeleid, omdat er sprake is van verkoop aan consumenten. Toch hangen de activiteiten sterk samen met bedrijventerreinen. Deze zijn vanwege de aard van het assortiment niet inpasbaar en wenselijk in de reguliere winkelgebieden. Vaak is er bij garagebedrijven sprake van een showroom en vice versa.



Figuur 19: De automotive sector in de gemeente Almelo buiten de winkelgebieden.

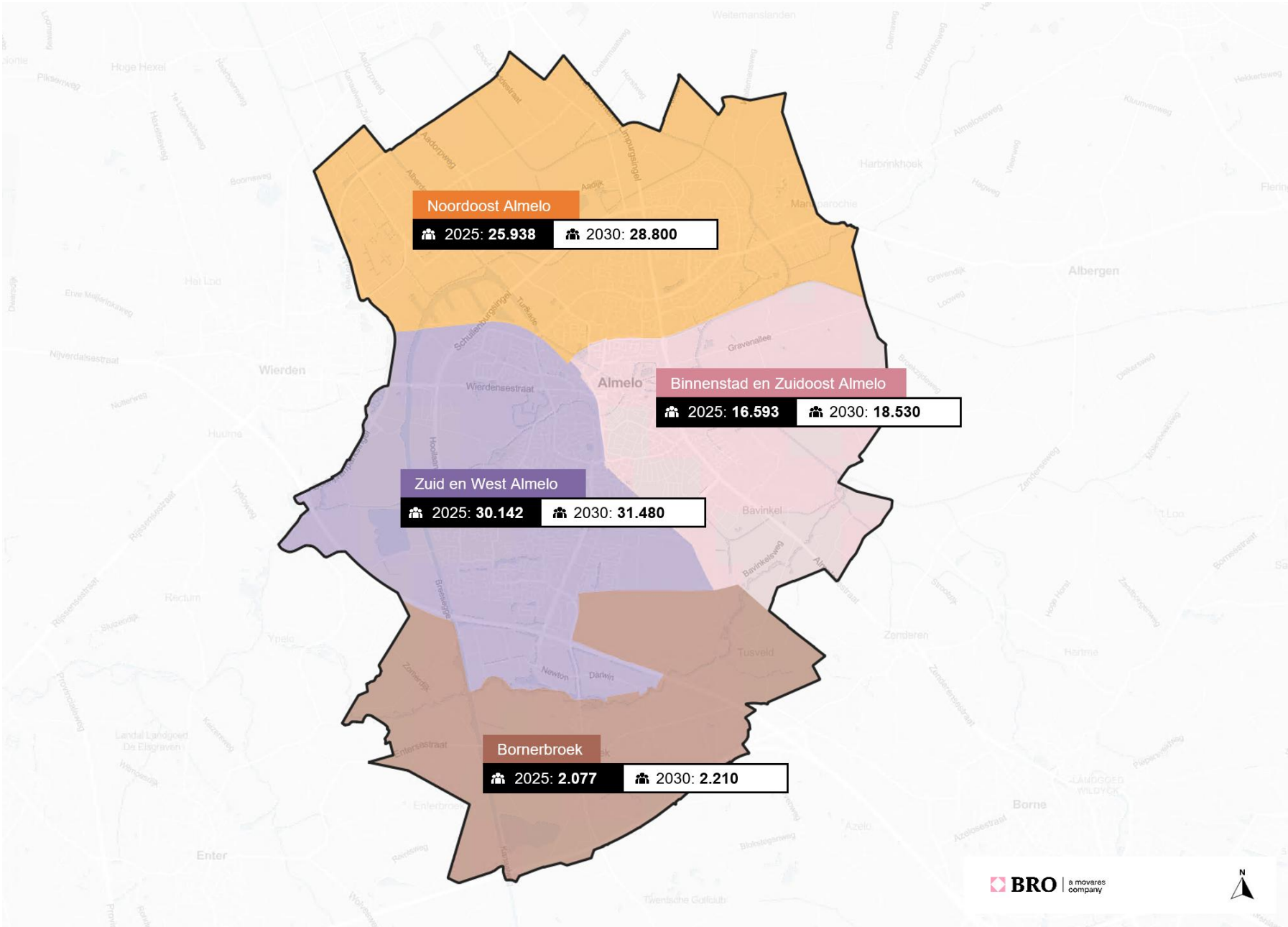
6 Economisch functioneren en behoefte

Voor de drie sectoren (boodschappen doen, recreatief winkelen en doelgericht winkelen) is een indicatieve berekening gemaakt van de huidige situatie (2025) en het toekomstig functioneren (2035). Deze circa 10 jaarstermijn is gebruikelijk en conform de Handreiking voor de Ladder voor duurzame verstedelijking. Vraag en aanbod zijn hiervoor in een modelmatige DPO berekening verwerkt. De aanbodgegevens zijn afkomstig van Locatus en zijn gedownload in het eerste kwartaal van 2025.



6.1 Inleiding

- De gebiedsindeling van de wijken/stadsdelen is gebaseerd op logische grenzen van consumentengedrag. Ook zijn de contouren afgestemd op het KSO 2023. Uit noodzaak zijn wijken samengevoegd om voldoende betrouwbare cijfers te presenteren over binding en toevloeiing. Het betreft een clustering van meerdere CBS-wijken. De contouren van de gebieden zijn weergegeven in de figuur hiernaast.
- De berekeningen zijn opgesteld voor de huidige situatie (2025) en de toekomstige situatie (2030). We hebben de woningbouwplannen en –ambities uit paragraaf 3.1 als uitgangspunt gepakt. Het aantal inwoners en de prognoses zijn in de figuur hiernaast weergegeven.
- De ‘norm voor goed functioneren’ hebben we gebaseerd op het landelijke 5-jaarsgemiddelde dat we gewogen hebben naar het aanbod in Almelo. Dit betekent dat de norm voor Almelo iets lager ligt.
- Ook de bestedingen (winkelomzet per hoofd) is gewogen naar het inkomen van inwoners in Almelo. Dit inkomen ligt 15% lager dan het landelijk gemiddelde. Hier is rekening mee gehouden.
- De aan- of afwezigheid van marktruimte betekent niet automatisch dat er aanbod bij of af moet. Uiteindelijk zijn kwalitatieve argumenten altijd leidend voor nieuwe ontwikkelingen, maar de kwantitatieve behoefte geeft wel een indicatie van de opgave. De uitkomst van de berekeningen zijn gebaseerd op meerdere aannames en toekomstverwachtingen. Uitkomsten zijn indicatief.



Figuur 20: Deelgebieden en (toekomstig) aantal inwoners.

6.2 Behoeftedagelijks – gemeente Almelo

Uitgangspunten

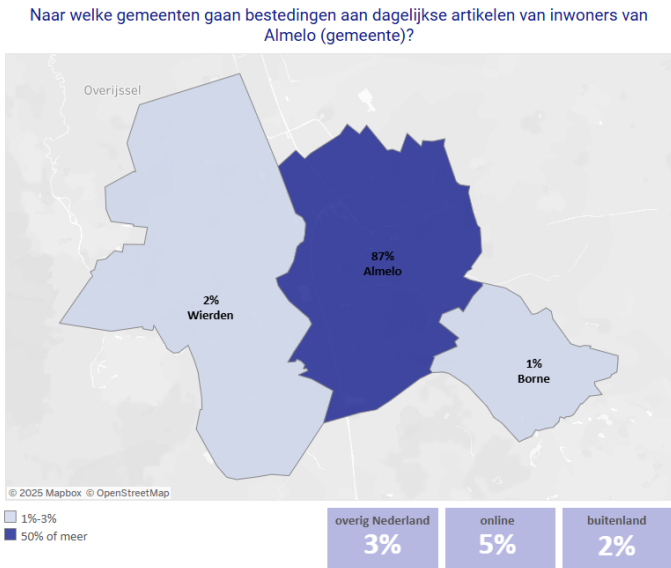
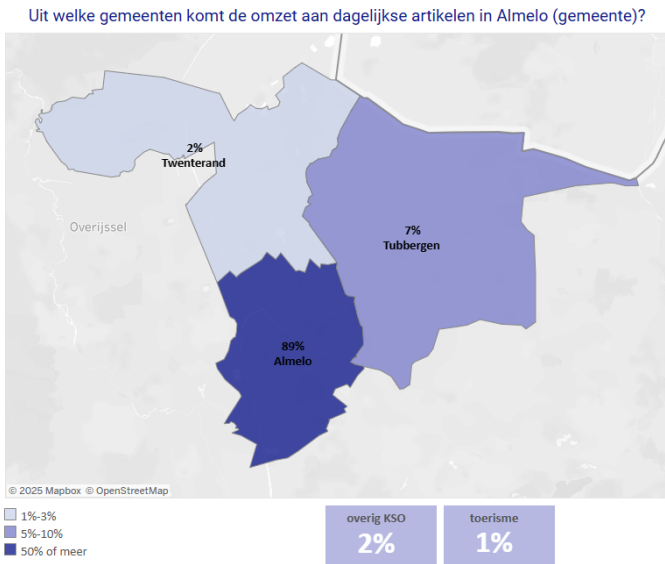
- Uit het KSO 2021 blijkt dat het dagelijks aanbod in de gemeente Almelo 92% (excl. online) aan zich weet te binden. De toevloeiing bedraagt momenteel 12%. Als het supermarktaanbod versterkt wordt, is op basis van trends en benchmarkonderzoek een binding van 95% en een toevloeiing van 15% haalbaar voor Almelo.
- De online bestedingen in de dagelijkse sector zijn gestegen van 2% in 2019 naar 5% in 2023. Deze groei is vergelijkbaar met andere gemeenten. We verwachten dat de online bestedingen in de dagelijkse sector zich de komende jaren stabiliseren. Op dit moment dalen de online bestedingen, omdat flitsbezorgers verdwijnen en veel supermarkten stoppen met online bezorgdiensten (of kosten verhogen).

Conclusie kwantitatieve behoefte

- De woningbouw heeft de meeste invloed op het economisch functioneren. Op dit moment is sprake van overaanbod. Het dagelijks aanbod op gemeenteniveau functioneert circa 19% beneden het landelijk gemiddelde. Door de bevolkingsgroei gaat het aanbod wel beter functioneren. Tot 2030 komen vraag en aanbod meer in evenwicht. Als alle woningbouwambities daadwerkelijk worden gerealiseerd richting 2050, ontstaat substantiële uitbreidingsruimte tot maximaal 6.210 m² wvo.
- Er zijn echter grote verschillen per wijk/stadsdeel. Dit is hierna nader onderzocht en geanalyseerd. Ook is hierna aandacht besteed aan de kwalitatieve behoefte, die uiteindelijk leidend is.

Tabel 3: DPO berekening dagelijkse sector – gemeente Almelo

Dagelijks	2025	2030	2040
Aantal inwoners	74.750	81.000	102.000
Winkelomzet per hoofd (5-jarlijks gemiddelde) (€)	2.672	2.672	2.672
Bestedingspotentieel (€ mln.)	199,8	216,4	272,5
Koopkrachtbinding	92%	95%	95%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	183,8	205,6	258,9
Koopkrachttoevloeijing	12%	15%	15%
Bestedingen door toevloeijing (€ mln.)	25,1	36,3	45,7
Totale besteding / omzet (€ mln.)	208,8	241,9	304,6
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	32.892	32.892	32.892
Omzet per m² wvo (€)	6.350	7.375	9.275
Norm vloerproductiviteit (5-jarlijks gemiddelde) (€)	7.800	7.800	7.800
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	26.800	31.050	39.100
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	-6.090	-1.840	6.210



6.3 Behoeftedagelijks – Noordoost Almelo

Uitgangspunten

In deze paragraaf zoomen we in op de behoefte aan dagelijkse voorzieningen in het noordoostelijke deel van Almelo. Er spelen een aantal uitgangspunten, wensen en ontwikkelingen:

- Er komen relatief veel woningen bij in het gebied. Op dit moment wonen er 25.938 inwoners. Dit stijgt naar verwachting tot circa 28.800 inwoners tot 2030. Ook in de periode daarna wordt nog een stijging van het aantal inwoners verwacht.
- Op dit moment wordt 82% van de dagelijkse bestedingen gebonden binnen de wijken van dit deel van Almelo. Dat is relatief veel. Als de supermarkten moderniseren, kan de binding waarschijnlijk oplopen tot circa 85% in de toekomst.
- De dagelijkse winkels weten ook relatief veel bestedingen van buiten de eigen wijken aan te trekken, namelijk circa 40%. Inwoners in de binnenstad van Almelo zijn relatief sterk op de aankooplocaties in dit deel van Almelo georiënteerd. Ook is er relatief veel toevloeiing vanuit de gemeente Tubbergen uit de kernen Harbrinkhoek, Albergen en Geesteren. Dit komt vooral door unieke trekkers, zoals Nettorama en Dirk van den Broek. Mensen zijn bereid een langere afstand af te leggen om specifiek bij deze winkels te kopen.
- De Coop-supermarkt in de binnenstad verdwijnt. Uit gesprekken met alle supermarkten blijkt dat een nieuwe supermarkt in de binnenstad niet waarschijnlijk is, gezien de slechte bereikbaarheid, matige parkeermogelijkheden en beperkte omvang. Dit betekent dat inwoners van de binnenstad in de toekomst meer afhankelijk zijn van het boodschappenaanbod net buiten de binnenstad.

Conclusie kwantitatieve behoefte

Het dagelijks aanbod in noordoost Almelo functioneert bovengemiddeld. In verhouding tot het aantal inwoners is het aanbod hier ook relatief beperkt. Mede door de relatief hoge binding en hoge mate van diversiteit in aanbod en diverse sterke supermarktformules en –ondernemers, is mo-

Tabel 4: DPO berekening dagelijkse sector – Noordoost Almelo.

Dagelijks	2025	2030
Aantal inwoners	25.938	28.800
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.672	2.672
Bestedingspotentieel (€ mln.)	69,3	77,0
Koopkrachtbinding	82%	85%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	56,8	65,4
Koopkrachttoevloeiing	40%	40%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	37,9	43,6
Totale besteding / omzet (€ mln.)	94,7	109,0
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	10.646	10.646
Omzet per m² wvo (€)	8.900	10.250
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	7.796	7.796
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	12.150	14.000
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	1.500	3.350

menteel sprake van uitbreidingsruimte van circa 1.500 m² wvo. Deze uitbreidingsruimte neemt significant toe als gevolg van de woningbouw, namelijk circa 3.350 m² wvo in 2030.

Conclusie kwalitatieve behoefte

Los van de kwantitatieve behoefte is de vraag in hoeverre sprake is van een kwalitatieve behoefte aan nieuw dagelijks winkelaanbod in het kader van aanvaardbare reistijd en diversiteit. Op basis van de reistijdanalyse in **figuur 13** moet geconcludeerd worden dat de nieuwe woningbouwlocaties op enige afstand liggen tot bestaande boodschappenclusters. Vooral inwoners in Aadorp en nieuwe inwoners in Aalanderveld moeten relatief ver reizen. Ook inwoners in het oostelijk deel van de wijken Schelfhorst en Sluitersveld moeten iets verder reizen. Door het vertrek van Coop in de binnenstad ontstaat een duidelijk ‘gat’ in de bood-

schappenstructuur voor inwoners in het noordelijk deel van de binnenstad en de Indië-buurt. Dit gat wordt nog groter door de woningbouw in de Indië-buurt.

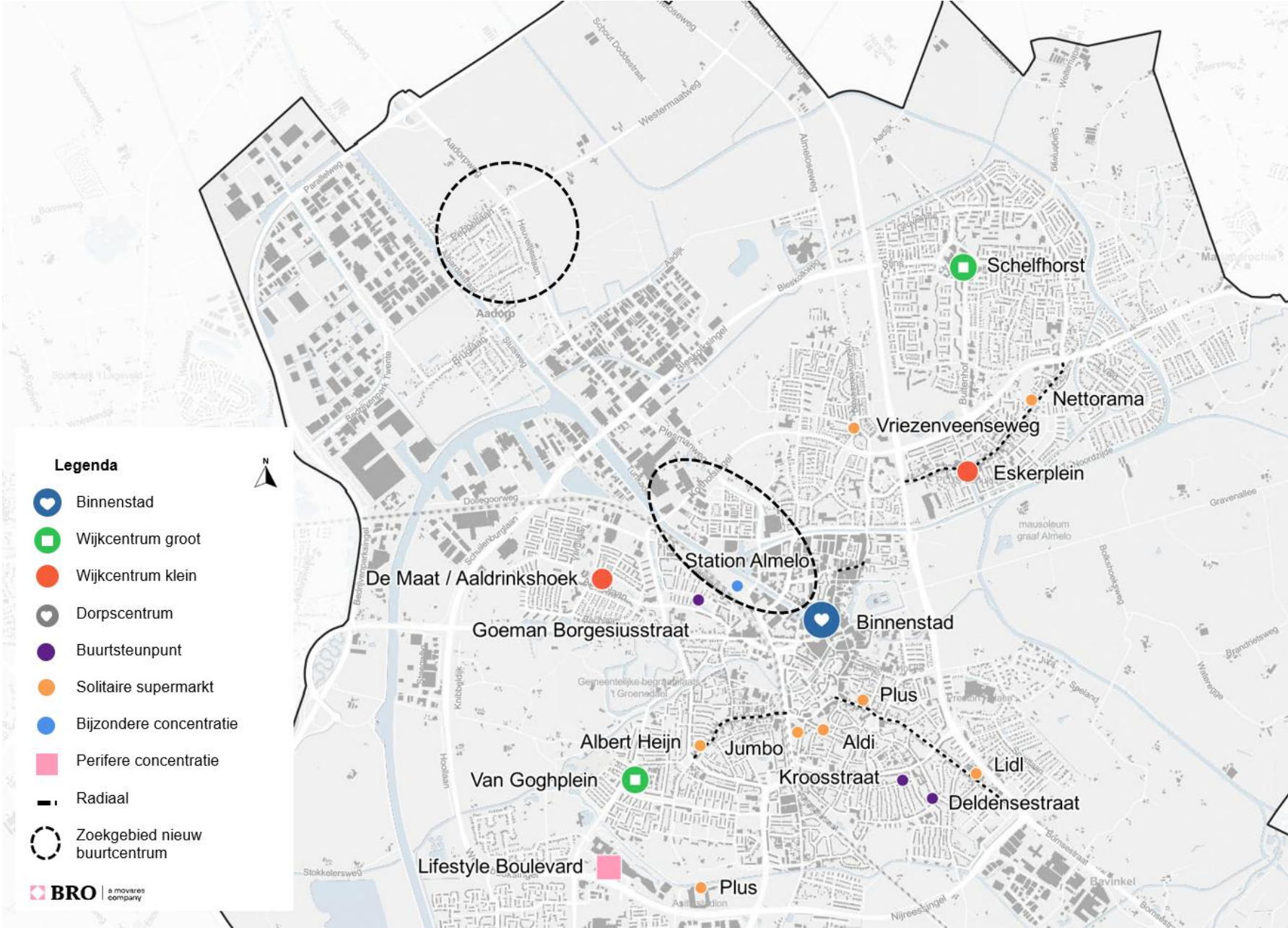
Advies boodschappenstructuur noordoost Almelo

In de visie dient overwogen te worden om één of twee nieuwe boodschappenclusters aan te wijzen. De Schelfhorst verdient versterking, evenals het Eskerplein. Wij denken aan:

- Één buurtcentrum in of nabij de Indië-buurt. Gedacht wordt aan één moderne supermarkt met enkele dagwinkels. Dit boodschappencentrum kan dan voorzien in de behoefte van inwoners in de binnenstad en in en rond de Indië-buurt.
- Één buurtcentrum in Almelo noord ter hoogte van Aalanderveld en Aadorp. In dit gebied komen veel nieuwe woningen. Voorkomen moet worden dat inwoners ver moeten reizen voor de dagelijkse

boodschappen. Dit is niet goed voor de leefbaarheid. Gedacht wordt aan één moderne supermarkt met enkele dagwinkels. Dit kan ook een verplaatser zijn van een bestaande supermarkt in het gebied, zoals bijvoorbeeld de Plus aan de Vriezenveenseweg.

- Als Plus aan de Vriezenveenseweg niet verplaatst, is uitbreiding en modernisering op de bestaande locatie wenselijk.
- De Schelfhorst heeft een relatief groot verzorgingsgebied, ook met toevloeiing uit Tubbergen. Modernisering en versterking met één extra supermarkt is denkbaar om de positie als sterk wijkcentrum compleet en toekomstbestendig te maken. Een verplaatsing van een bestaande supermarkt heeft de voorkeur, zoals de Aldi die nu aan de Ootmarsumsestraat aanwezig is. Ook is een mogelijk scenario dat Aldi naar het Lidl-pand aan het Eskerplein verplaatst en Lidl naar de Schelfhorst. Dergelijke verplaatsingsconstructies kunnen worden overwogen.
- Het Eskerplein blijft een sterk wijkcentrum. Interne modernisering en uitbreiding moet mogelijk zijn. In samenspraak met de winkeliers en eigenaren dient de bereikbaarheid (routing) verbeterd te worden.
- De winkels aan de Ootmarsumsestraat verder weg van het Eskerplein worden doelgericht bezocht. Zo lang deze winkels er zitten is dat prima, maar het perspectief is matig. Aanbeveling is te kiezen voor natuurlijke afbouw van de winkelfunctie, via een juridische uitsterfregeling. Dit betekent dat na bijvoorbeeld 1,5 jaar leegstand de mogelijkheid voor detailhandel vervalt.



Figuur 21: Advies boodschappenstructuur Noordoost Almelo.

6.4 Behoeftedagelijks – Binnenstad en Zuidoost Almelo

Uitgangspunten

In deze paragraaf zoomen we in op de behoefte aan dagelijkse voorzieningen in de binnenstad en het zuidoostelijke deel van Almelo. Er spelen een aantal uitgangspunten, wensen en ontwikkelingen:

- Er komen relatief veel woningen bij in het gebied. Op basis van de woningbouwplannen gaan wij uit van circa 1.570 woningen. Op dit moment wonen er circa 16.500 inwoners. Dit stijgt naar verwachting tot circa 19.790 inwoners in 2030 en 2040.
- Op dit moment wordt 50% van de dagelijkse bestedingen gebonden binnen de wijken van dit deel van Almelo. Met het vertrek van Coop zal dit dalen. Als de supermarkten moderniseren en/of aanbod wordt toegevoegd, kan de binding waarschijnlijk oplopen tot maximaal 60% in de toekomst.
- De dagelijkse winkels weten ook relatief veel bestedingen van buiten de eigen wijken aan te trekken, namelijk circa 60%. Dit komt met name door de Jumbo en de Aldi aan de Bornerbroeksestraat die goed bereikbaar zijn en in de nabijheid zijn voor inwoners in Almelo West en Zuidwest.
- De Coop-supermarkt in de binnenstad verdwijnt. Op basis van Locatus is de omvang 573 m² wvo. Deze meters zijn daardoor uit het huidige aanbod gehaald in **tabel 5**.

Conclusie kwantitatieve behoefte

Het dagelijks aanbod in de binnenstad en zuidoost Almelo functioneert momenteel iets onder het gemiddelde. In verhouding tot het aantal inwoners is er relatief veel (supermarkt)aanbod, wat vooral komt door de aanwezigheid van de Jumbo en Aldi aan de Bornerbroeksestraat. Dit cluster heeft een duidelijk bovenwijkse aantrekkingskracht, wat blijkt uit de hoge toevloeiing. Als gevolg van woningbouw en bevolkingsgroei ontstaat beperkte uitbreidingsruimte van circa 630 m² wvo.

Tabel 5: DPO berekening dagelijkse sector – Binnenstad en Zuidoost Almelo.

Dagelijks	2025	2030
Aantal inwoners	16.593	18.530
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.672	2.672
Bestedingspotentieel (€ mln.)	44,3	49,5
Koopkrachtbinding	60%	60%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	26,6	29,7
Koopkrachttoevloeiing	60%	60%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	39,9	44,6
Totale besteding / omzet (€ mln.)	66,5	74,3
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	8.922	8.922
Omzet per m² wvo (€)	7.475	8.325
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	7.796	7.796
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	8.550	9.550
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	-370	630

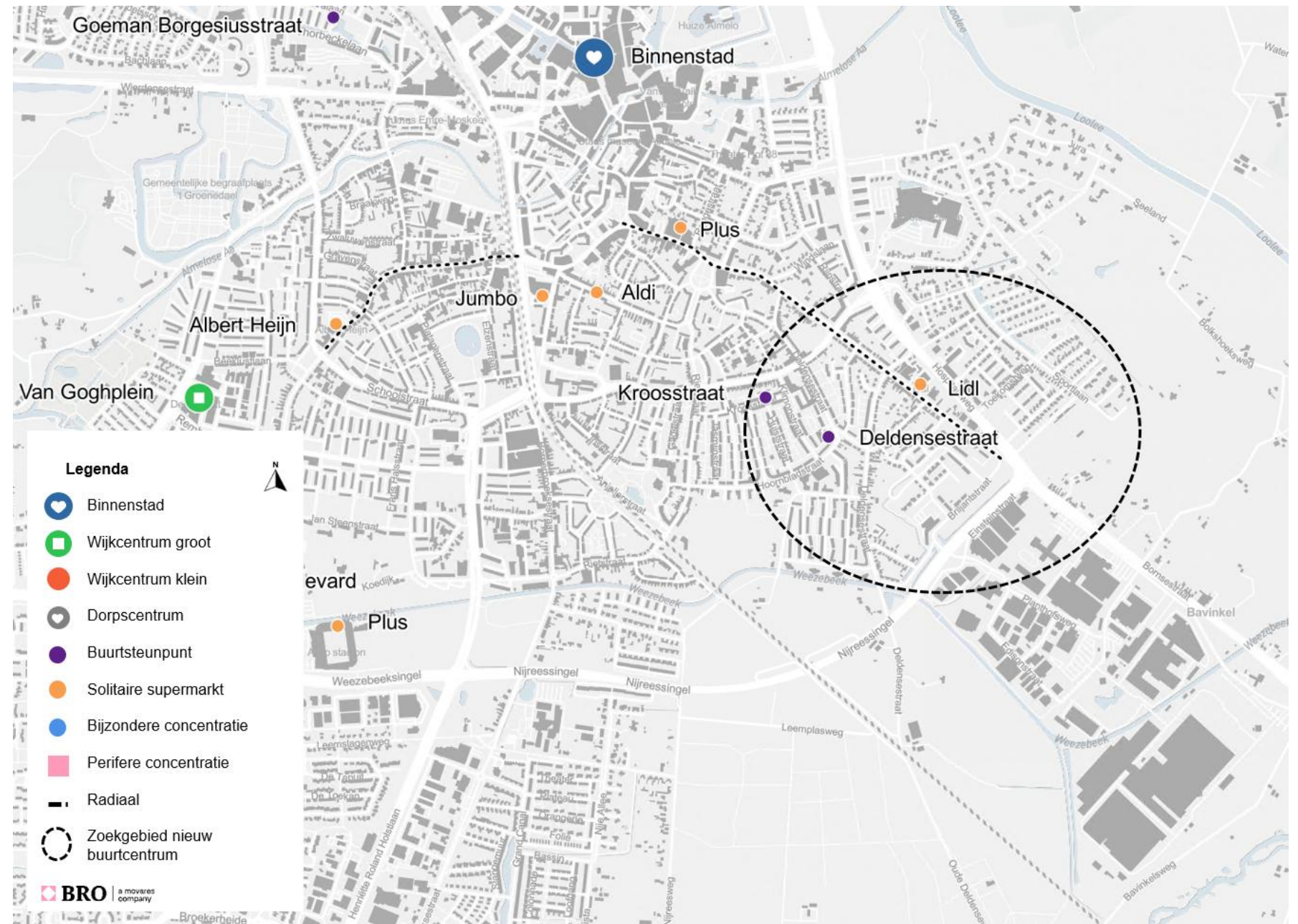
Conclusie kwalitatieve behoefte

Inwoners in het zuidoostelijke deel van de wijk Hofkamp moeten relatief langer reizen. Een moderne supermarkt, met eventueel enkele overige boodschappenvoorzieningen in dit deel van Almelo moet behouden blijven. Ook het zuidelijk deel van de binnenstad zijn, door het vertrek van de Coop, sterk afhankelijk van de Plus aan de Bornsestraat en de Jumbo en Aldi aan de Bornerbroeksestraat. De keuzemogelijkheden aan supermarkten is goed en rond de Plus zijn ook diverse dagelijkse speciaalzaken aanwezig.

Advies boodschappenstructuur binnenstad en zuidoost Almelo

In de basis is de boodschappenstructuur hier redelijk tot goed op orde. Veel uitbreidingsruimte is er niet. Aanbeveling is te kiezen voor een sterk buurtcentrum in de zuidoostelijke ‘hoek’ van de wijk Hofkamp, bij-

voorbeeld in de oksel van de N349. Lidl zou kunnen verplaatsen, uitbreiden en eventueel enkele dagwinkels toevoegen om het boodschappen-centrum compleet te maken. Voor de Plus aan de Bornsestraat en de Jumbo en Aldi aan de Bornerbroeksestraat is behoud van de bestaande situatie wenselijk. Eventuele modernisering zou bespreekbaar moeten zijn. Significante uitbreiding is echter niet verstandig. Kortom, de markt-ruimte in dit deel van Almelo dient vooral benut te worden om bestaande supermarkten de ruimte te geven om te moderniseren.



Figuur 22: Advies detailhandelsstructuur binnenstad en zuidoost Almelo.

6.5 Behoeftedagelijks – Zuid en West Almelo

Uitgangspunten

In deze paragraaf zoomen we in op de behoefte aan dagelijkse voorzieningen in het zuidelijke en westelijke deel van Almelo. Er spelen een aantal uitgangspunten, wensen en ontwikkelingen:

- Er komen relatief veel woningen bij in het gebied. Op dit moment wonen er circa 30.142 inwoners. Dit stijgt naar verwachting tot circa 31.480 inwoners in 2030.
- Op dit moment wordt 60% van de dagelijkse bestedingen gebonden binnen de wijken van dit deel van Almelo. Er vloeit redelijk veel af naar aankooplocaties zoals de Zuiderlaan, het Eskerplein en de Plus en Lidl aan de Bornsestraat.
- De dagelijkse winkels weten enige toevloeiing van buiten de eigen wijken aan te trekken, namelijk circa 20%.

Conclusie kwantitatieve behoefte

Het dagelijks aanbod in zuid en west Almelo functioneert momenteel onder het gemiddelde. In verhouding tot het aantal inwoners is er relatief veel (supermarkt)aanbod. Een mogelijke verklaring voor de fors lage omzet per m² wvo, is het aandeel gemaks- en doelgroepwinkels in dit deel van Almelo. Deze winkels functioneren op een veel lagere vloerproductiviteit, waardoor automatisch sprake is van overaanbod. Het overaanbod zit bovendien vooral in midden en west, terwijl het in zuid redelijk op orde is. Ondanks de bevolkingsgroei als gevolg van woningbouw, ontstaat er geen uitbreidingsruimte. Het overaanbod loopt door groei van bestedingen wel iets terug.

Advies boodschappenstructuur binnenstad en zuidoost Almelo

Gezien het gebrek aan marktruimte is nieuwvestiging van supermarkten niet gewenst. Bestaande supermarkten in de winkelgebieden, zoals het Van Goghplein en De Gors moeten we de ruimte houden om te kunnen moderniseren. Voor de meer solitair gelegen supermarkten zouden wij terughoudend zijn met faciliteren van uitbreiding. Beleidsmatig bevelen wij bovendien aan om, zeker in dit deel van Almelo, meer grip te krijgen

Tabel 6: DPO berekening dagelijkse sector – Zuid en West Almelo.

Dagelijks	2025	2030
Aantal inwoners	30.142	31.480
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.672	2.672
Bestedingspotentieel (€ mln.)	80,5	84,1
Koopkrachtbinding	60%	60%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	48,3	50,5
Koopkrachttoevloeiing	20%	20%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	12,1	12,6
Totale besteding / omzet (€ mln.)	60,4	63,1
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	12.666	12.666
Omzet per m² wvo (€)	4.775	5.000
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	7.796	7.796
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	7.750	8.100
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	-4.920	-4.570

op de supermarkten. Denk aan het specifiek aanduiden en definiëren, om te voorkomen dat nóg meer gemaks- en doelgroepwinkels met een substantiële omvang zich vestigen op plekken waar algemene detailhandel is toegestaan.

6.6 Behoeftedagelijks – Bornerbroek

Uitgangspunten

In deze paragraaf zoomen we in op de behoefte aan dagelijkse voorzieningen in het Bornerbroek. Er spelen een aantal uitgangspunten, wensen en ontwikkelingen:

- Op dit moment wonen er circa 2.077 inwoners. Dit stijgt naar verwachting tot circa 2.210 inwoners.
- De binding aan het dorp is heel beperkt, omdat de Spar verdwenen is. Inwoners doen de boodschappen nu bijna volledig buiten het dorp. Er zijn alleen twee dagelijkse speciaalzaken gevestigd, namelijk Steggink (bakker) en Wijn van Nu.
- In het geval een gemakswinkel en/of supermarkt zich zou vestigen in Bornerbroek is op basis van benchmarkgegevens een binding van circa 50% maximaal haalbaar, met een toevloeiing van maximaal 10%.

Conclusie kwantitatieve behoefte

Zoals blijkt uit de berekening is gezien het beperkte draagvlak slechts economisch ruimte voor circa 370 m² wvo extra dagelijkse voorzieningen. Dit is in de praktijk te klein voor een supermarkt. Het beperkte draagvlak was waarschijnlijk ook de oorzaak van het vertrek van Spar. Inwoners kiezen tegenwoordig steeds meer moderne en grote supermarkten en zijn bereid daarvoor iets verder te reizen. De kans dat zich een nieuwe gemakswinkel of supermarkt vestigt in Bornerbroek achten wij gezien de cijfers en trends klein.

Advies boodschappenstructuur binnenstad en zuidoost Almelo

Zoals aangegeven is de kans op een gemakswinkel of supermarkt gezien het beperkte economisch draagvlak klein. Het beleid zou dan wat ons betreft niet primair moeten inzetten op nieuw aanbod. Wel dient het beleid de mogelijkheid te bieden om in het geval een initiatief zich voordoet, hier positief tegenover te staan. Een gemakswinkel of supermarkt in Bornerbroek is immers wel wenselijk in het kader van de reistijden en de leefbaarheid.

Tabel 7: DPO berekening dagelijkse sector – Bornerbroek.

Dagelijks	2025	2030
Aantal inwoners	2.077	2.210
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.672	2.672
Bestedingspotentieel (€ mln.)	5,5	5,9
Koopkrachtbinding	50%	50%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	2,8	3,0
Koopkrachttoevloeiing	10%	10%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	0,3	0,3
Totale besteding / omzet (€ mln.)	3,1	3,3
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	85	85
Omzet per m² wvo (€)	36.275	38.600
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	7.796	7.796
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	400	450
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	320	370

6.7 Behoefte recreatief – gemeente Almelo

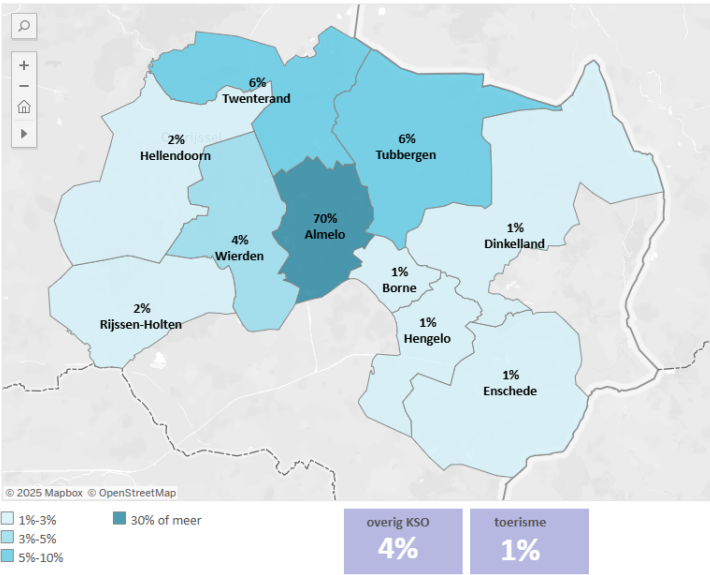
Uitgangspunten

- De behoefte aan recreatief winkelaanbod berekenen we op ge-meenteniveau, omdat de uitkomsten op stadsdeelniveau onvol-doende betrouwbaar zijn in tegenstelling tot dagelijkse winkels.
- Uit het KSO 2023 blijkt dat het recreatieve aanbod in Almelo 56% (excl. online) aan zich weet te binden. De binding in Almelo is be-perkt, in andere centra in Oost-Nederland bedraagt de binding 75% (excl. online). Vergeleken met de resultaten uit 2019 is zichtbaar dat de binding (58%) iets verder is gedaald. Voor recreatieve aankopen gaat men vooral (en steeds meer) naar de binnenstad van En-schede én naar Westermaat plein te Hengelo.
- Circa 30% van de totale recreatieve bestedingen gaat anno 2023 online. Dit was in 2019 nog slechts 23%. Deze stijging is vergelijk-baar met andere gemeenten. In de berekening gaan we ervan uit dat de winkelomzet per hoofd in 2035 circa 10% lager ligt dan het huidige niveau. We gaan ervan uit dat de online bestedingen nog iets zullen toenemen in recreatief winkelen. We zien met name dat bui-tenlandse webwinkels steeds populairder worden, zoals Temu, Aliexpress en Amazon.
- De toevloeiing bedraagt 30% en ligt fors lager dan vergelijkbare ge-meenten (39%). De regiofunctie van Almelo voor recreatief winkelen (lees de binnenstad) krimpt en is beperkter geworden. De toevloei-ing komt vooral uit Tubbergen, Wierden en Twenterand. De krimp van de toevloeiing zal zich doorzetten, naar uiteindelijk circa 25%.
- Het is gebruikelijk de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit te han-teren als ‘norm’ voor goed functioneren. Voor de recreatieve sector ligt de gemiddelde vloerproductiviteit rond de € 2.400 per m² wvo. Deze norm is echter niet gehandhaafd in dit onderzoek. Voor de re-creatieve sector is het landelijk gemiddelde geen goede norm voor het aanbod in de gemeente Almelo. Om deze reden is de vloerpro-ductiviteit gewogen op basis van het reeds gevestigde winkelaan-bod.

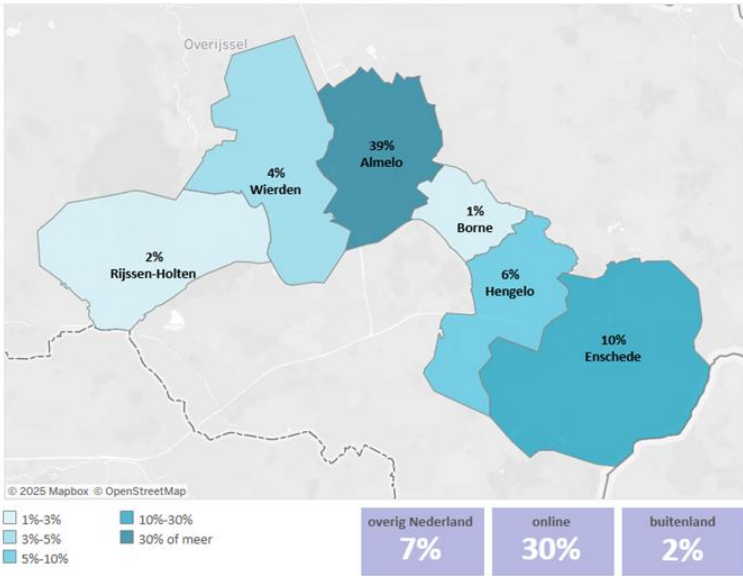
Tabel 8: DPO berekening recreatieve sector – gemeente Almelo.

Recreatief	2025	2030	2050
Aantal inwoners	74.750	81.000	102.000
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	910	819	819
Bestedingspotentieel (€ mln.)	68,0	66,3	83,5
Koopkrachtbinding	56%	56%	56%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	38,1	37,1	46,8
Koopkrachttoevloeiing	30%	25%	25%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	16,3	12,4	15,6
Totale besteding / omzet (€ mln.)	54,4	49,5	62,4
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	26.165	26.165	26.165
Omzet per m² wvo (€)	2.100	1.900	2.400
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	2.390	2.390	2.390
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	22.800	20.750	26.100
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	-3.370	-5.420	-70

Uit welke gemeenten komt de omzet aan recreatieve artikelen in Almelo (gemeente)?



Naar welke gemeenten gaan bestedingen aan recreatieve artikelen van inwoners van Almelo (gemeente)?



Conclusie

Het recreatieve winkelaanbod functioneert momenteel onder de gewogen norm, namelijk circa 12%. We verwachten dat de bestedingen als gevolg van online nog iets verder zullen dalen. Ook de regiofunctie zal verder onder druk komen te staan. Per saldo betekent dit dat, ondanks de bevolkingsgroei tot 2030, het economisch functioneren naar verwachting achteruit gaat tot ruim 21% onder de norm. Als alle woningbouwambities na 2030 gerealiseerd zouden worden, is geen sprake (meer) van slecht functioneren. Dan zou de omzet dermate toenemen dat vraag en aanbod in evenwicht zijn.

Advies recreatief winkelaanbod Almelo

Gezien de historische trend van krimp in dit aanbod en de verwachtingen voor de toekomst, moet rekening worden gehouden met een verdere krimp van het recreatieve winkelaanbod. Dit raakt vooral de binnenstad van Almelo, aangezien daar het grootste deel van dit type aanbod hier aanwezig is (circa 70%). Wij gaan uit van een krimpopgave op gemeenteniveau van momenteel 26.165 m² wvo naar 20.650 m² wvo. Circa 70% van deze krimp zal terecht komen in de binnenstad, wat neerkomt op circa 4.000 m² wvo. Nuance hierop is dat als de woningbouwambities na 2030 allemaal gerealiseerd worden geen sprake meer is van een krimpopgave. Dan blijft het aanbod stabiel. Het is echter maar de vraag of alle woningbouw daadwerkelijk wordt gerealiseerd met de uitdagingen die er landelijk spelen. Ook is de recreatieve winkelmarkt lastig te voorspellen voor de langere termijn. Wij zouden daardoor toch uitgaan van een krimpopgave. Om de krimp van recreatief winkelaanbod in de binnenstad te kunnen opvangen, doen wij de volgende aanbevelingen:

- Vasthouden aan bestaand beleid binnenstad, namelijk inzetten op een compact centrum met transformatie aan de randen.
- Actief aan de slag met het juridisch saneren van mogelijkheden buiten de winkelstructuur, zoals op bedrijventerreinen.



Figuur 23: Focus op compact winkelgebied binnenstad Almelo, conform Koers binnenstad Almelo (2018).

- Verleiden van bestaande winkeliers buiten de binnenstad op bedrijventerreinen en in aanloopgebieden om te verplaatsen naar het compacte deel van de binnenstad.
- Terughoudend omgaan met faciliteren van nieuw recreatief winkel aanbod in de buurt- en wijkcentra. Alleen niet-dagelijks winkelaanbod dat in het verlengde ligt van de dagelijkse boodschappen is hier wenselijk.

Kwalitatieve behoefte

Het huidige winkelaanbod in de binnenstad van Almelo is vergeleken met vergelijkbare centra (Ede, Sittard Hengel, Hoogeveen, Uden, Weert, Alphen aan den Rijn, Oosterhout, Purmerend, Sneek, Oss en Lelystad). Op basis van de benchmark, het type consument en nabijgelegen winkelaanbod is gekeken welke winkelformules eventueel nog passend zijn om aan te trekken. In figuur 24 staan enkele formules genoemd. Uit de doelgroepenanalyse blijkt dat de binnenstad momenteel vooral middeninkomens en ouderen met weinig koopkracht aantrekt. Het winkelaanbod kenmerkt zich ook door het sterke discountaanbod en focus op frequente niet-dagelijkse aankopen. In die zin sluit het winkelaanbod momenteel goed aan op de doelgroep van het verzorgingsgebied. Als gevolg van de woningbouwplannen en ambities in Almelo zal de doelgroep verbreden. Conform de woonvisie wil Almelo de demografie meer in balans brengen door te focussen op het aantrekken en behouden van jongeren en starters. Binnen de woningbouwopgave wordt sterk ingezet op centrumstedelijke en groenstedelijke woonmilieus, vooral in het midden en hogere segment. Dit land voor een groot deel in de Spoorzone nabij het kernwinkelgebied van de binnenstad. Om in de kwalitatieve behoefte van deze nieuwe inwoners te voorzien, is verbreding in het winkelaanbod van de binnenstad noodzakelijk en kansrijk. Winkels die wij kansrijk achten in het midden en hogere segment zijn onder meer Rituals, Xenos, Only, H&M, Ziengs, Intersport, New Yorker, The Sting en Amac. Daarnaast zijn meer zelfstandige ondernemers in het hoogwaardige modische segment in heren- én damesmode gewenst. Deze zitten opvallend veel in de radialen. Er liggen kansen voor verplaatsing.



Figuur 24: Missende formules voor het centrum van Almelo.

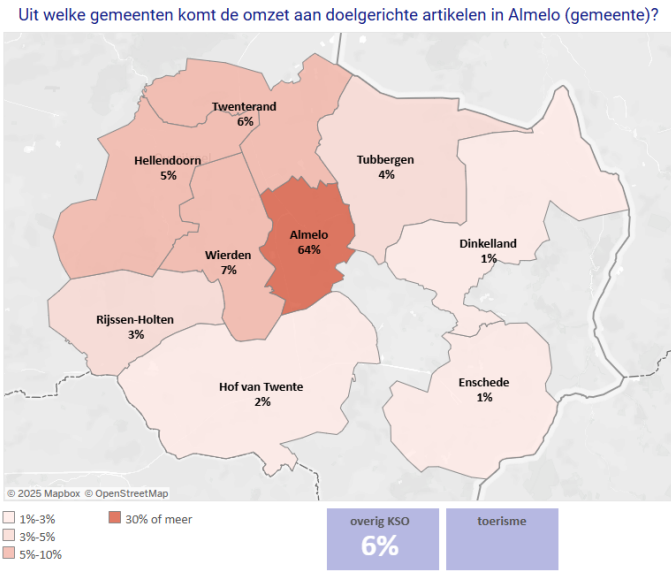
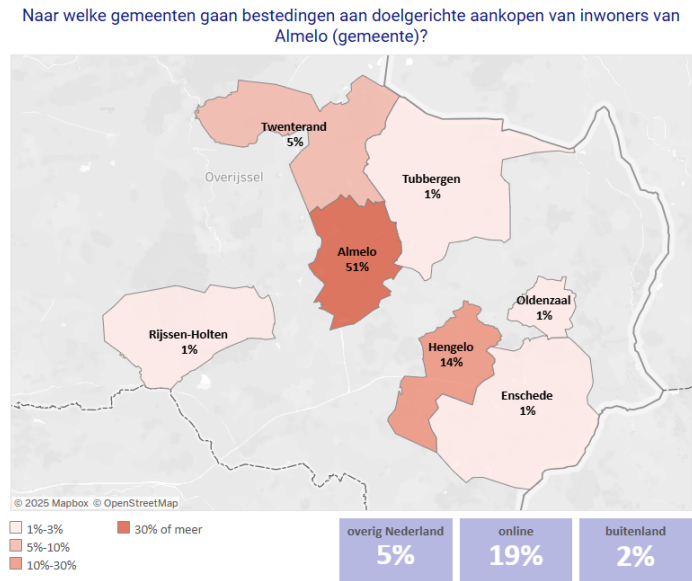
6.8 Behoeftedoelgericht – gemeente Almelo

Uitgangspunten

- De behoefte aan doelgericht winkelaanbod berekenen we op gemeenteniveau, omdat de uitkomsten op stadsdeelniveau onvoldoende betrouwbaar zijn, in tegenstelling tot dagelijkse winkels.
- Uit het KSO 2023 blijkt dat het doelgericht aanbod in de gemeente Almelo 63% (excl. online) aan zich weet te binden. De fysieke binding is iets toegenomen, maar er is nog steeds veel afvloeiing naar vooral Westermaat Plein te Hengelo.
- Ook besteden inwoners steeds meer doelgerichte aankopen online, namelijk 19% in 2023 ten opzichte van 14% in 2019. Dit zit vooral bij artikelen in bruin- en witgoed. Doe-het-zelf en woonartikelen worden vooral fysiek gekocht en daar is nauwelijks sprake van online groei. De winkelbestedingen nemen echter ook nog steeds fors toe, ondanks de stijging van online. Deze sector is echter ook zeer gevoelig voor de conjunctuur. De verwachting is dat de bestedingen redelijk op niveau blijven. De woningbouw en verhuisbewegingen zorgen voor extra bestedingen in deze sectoren.
- De toevloeiing bedraagt 36%. Dit komt primair terecht bij de Lifestyle Boulevard. Daarmee is sprake van regiofunctie voor met name noordwest Twente. De toevloeiing is vergelijkbaar met vergelijkbare gemeenten met een dergelijke perifere concentratie. De Lifestyle Boulevard weet de regiofunctie goed vast te houden, ondanks het ruime aanbod op Westermaat Plein te Hengelo. Dit heeft ook te maken met beperkt aanbod in de gemeenten in noordwest Twente. Hengelo is voor deze inwoners net weer iets verder rijden.
- Ook voor de doelgerichte sector is het landelijk gemiddelde waarschijnlijk geen goede norm voor het aanbod in de gemeente Almelo. Dit hangt ook sterk samen met huurprijzen. Het doelgerichte winkelaanbod is voor een deel grootschalig van aard. Gekozen is om de norm vloerproductiviteit voor recreatief en doelgericht te wegen.

Tabel 9: DPO berekening doelgerichte sector – gemeente Almelo

Doelgericht	2025	2030	2050
Aantal inwoners	74.750	81.000	102.000
Winkelomzet per hoofd (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	1.111	1.111	1.111
Bestedingspotentieel (€ mln.)	83,0	90,0	113,3
Koopkrachtbinding	63%	63%	63%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	52,3	56,7	71,4
Koopkrachtoevloeiing	36%	36%	36%
Bestedingen door toevloeiing (€ mln.)	29,4	31,9	40,2
Totale besteding / omzet (€ mln.)	81,7	88,6	111,6
Huidig winkelaanbod (m² wvo)	88.249	88.249	88.249
Omzet per m² wvo (€)	950	1.025	1.275
Norm vloerproductiviteit (5-jaarlijks gemiddelde) (€)	1.421	1.421	1.421
Haalbaar winkelaanbod (m² wvo)	57.550	62.350	78.550
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	-30.700	-25.900	-9.700



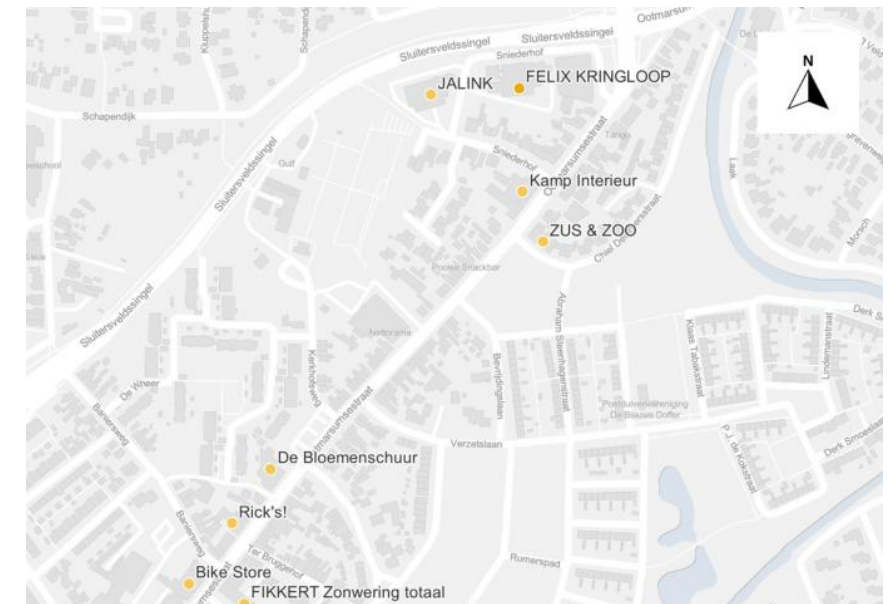
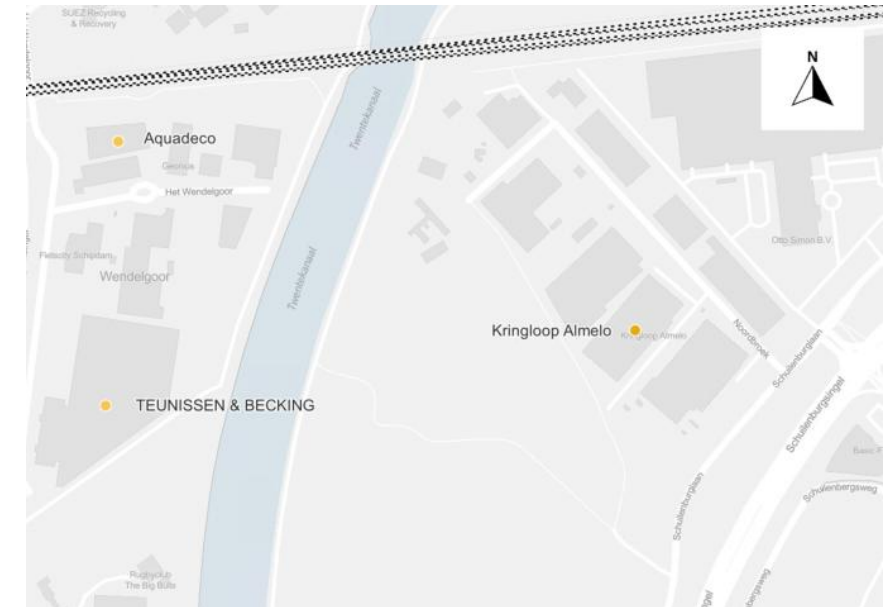
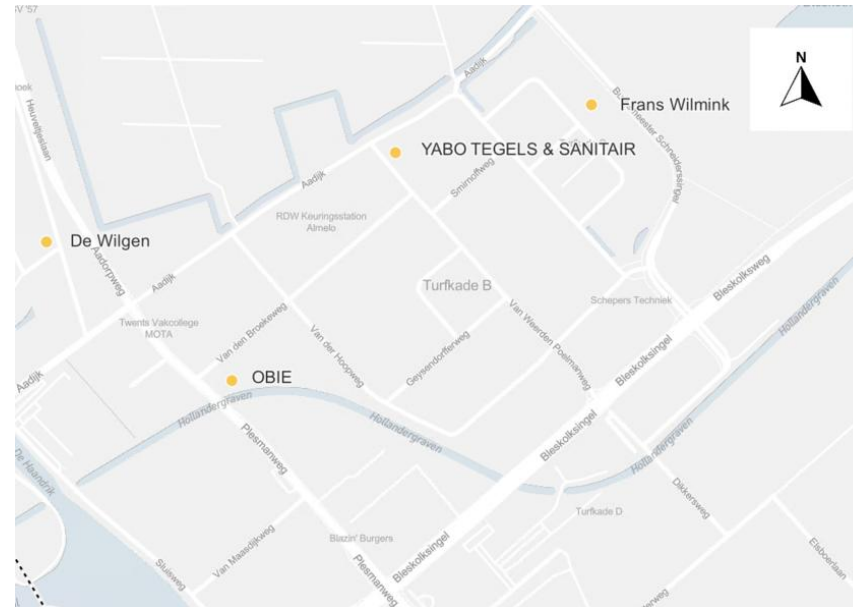
Conclusie

Het doelgerichte winkelaanbod functioneert momenteel beneden het landelijk gemiddelde. Dit zit vooral in de woonbranche. Inwoners van Almelo en regio zijn sterk op Hengelo Plein Westermaat georiënteerd door de aanwezigheid van veel massa en IKEA. Ook voor bruin- en witgoed-aankopen is men sterk op Hengelo georiënteerd door onder andere een grote Coolblue en MediaMarkt op Plein Westermaat. De elektrozaak Boxxer op de Lifestyle Boulevard in Almelo beperkt de afvloeiing. In de doe-het-zelfbranche is ook sprake van afvloeiing naar Hengelo door de aanwezigheid van Bauhaus. Met de komst van Hornbach Almelo kan deze afvloeiing worden omgebogen, zodat inwoners meer doe-het-zelf-aankopen doen in de eigen woonplaats.

Advies doelgericht winkelaanbod Almelo

De Lifestyle Boulevard is de belangrijkste concentratie voor doelgericht winkelaanbod voor inwoners in Almelo en Noordwest Twente. Dit moet zo blijven. Opvallend is dat toch nog bijna 50% van het totale doelgerichte winkelaanbod buiten winkelconcentraties ligt. Zie de kaartjes hier-naast. Ook is er nog relatief veel aanbod aanwezig in diverse radialen en aanloopstraten, zoals de Nieuwstraat, Ootmarsumsestraat en verschillende aanloopstraten van de binnenstad. We geven enkele aanbevelingen:

- De Lifestyle Boulevard zou de huidige branching moeten behouden van winkels in wonen, doe-het-zelf en vrijetijdsartikelen. Verdere verbreding naar dagelijkse en/of recreatieve winkels tast de complementariteit met de binnenstad en buurt- en wijkcentra aan en is daardoor niet aan te bevelen.
- Om eventuele leegstand op de Lifestyle Boulevard in te vullen, dient actief acquisitie gepleegd te worden. Dit kan enerzijds door het stimuleren van verplaatsing van bestaande ondernemers uit Almelo en/of regio. Anderzijds zien we op basis van benchmarking nog formules die zich mogelijk willen vestigen (zie **figuur 25**).



- De juridisch-planologische mogelijkheden voor doelgericht winkel-aanbod buiten de winkelconcentratiegebieden dient beperkt te worden. Er dient actief aan de slag gegaan te worden met saneren van onbenutte plancapaciteit op bedrijventerreinen. Tegelijkertijd moet maatwerk mogelijk blijven voor specifieke, vaak zeer grootschalige, winkels. Denk aan kringloopwinkels, winkels in ABC-goederen (auto's, boten, caravans) en zwembaden. Ook voor Hornbach is destijds in dit kader maatwerk verleend.

Kwalitatieve behoefte

Het huidige winkelaanbod op de Lifestyle Boulevard is vergeleken met vergelijkbare boulevards (Woonboulevard Beerwijk, Roda Boulevard, Woonboulevard Barendrecht, Woonboulevard Bergen op Zoom, Woonboulevard de Mortiere, Schuttersveld, de Centrale Retailpark, De Voorwaarts, Woonboulevard Veenendaal). Op basis van de benchmark, het type consument en nabijgelegen winkelaanbod is gekeken welke winkel-formules eventueel nog passend zijn om aan te trekken.



Figuur 25: Missende formules voor de Lifestyle Boulevard.

Bijlage 1 - Begrippenlijst

Bestedingspotentieel

Totaal aan toonbankbestedingen in winkels die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoner-aantal en gemiddelde (landelijke) netto omzet per hoofd van de bevolking.

Blurring

De functievermenging tussen detailhandel en diensten met horeca. Denk aan het wijntje of biertje bij de kapper. Blurring is vanuit ondernemerschap wenselijk, maar wordt met name vanuit de Drank- en Horeca-wetgeving/Alcoholwet bemoeilijkt.

Buurthub, winkelgebied of centrumgebied

Een buurthub, winkelgebied of centrumgebied is een concentratie- c.q. centrumgebied in een buurt of wijk, waar diverse voorzieningen samenkomen die primair een functie hebben voor inwoners in de buurt of wijk. De term beschrijft bovendien het proces van verkleuring van traditionele pure winkelgebieden naar meer gemengde centrumgebieden op lokaal niveau met naast één of enkele winkels ook ambachten, diensten, horeca, zorg, maatschappelijk, etc. Op basis van de definitie van Locatus is sprake van een winkelgebied vanaf 5 winkels die min of meer aaneengesloten liggen.

Branchering: Het indelen van horecagelegenheden op basis van hun type, aanbod en doelgroep. Branchering kan worden gebruikt om een diversiteit aan horecaconcepten en -ervaringen in een gebied te waarborgen.

BVO/WVO

- **Bruto vloeroppervlak:** Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580

- **Winkelverkoop vloeroppervlak:** alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.), conform de definitie van Locatus.

Detailhandel (als activiteit)

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

Detailhandel: Dagelijkse sector

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

Detailhandel: Niet-dagelijkse sector

Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat het hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen, bruin- en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen. Binnen deze sector maken we vaak onderscheid in sub sectoren.

- **Recreatief winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoeks-motief met winkels op het gebied van mode, luxe en vrije tijd.
- **Doelgericht winkelen:** geredeneerd vanuit het bezoeks-motief met winkels op het gebied van in/om het huis en overige detailhandel.

(Hoofd)detailhandelsstructuur

De concentratiegebieden c.q. (winkel)centra waar beleidsmatig op wordt ingezet.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn. In DPO-onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit koopkrachtbinding exclusief online.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun (detailhandels-)bestedingen plaatsen bij gevestigde winkels buiten dat gebied. In DPO-onderzoek rekenen we altijd met toonbankbestedingen, dus daarom is dit afvloeiing exclusief online.

Koopkrachttoevloeiing

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

Koopstroomgegevens

Onderzoeksresultaten uit koopstromenonderzoek (KSO). In de basis wordt hiermee de koopkrachtbinding, -afvloeiing en -toevloeiing bedoeld. Ook kunnen kwalitatieve aspecten worden bedoeld, zoals koop-motieven, beoordelingen en persoonskenmerken.

Leegstand (op basis van Locatus)

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumentgerichte dienstverlening zal terugkomen. Het betreft dus leegstand van verkooppunten en niet leegstand van uitsluitend winkels.

Plancapaciteit (hard)

In principe wordt met plancapaciteit de harde plancapaciteit bedoeld, tenzij expliciet anders vermeld. Harde plancapaciteit zijn de directe vestigingsmogelijkheden voor detailhandel die zijn vastgelegd in een juridisch bindend planologisch kader, zoals vastgestelde bestemmingsplannen, uitwerkingsplannen, gebieden zonder bestemmingsplan (witte vlekken) en verleende (kruimel) omgevingsvergunningen.

Supermarkt

Een zelfbedieningswinkel, waar een breed assortiment algemene en verse levensmiddelen en voedingsmiddelen worden verkocht, met een additioneel assortiment non-food. Hierbinnen worden meerdere typen onderscheiden, afhankelijk van de omvang van de winkelruimte.

- **Foodmarkt en XL supermarkten:** groter dan 2.000 m² wvo. In de regel met een ruimer en dieper assortiment evenals meer focus op horeca en versproducten uit verschillende keukens.
- **Reguliere (moderne) supermarkten:** tussen 600 en 2.000 m² wvo. Een winkel met een breed en volwaardig boodschappenassortiment.
- **Doelgroep- en gemakswinkels:** 250 tot 600 m² wvo. In de regel met een specifiek assortiment vaak gericht op een specifieke doelgroep, zoals mensen met een bepaalde migratieachtergrond of biologische producten.
- **Levensmiddelen speciaalzaken en drogisterijen:** (meestal) kleiner dan 250 m² wvo en gericht op één of enkele artikelen, zoals een slager, bakker, slijter, groente/fruit, kaas, vis, etc.

Vloerproductiviteit

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

Verspreide Bewinkeling

Alle verkooppunten die buiten winkelgebieden vallen, worden tot de verspreide winkels gerekend.

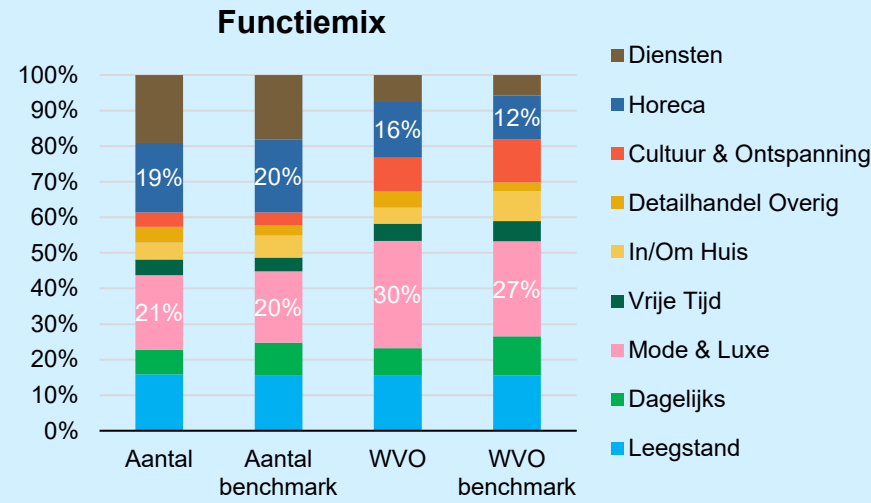
Winkel

Een fysiek verkooppunt.

Bijlage 2 - Feiten en cijfers centrumgebieden

Centrum Almelo

Binnenstad



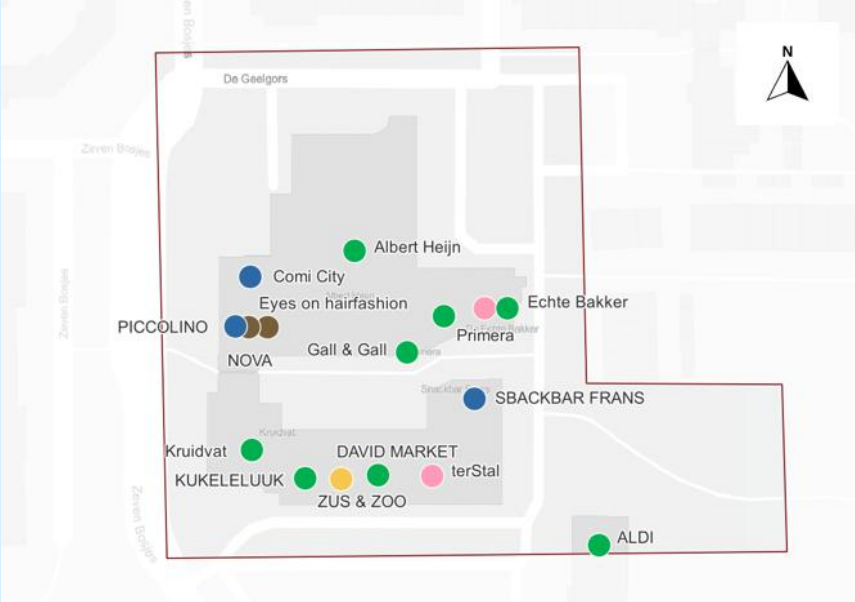
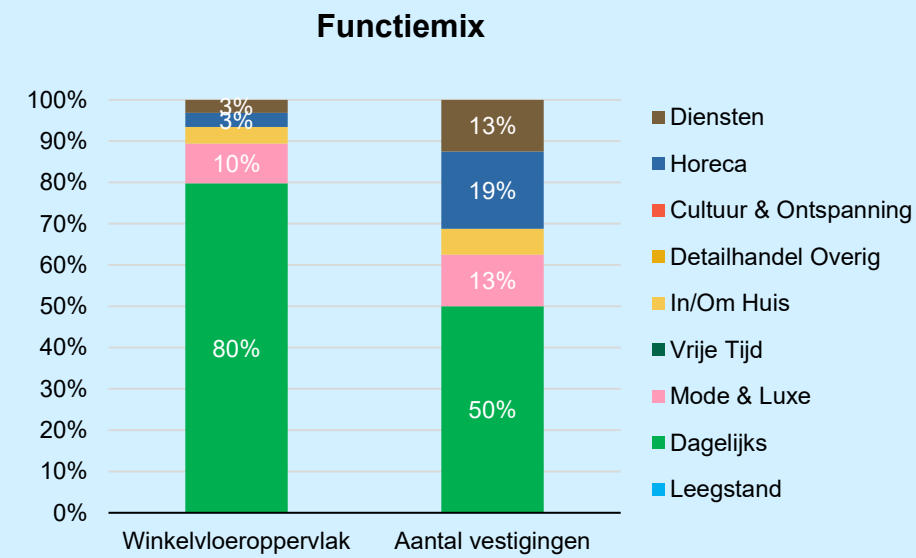
- Op basis van het Koopstromenonderzoek is zichtbaar dat de recreatieve verzorgingsfunctie **onder druk** staat. Zo neemt de binding af en de afvloeiing (vooral naar Hengelo en Enschede) toe. Zo bedroeg de binding voor het centrum van Almelo voor de recreatieve sector in 2019 nog 34%, anno 2023 bedraagt de binding 27%. Ook krimpt de regiofunctie (krimpt toevloeiing), namen de online bestedingen tot 2023 toe en verliest de binnenstad ook marktaandeel ten gunste van de buurt- en wijkcentra in Almelo.
- Het centrum heeft een **centrale ligging** binnen de gemeente. De uitgestrekte vorm van het centrum en versnippering maakt dat combinatiebezoeken beperkt zijn en er beperkte synergie is.
- De komende jaren neemt het **aantal inwoners** in de inwoners en **economisch draagvlak** fors toe. Dit biedt kansen voor het centrum van Almelo, echter blijft het de uitdaging om de lokale inwoners aan het centrum te binden.



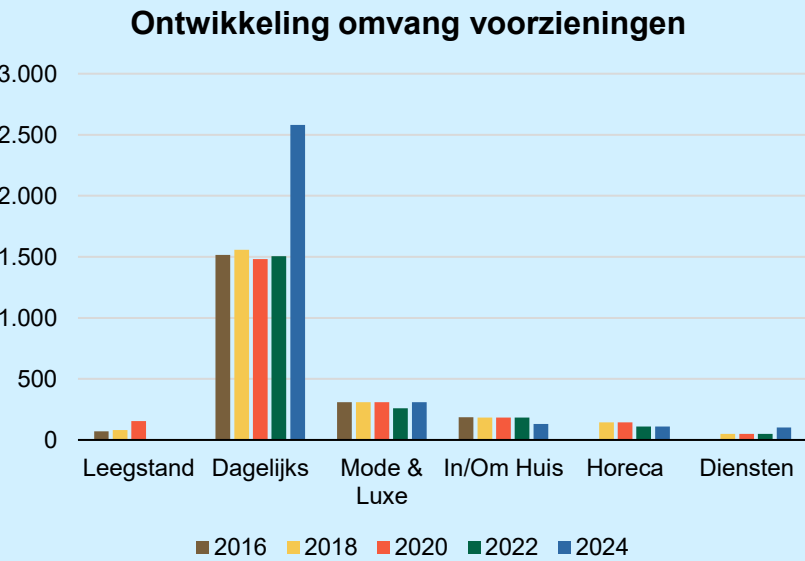
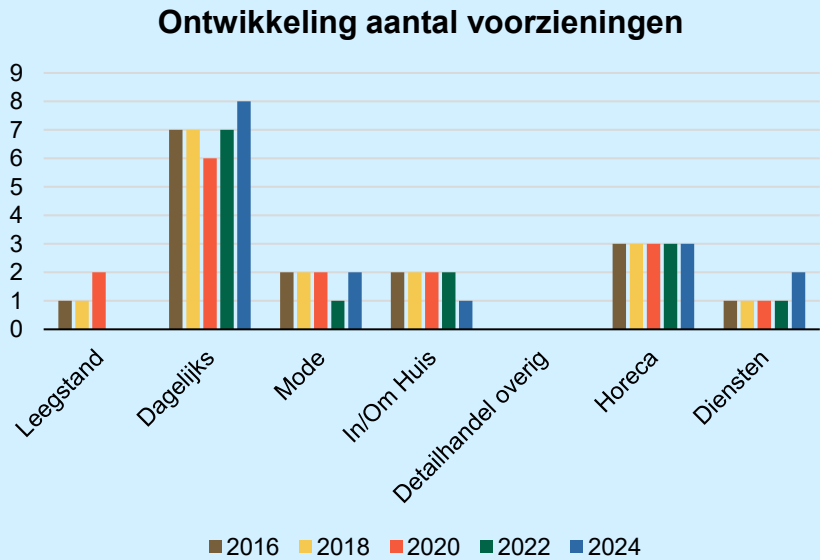
Figuur 26: Ruimtelijke spreiding van de voorzieningen in het gebied.

Tabel 10: Beoordeling binnenstad.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Oranje
Moderne maat supermarkt(en)	Rood
Bereikbaarheid	Oranje
Parkeren	Oranje
Diversiteit voorzieningenaanbod	Oranje
Uitstraling en inrichting	Oranje
Compactheid centrum	Rood
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje



Figuur 27: Ruimtelijke spreiding van de voorzieningen in het gebied.



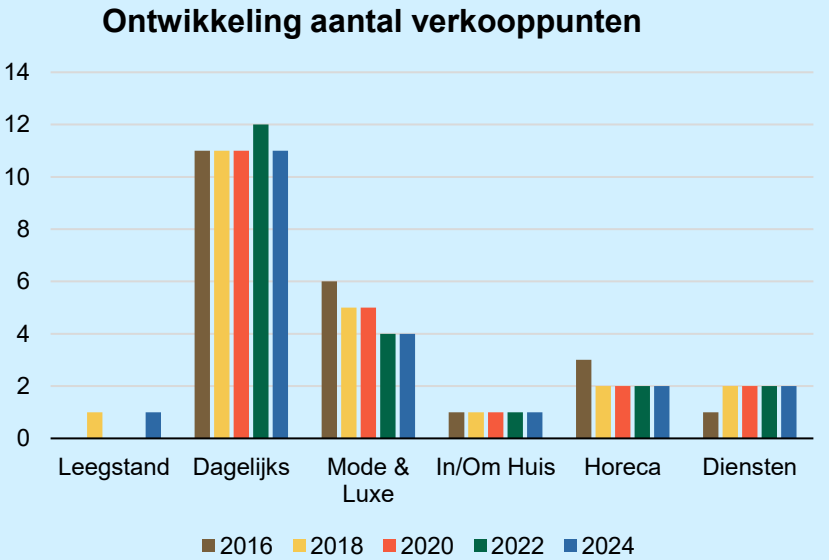
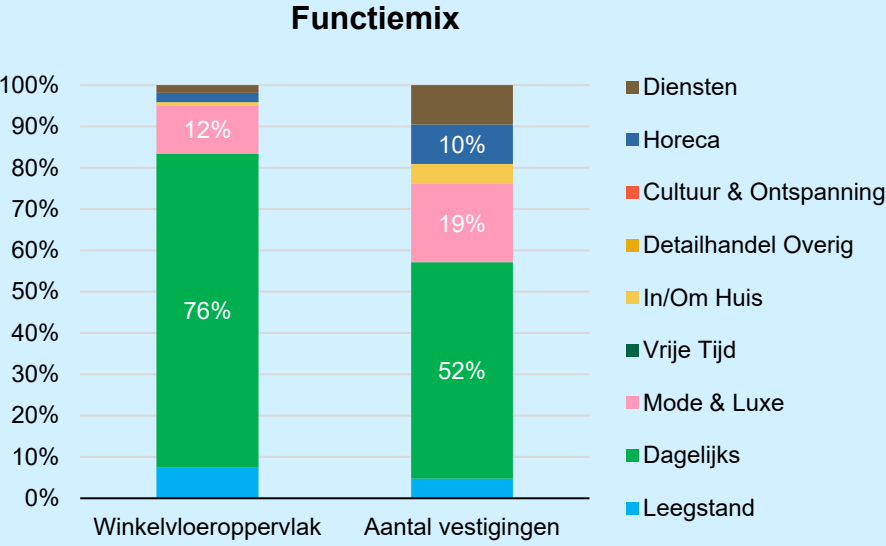
- De Gors heeft een goede ligging centraal in de wijk. Het wijkcentrum beschikt over **twee complementaire supermarkten**: Aldi (1.075 m² wvo) en Albert Heijn. De Aldi supermarkt heeft in 2023 een grondige opknapbeurt gehad. Qua moderne maatstaven is de vestiging van Albert Heijn (970 m² wvo) aan de kleine kant. Verder is er sprake van een **standplaats**.
- Naast twee supermarkten is er ook beperkt overig dagelijks aanbod zoals een bakker en een poelier gevestigd. Daarnaast is er ook **ander aanbod gevestigd** zoals verschillende horecazaken (o.a. een grillroom en snackbar), een opticien, dierenwinkel en een kledingwinkel.
- Het draagvlak** in de wijk zal op basis van de woningbouwplannen nagenoeg gelijk blijven. Dit is ruimvoldoende voor dit wijkcentrum. Het aanbod functioneert daardoor momenteel ook goed.
- Het winkelcentrum stamt oorspronkelijk uit 1990 en heeft in 2023 een facelift gehad. Er kwamen nieuwe bankjes en meer groen. Het winkelcentrum is erg naar **binnen gericht**. De buitenkant verdient qua uitstraling nog aandacht.

Tabel 11: Beoordeling De Gors.

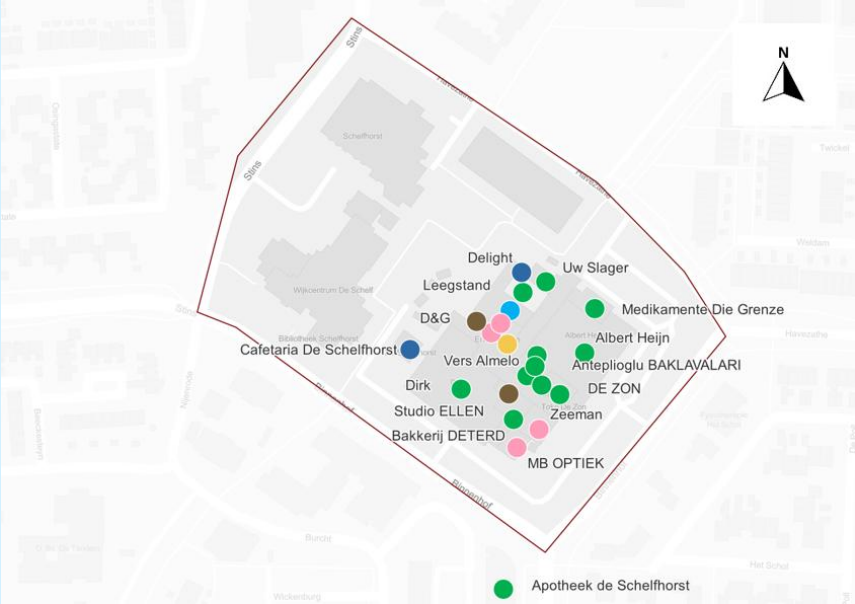
Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Oranje
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Groen
Uitstraling en inrichting	Oranje
Compactheid centrum	Groen
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

De Schelfhorst

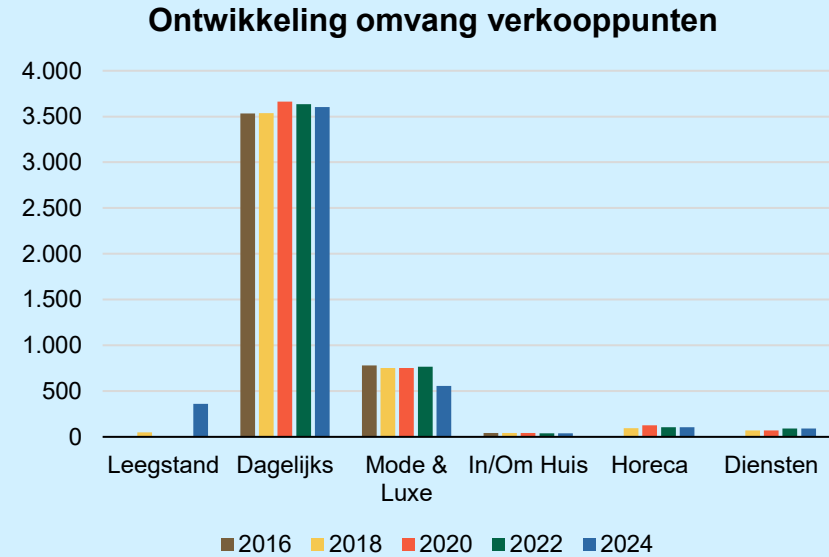
Wijkcentrum



- Winkelcentrum de Schelfhorst is een compleet wijkwinkelcentrum met twee moderne supermarkten: Albert Heijn en Dirk. Het overige winkelaanbod focust zich met name op boodschappen doen. Zo is er een bakker, slager en groente/fruitwinkel gevestigd. Daarnaast zijn er verschillende modewinkels gevestigd zoals Zeeman en En-sink Mode.
- Het winkelcentrum heeft een goede ligging in de gelijknamige wijk. Zeker met het oog op de bevolkingsgroei kan het winkelcentrum een belangrijke rol vervullen.
- Het winkelcentrum is meer dan alleen een plek om te winkelen, zo is er ook een apotheek gevestigd en naast het winkelcentrum is het wijkcentrum gelegen. Hiermee vervult het gebied een belangrijke functie binnen de wijk.
- De algehele uitstraling en sfeer van het winkelcentrum verdient een moderniseringsslag. Dit kan samengaan met intensivering van het ruimtegebruik en de functies.



Figuur 28: Ruimtelijke spreiding van de voorzieningen in het gebied.

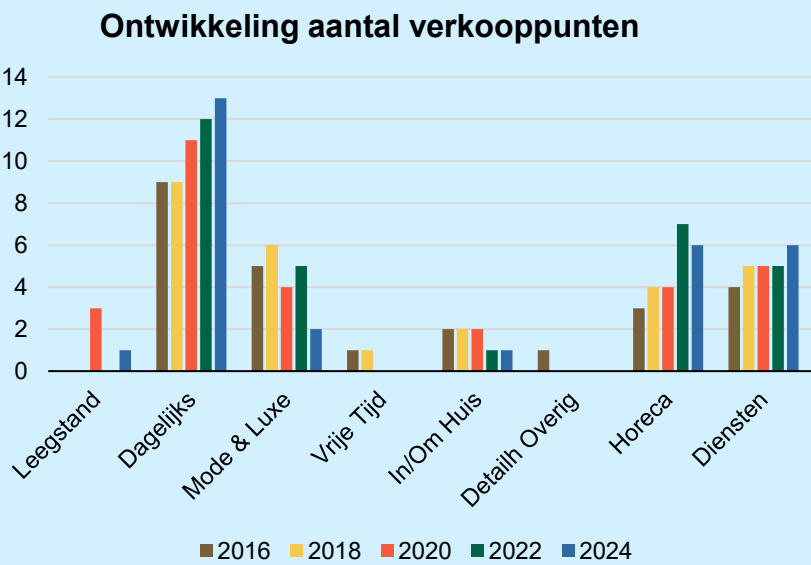
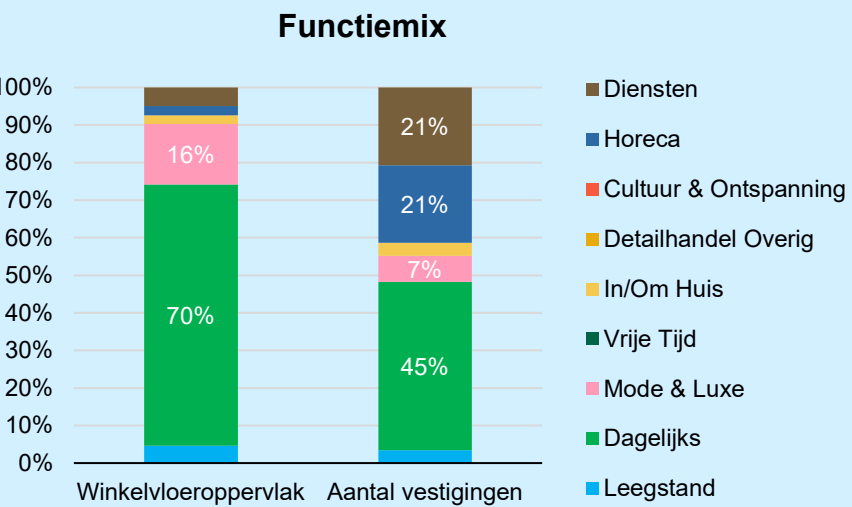


Tabel 12: Beoordeling De Schelfhorst.

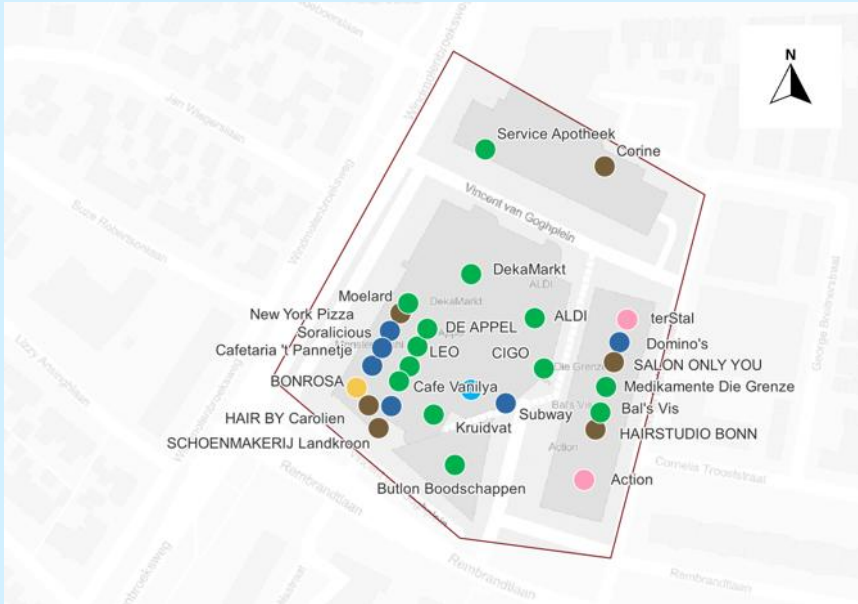
Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Groen
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Groen
Uitstraling en inrichting	Oranje
Compactheid centrum	Groen
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

Van Goghplein

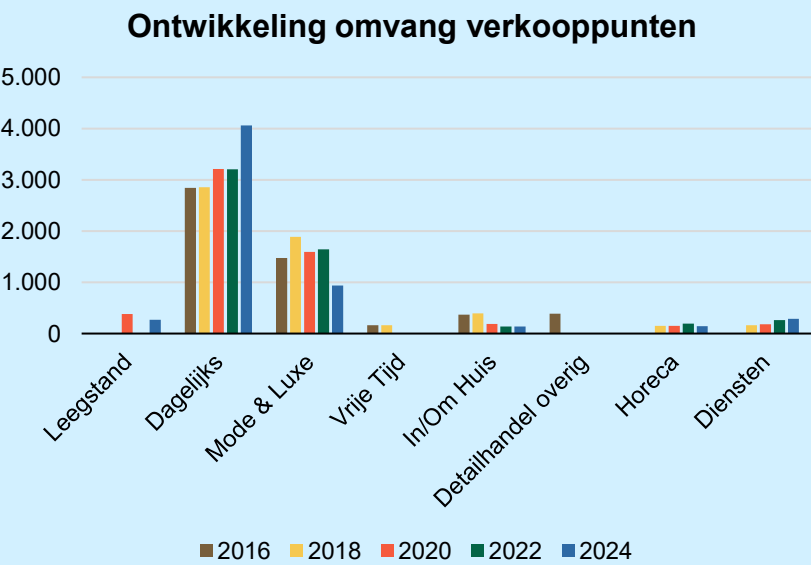
Wijkcentrum



- Het Van Goghplein is samen met de Schelfhorst een van de grotere wijkwinkelcentra van Almelo. In het wijkcentrum zijn drie supermarkten gevestigd. DekaMarkt (1.661 m² wvo), Butlon (659 m² wvo) en Aldi (855 m² wvo). DekaMarkt heeft een moderne toekomstbestendige maatvoering, de Aldi is qua omvang aan de kleine kant.
- Naast de diverse supermarkten is er ook **ander dagelijks aanbod** gevestigd zoals een bakker, kaaswinkel, viswinkel en een apotheek. Verder zijn er verschillende dienstverleners zoals kappers (4), een stomerij, schoenmakerij, verschillende horecazaken en een tweetal modezaken gevestigd. Ook is er een Action gevestigd.
- De wijk waarin het winkelcentrum van Goghplein is gelegen kent een hoog **aandeel inwoners met een niet Nederlandse afkomst**. Ook ligt het inkomen in de wijk fors beneden het gemiddeld inkomen in Almelo. Het huidige supermarktaanbod in combinatie met de overige voorzieningen sluit goed aan bij de doelgroepen die woonachtig zijn in het gebied.
- Het Van Goghplein heeft een **centrale ligging** in de wijk en heeft een goede bereikbaarheid.



Figuur 29: Ruimtelijke spreiding van de voorzieningen in het gebied.

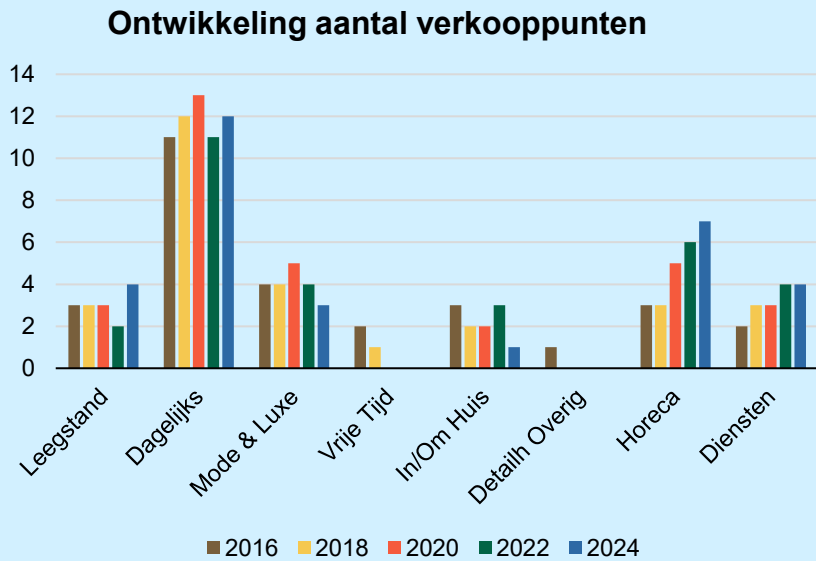
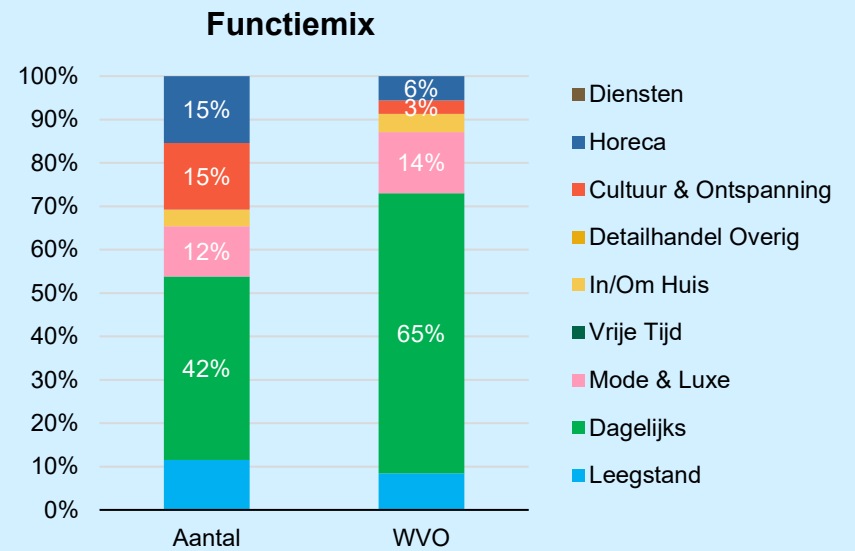


Tabel 13: Beoordeling Van Goghplein.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Oranje
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Groen
Uitstraling en inrichting	Oranje
Compactheid centrum	Groen
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

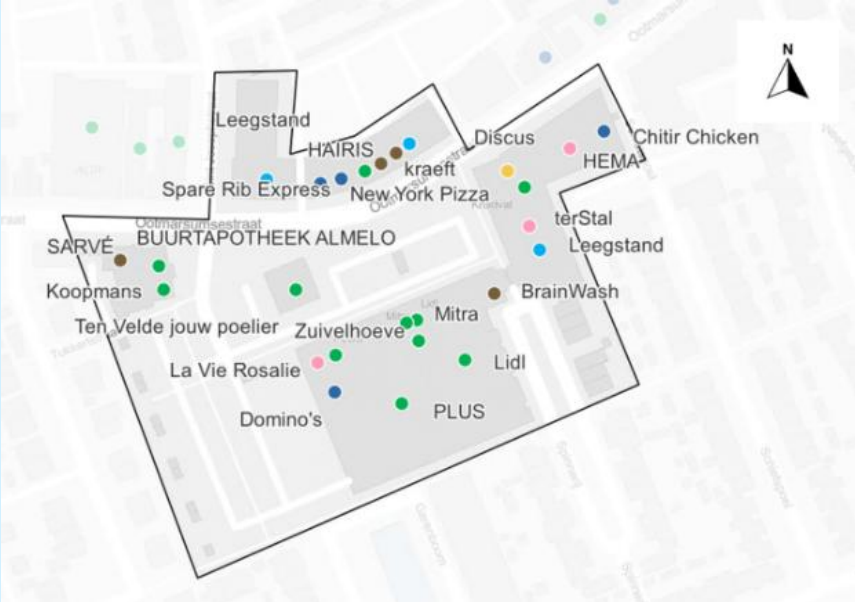
Eskerplein

Wijkcentrum

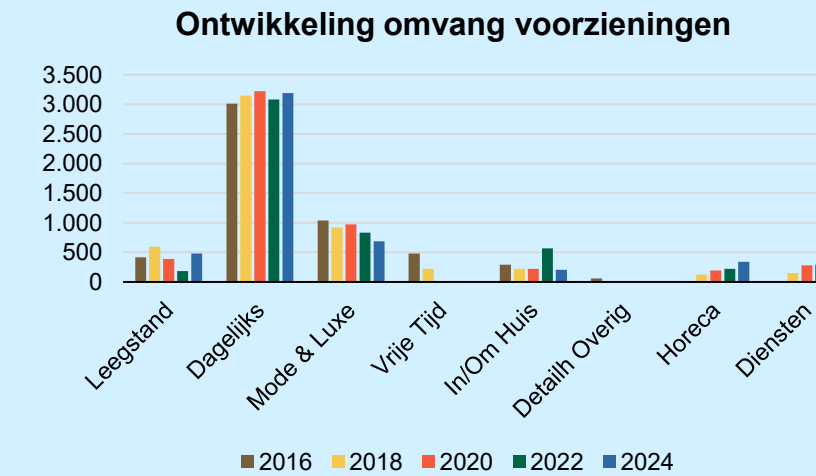


Eskerplein

- Het Eskerplein is een wijkcentrum met twee **supermarkten**, namelijk Plus (1.253 m² wvo) en Lidl (ruim 1.094 m² wvo). Lidl is naar moderne maatstaven aan de kleine kant en wenst modernisering. Verder kent het winkelgebied diverse speciaalzaken. Ook zijn er enkele modezaken en een Hema gevestigd. De supermarkten zijn met elkaar in gesprek om de winkels te moderniseren.
- Het centrum heeft een moderne uitstraling en is goed bereikbaar met zowel de auto als het openbaar vervoer. De **parkeersituatie** is een punt van aandacht. Ondanks dat de capaciteit theoretisch op orde is, is de verdeling niet optimaal. Consumenten zijn immers geneigd de auto te parkeren voor de deur van de supermarkten en daar loopt het op piekmomenten snel vast, wat ook onveilige situaties veroorzaakt.



Figuur 30: Ruimtelijke spreiding van de voorzieningen in het gebied.

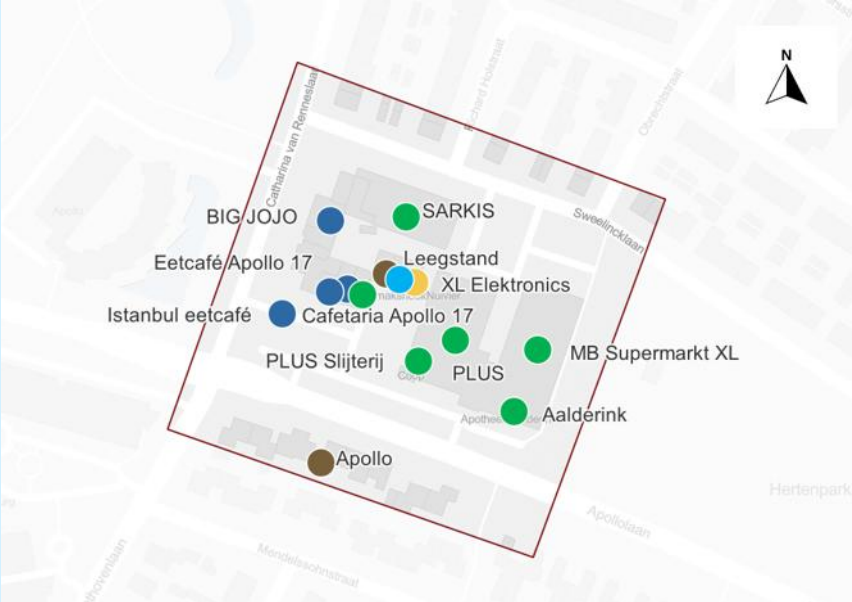
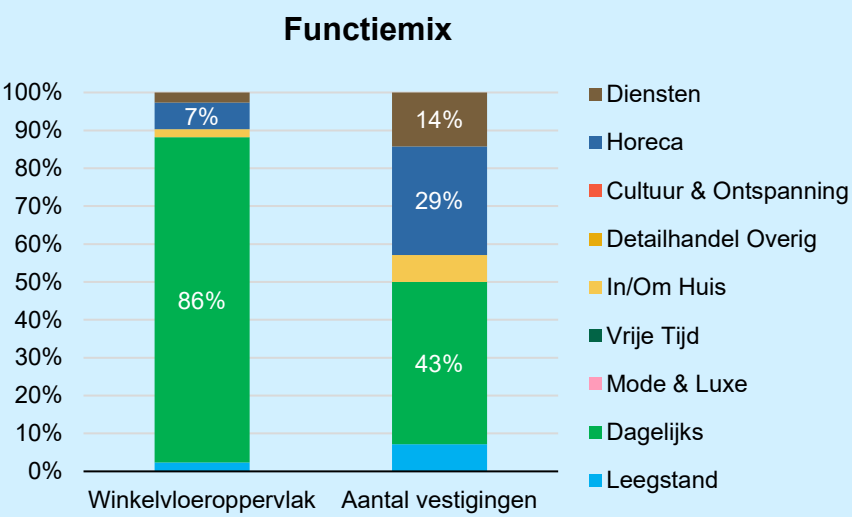


Tabel 14: Beoordeling Eskerplein.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Oranje
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Oranje
Diversiteit voorzieningenaanbod	Groen
Uitstraling en inrichting	Groen
Compactheid centrum	Groen
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

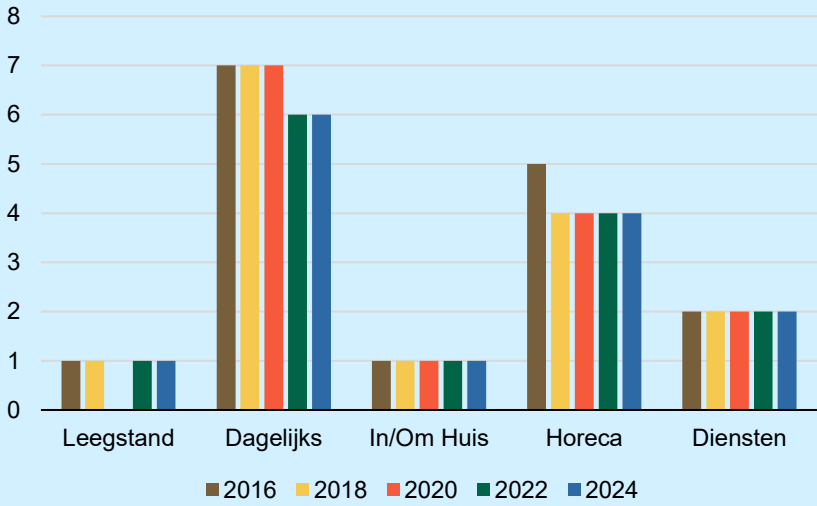
De Maat/Aaldrinkshoek

Buurtcentrum

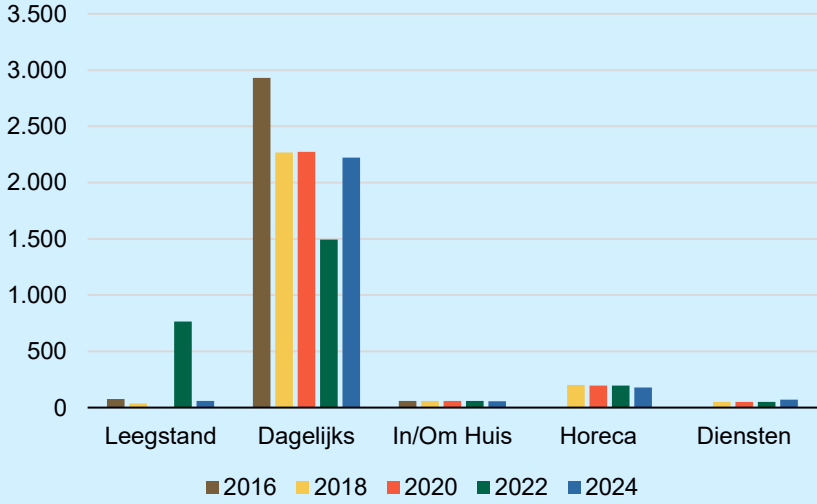


Figuur 31: Ruimtelijke spreiding van de voorzieningen in het gebied.

Ontwikkeling aantal verkooppunten



Ontwikkeling omvang verkooppunten



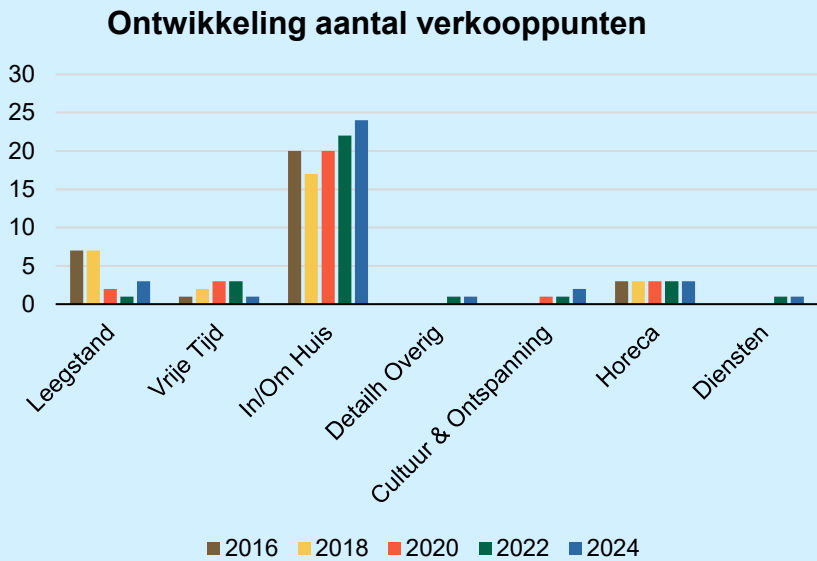
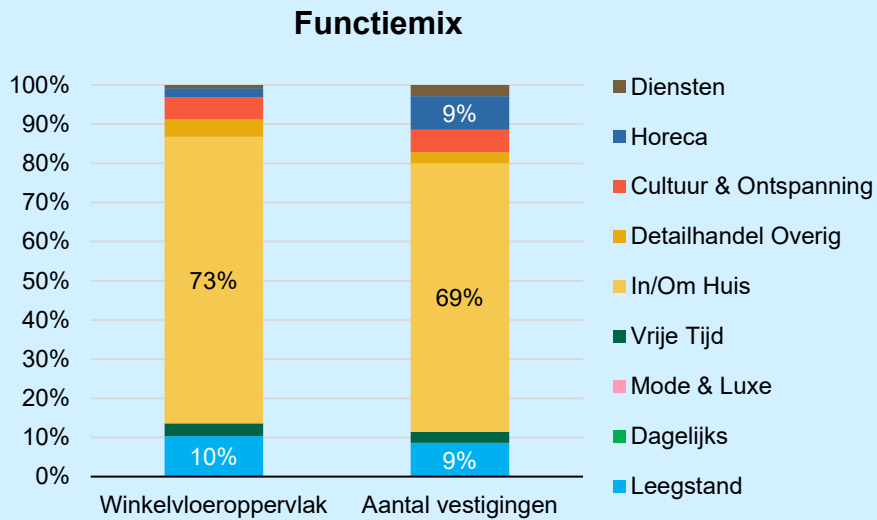
- Winkelcentrum de Maat is centraal gelegen in de wijk Wierdense Hoek. In totaal zijn er drie supermarkten gevestigd: Plus (913 m² wvo) en twee doelgroep supermarkten (MB SupermarktXL 764 m² wvo en SARKIS 405 m² wvo). Met name de Plus supermarkt is naar moderne maatstaven aan de kleine kant. Verder is er sprake van een **standplaats**.
- De doelgroepsupermarkten sluiten goed aan op de behoefte in de wijk. De wijk Wierdense Hoek kent een diverse samenstelling qua bevolkingsgroepen en kent diverse sociale en economische uitdagingen.
- Naast de supermarkten zijn er enkele horecazaken en twee kappers gevestigd. Het aanvullende dagelijkse aanbod is zeer beperkt.
- Het winkelcentrum oogt sterk verouderd en de uitstraling is matig. Ook de aard en kwaliteit van de omliggende wijk is matig, met relatief veel sociaal-maatschappelijke uitdagingen.
- De parkeermogelijkheden zijn beperkt, maar voldoende voor de huidige situatie.

Tabel 15: Beoordeling de Maat.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Oranje
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Oranje
Uitstraling en inrichting	Rood
Compactheid centrum	Groen
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

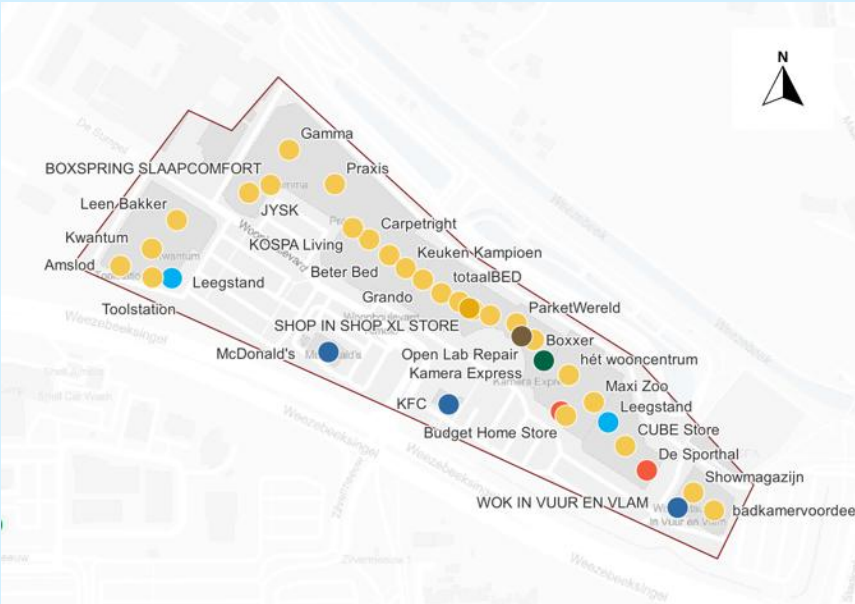
De Lifestyle Boulevard

PDV-locatie

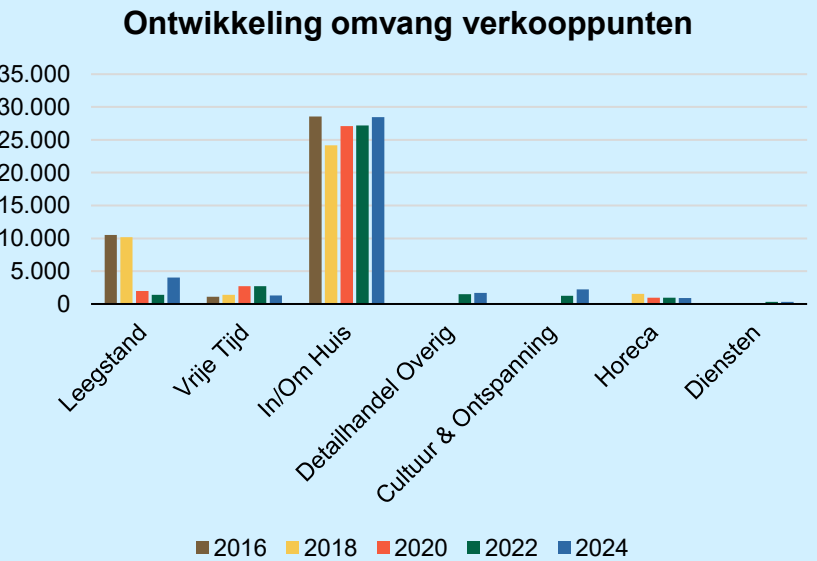


De Lifestyle Boulevard heeft een **divers aanbod aan perifere detailhandel**. Je kunt er terecht voor een nieuw interieur, badkamer, vloer of witgoed. Daarnaast is de boulevard uitgebreid met diverse speciaalzaken op het gebied van audio en camera, (hengel)sport en fietsen. Ook zijn er een tweetal horecazaken (fastfood), een wok concept en een vestiging van Monkey Town op de boulevard gevestigd. Onlangs heeft de Lifestyle Boulevard qua uitstraling een upgrade gekregen wat positief bijdraagt aan het functioneren.

- De **bereikbaarheid** van het gebied is goed door de ligging aan de N349. De Lifestyle Boulevard is hierdoor snel vanuit de verschillende wijken in Almelo te bereiken. Er is voldoende ruimte om de auto te parkeren.
- De meeste omzet (64%) komt uit de **eigen gemeente**, maar de boulevard trekt ook bestedingen uit de omliggende buurgemeenten. Voornamelijk uit Wierden en Twenterand en in mindere mate, Rijsen-Holten, Hellendoorn en Tubbergen. Tegelijkertijd is ook zichtbaar dat veel inwoners van Almelo Hengelo bezoeken voor het doelgerichte winkelaanbod. Met name Plein Westermaat wordt vaak bezocht, onder andere door de goede bereikbaarheid en het onderscheidende aanbod ten opzichte van Almelo.



Figuur 32: Ruimtelijke spreiding van de voorzieningen in het gebied.



Tabel 16: Beoordeling de Lifestyle Boulevard.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Niet van toepassing
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Groen
Uitstraling en inrichting	Groen
Compactheid centrum	Groen
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Groen

Solitaire supermarkten, radialen en buurtsteunpunten

Ook voor de solitaire supermarkten, supermarkten aan de radialen en de buurtstrips is een beoordeling gemaakt.

Bornerbroeksestraat

- De Aldi (882 m² wvo) en Jumbo (1.267 m² wvo) gelegen aan de Bornerbroeksestraat hebben beide een moderne omvang. Het winkelgebied is een goed voorbeeld waar een full-service supermarkt en een discount supermarkt naast elkaar gelegen zijn en elkaar versterken. De ingang van beide supermarkten is letterlijk naast elkaar.
- Beide supermarkten staan redelijk op zichzelf. In de directe omgeving is niet veel ander aanbod gevestigd. Tegenover beide supermarkten is een viswinkel gelegen en er is ook een restaurant gevestigd.
- Het gebied heeft een goede bereikbaarheid door de ligging aan de singel. Verder is er voldoende ruimte om de auto te parkeren.

Plus, Van Riemsdijkplein

- De Plus aan het Van Riemsdijkplein (Heracles stadion) is een solitair gelegen supermarktlocatie nabij de Lifestyle Boulevard. Door de ligging aan de N349 heeft de supermarkt een goede bereikbaarheid voor bezoekers vanuit heel de gemeente.
- Er is voldoende parkeercapaciteit. Om de parkeerdruk voor de supermarkt te verlichten, is er sinds kort een blauwe zone van kracht. Bezoekers kunnen één uur gratis parkeren. Wanneer er een wedstrijd van voetbalclub Heracles wordt gespeeld, is de supermarkt dicht. Het is daardoor een bijzondere locatie.
- De supermarkt heeft een toekomstbestendige maatvoering (1.309 m² wvo). In de directe omgeving is geen ander winkelaanbod gevestigd.

Tabel 17: Beoordeling Bornerbroeksestraat.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Groen
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Oranje
Uitstraling en inrichting	Groen
Compactheid centrum	Groen
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

Tabel 18: Beoordeling Plus Van Riemsdijkplein.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Groen
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Niet van toepassing
Uitstraling en inrichting	Groen
Compactheid centrum	Niet van toepassing
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

Plus, Bornsestraat

- De Plus aan de Bornsestraat is een solitaire supermarktllocatie ten zuiden van het centrum en functioneert zeer goed. De supermarkt heeft een **moderne en toekomstbestendige omvang** (1.515 m² wvo). De winkel is onlangs gemoderniseerd en heeft onder andere een nieuwe gevel gekregen. Naast de supermarkt is een Primera gevestigd. Tegenover de supermarkt is een Trekpleister, bloemenwinkel en schoenenzaak gevestigd. Verderop in de straat, op enige afstand van de supermarkt, is nog een bakkerij gevestigd. Hiermee heeft het gebied een sterke boodschappenfunctie. De voorzieningen in de straat hebben een belangrijke verzorgingsfunctie voor inwoners in de wijk en het zuidelijk deel van de binnenstad.
- In het gebied is een **blauwe zone** van kracht. Desondanks kan het in het gebied erg druk zijn en zou uitbreiding van het aantal parkeerplaatsen wenselijk zijn.
- Ook in deze omgeving zijn uitdagingen met betrekking tot veiligheid. Één van de redenen waarom deze supermarkt zo goed functioneert is vanwege de **lokale ondernemer**. Die treedt goed op en kan goed inspelen op de behoefte van de klant.

Tabel 19: Beoordeling Plus Bornsestraat.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Groen
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Oranje
Diversiteit voorzieningenaanbod	Groen
Uitstraling en inrichting	Groen
Compactheid centrum	Oranje
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

Plus, Vriezenveenseweg

- De solitair gelegen Plus supermarkt aan de Vriezenveenseweg is naar moderne maatstaven aan de kleine kant (955 m² wvo). Er zijn wensen voor modernisering, maar het is maar de vraag of dat op de bestaande locatie mogelijk is.
- De supermarkt heeft een belangrijke functie voor de wijk het Noorderkwartier. Het is ook de enige supermarkt in de wijk.
- Het overige aanbod in de directe omgeving van de supermarkt is beperkt. Tegenover de supermarkt is een kapper gelegen en op loopafstand is MD Supermarkt (doelgroep supermarkt, 223 m² wvo) gevestigd.
- Het aantal parkeerplaatsen in de directe omgeving is beperkt waardoor bezoekers van de overige voorzieningen gebruik maken van de parkeerplaatsen van de supermarkt.

Tabel 20: Beoordeling Plus Vriezenveenseweg.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Oranje
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Oranje
Diversiteit voorzieningenaanbod	Niet van toepassing
Uitstraling en inrichting	Oranje
Compactheid centrum	Niet van toepassing
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

Nettorama, Ootmarsumsestraat

- De Nettorama aan de Ootmarsumsestraat is een solitair gelegen supermarktllocatie. In de buurt van de supermarkt liggen nog enkele andere winkels, maar deze liggen op grotere afstand. Nettorama is een zeer succesvolle discountformule en functioneert goed.
- De supermarkt heeft een omvang van circa 1.040 m² wvo. Dit is naar moderne maatstaven aan de kleine kant. Modernisering van de winkel door schaalvergroting ligt voor de hand, vooral ten gunste van bredere gangpaden en ruimere inrichting.
- De supermarkt is erg naar de achterkant gericht waar ook de parkeerplaatsen te vinden zijn. Er zijn voldoende parkeerplaatsen.
- Omdat de supermarkt de enige Nettorama vesting is in de gemeente Almelo heeft de supermarkt een hoge aantrekkingskracht. Zeker het feit dat Nettorama bekend staat als een goedkopere prijsbewuste supermarkt spreekt veel consumenten aan. Zeker in een gemeente als Almelo waar het gemiddeld inkomen in verschillende wijken een stuk lager ligt dan gemiddeld in de gemeente en Nederland.

Tabel 21: Beoordeling Nettorama Ootmarsumsestraat.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Oranje
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Niet van toepassing
Uitstraling en inrichting	Oranje
Compactheid centrum	Niet van toepassing
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

Lidl, Bornsestraat

- De Lidl aan de Bornsestraat is een solitaire supermarktlocatie. De supermarkt heeft een moderne uitstraling en maatvoering (1.225 m² wvo).
- De supermarkt vervult een belangrijke functie voor het oostelijk deel van de gemeente. De ligging van de N349 is met name voor inwoners uit de buurt Kollenveld een barrière. Voor deze inwoners ligt de dichtstbijzijnde supermarkt op grotere afstand en moet eerst de N349 overgestoken worden.
- In de directe omgeving is geen ander (dagelijks) aanbod gevestigd.

Albert Heijn, Nieuwstraat

- De Albert Heijn aan de Nieuwstraat is een solitaire supermarktlocatie gelegen in het midden van de wijk. De supermarkt heeft een omvang van 1.219 m² wvo en heeft daarmee een redelijke omvang. In 2015 heeft de winkel een grondige opknapbeurt gehad.
- In de directe omgeving van de supermarkt is het overige aanbod aan (winkel)voorzieningen beperkt. Tegenover de supermarkt zijn twee kappers gevestigd en verderop in de straat is nog een cafetaria, kleine doelgroepsupermarkt en opnieuw een kapper gevestigd.
- Er is voldoende ruimte om te parkeren.
- Gezien de korte afstand van diverse andere supermarkten, functioneert de supermarkt matig. Het economisch draagvlak is beperkt.

Aldi, Ootmarsumsestraat

- De Aldi aan de Ootmarsumsestraat is een solitaire supermarktlocatie die slecht functioneert. De supermarkt heeft een omvang van 841 m² wvo en heeft daarmee een naar moderne standaarden te kleine winkel.
- Nog problematischer is de slechte zichtbaarheid en bereikbaarheid. De supermarkt ligt verstopt en is daardoor niet goed bereikbaar voor consumenten. Bovendien is het economisch draagvlak beperkt voor Aldi, door de sterke super van Nettorama en Lidl die een betere uitgangspositie hebben.

Tabel 22: Beoordeling Lidl Bornsestraat.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Groen
Moderne maat supermarkt(en)	Oranje
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Oranje
Uitstraling en inrichting	Groen
Compactheid centrum	Niet van toepassing
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

Tabel 23: Beoordeling Albert Heijn Nieuwstraat.

Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Rood
Moderne maat supermarkt(en)	Groen
Bereikbaarheid	Groen
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Oranje
Uitstraling en inrichting	Groen
Compactheid centrum	Niet van toepassing
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

Tabel 24: Beoordeling Aldi Ootmarsumsestraat.

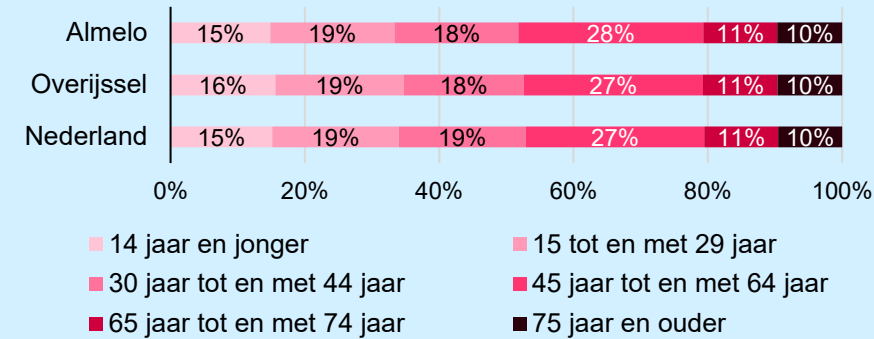
Aspect	Beoordeling
Economisch draagvlak	Rood
Moderne maat supermarkt(en)	Oranje
Bereikbaarheid	Oranje
Parkeren	Groen
Diversiteit voorzieningenaanbod	Niet van toepassing
Uitstraling en inrichting	Groen
Compactheid centrum	Niet van toepassing
Passend bij doelgroep	Groen
Veiligheid	Oranje

Bijlage 3 - Demografie en doelgroepen

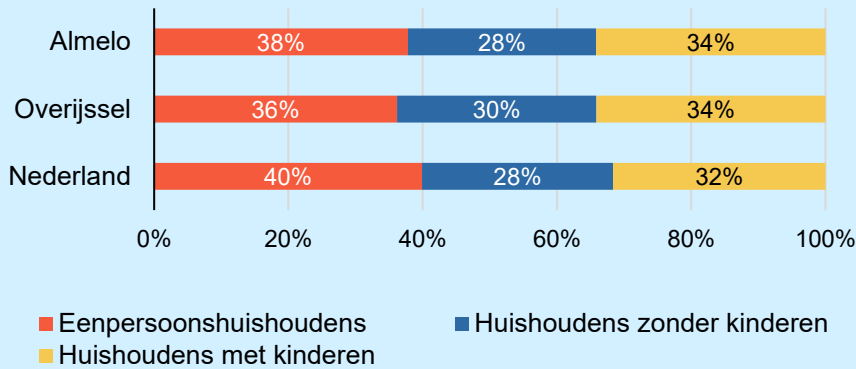
Demografische kenmerken

- De grootste groep inwoners qua **leeftijd** in de gemeente Almelo zijn de 45-64 jarige (28%). Gevolgd door de leeftijdscategorie 30 tot 44 jaar (18%) en 15 tot 29 jaar (19%). Vergeleken met Nederland en het gemiddelde in de provincie Overijssel is de leeftijdsverdeling in de gemeente Almelo vergelijkbaar.
- De **huishoudenssamenstelling** wijkt in de gemeente Almelo beperkt af wanneer de vergelijking gemaakt wordt met het Nederlands en provinciaal gemiddelde. In de gemeente Almelo ligt het aandeel eenpersoonshuishoudens iets hoger (38%) dan in de provincie (36%), het aandeel huishoudens met kinderen ligt juist iets lager.
- Het **gemiddeld inkomen per inwoner** in de gemeente Almelo bedraagt € 27.900 en ligt een stuk lager dan het landelijk gemiddelde (€ 32.700). Het werkloosheidspercentage ligt in de gemeente Almelo (4%) iets hoger dan gemiddeld in Nederland (3,6%) en ook wonen in Almelo per 1.000 inwoners gemiddeld meer mensen met een bijstandsuitkering. Inwoners van Almelo zijn minder kapitaalkrachtig, wat ook van invloed is op het winkelaanbod.
- In de gemeente Almelo woont een diverse groep mensen. Vergeleken met het Nederlands gemiddelde wonen er in Almelo meer mensen met een **migratieachtergrond**. Almelo heeft een relatief hoog aantal inwoners met een Turkse migratieachtergrond, ongeveer 8% van de bevolking¹. Dit komt voornamelijk door de arbeidsmigratie in de jaren '60 en '70, toen Nederland Turkse arbeiders aantrok om te werken in de industrie. Almelo had destijds veel werkgelegenheid in de textielindustrie.
- In figuur 33 is gekeken naar verschillende wijkenmerken, namelijk het aantal inwoners, het aandeel 65+ -ers, het aandeel huishoudens met kinderen, gemiddeld inkomen per inwoner (2023), de gemiddelde WOZ waarde van een woning en het aandeel bevolking van een buitenlandse komaf.

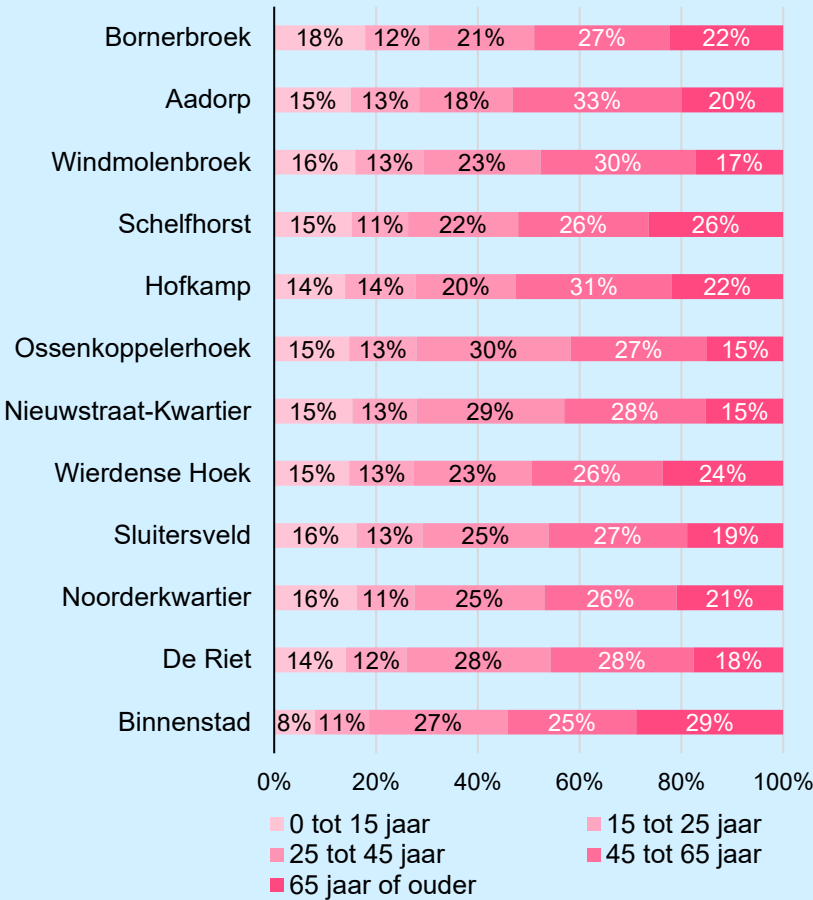
Leeftijdsverdeling



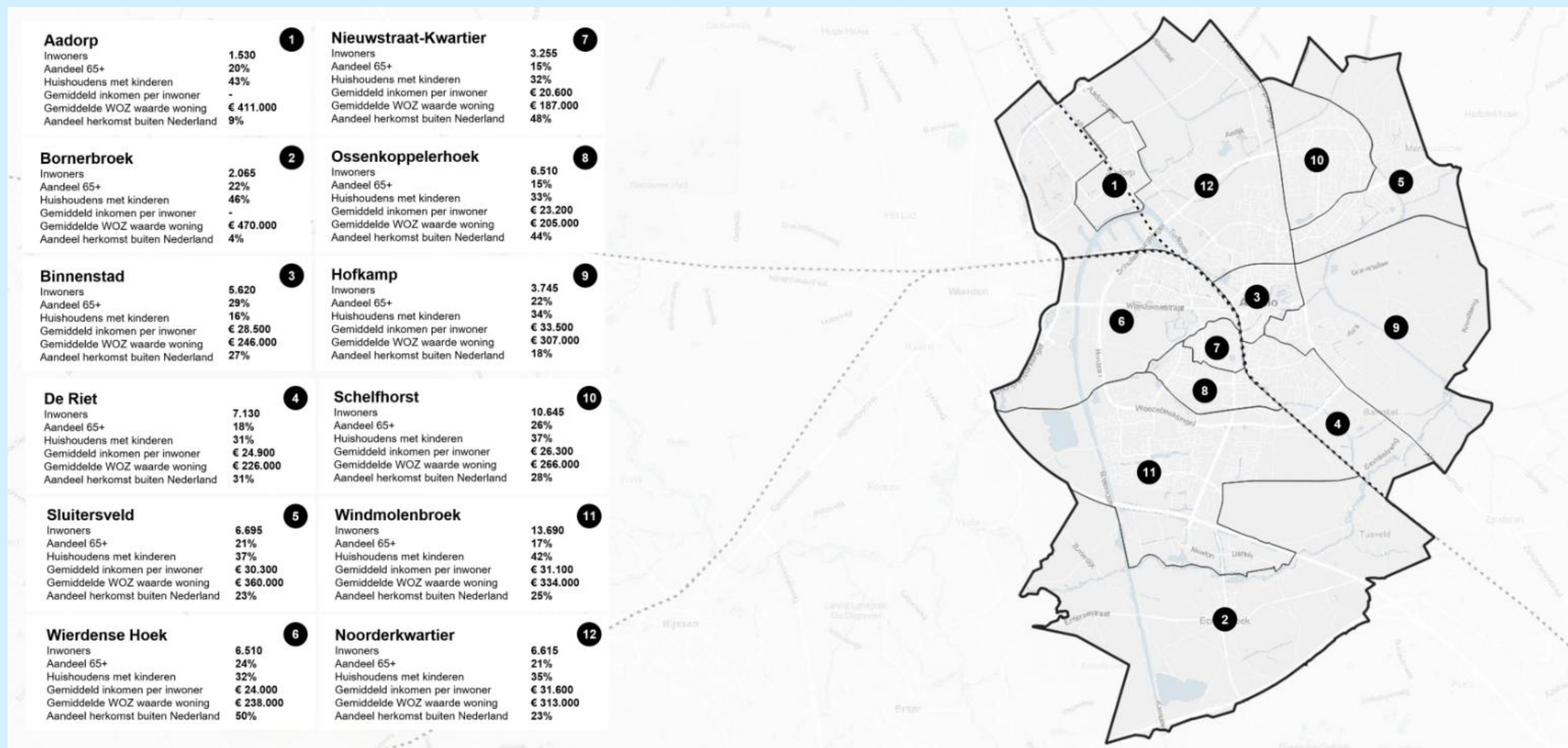
Huishoudenssamenstelling



Leeftijdsverdeling per wijk



¹ CBS, Regionale Kerncijfers Nederland, 2022.



Figuur 33: Wijkenmerken Almelo.

Doelgroepen en demografie

Om inzicht te krijgen in het type consument is een Whize-doelgroepen-analyse gemaakt. Whize levert consumentensegmentatiedata. Deze data kan worden gebruikt bij het implementeren van micromarketing strategieën of vergelijkbare onderzoeken. De Nederlandse bevolking is in het segmentatiemodel onderverdeeld in 11 segmenten waarmee een duidelijk beeld geschetst kan worden van de Nederlandse consument betreft hun socio-demografie, levensstijl, cultuur en koopgedrag.

Beschrijving per wijk

Aadorp

Aadorp is een klein dorp in de gemeente Almelo. In het dorp wonen 1.530 inwoners. Het aandeel 65+ -ers ligt iets onder het gemeentelijk gemiddelde van 22%. Zowel de gemiddelde WOZ waarde als het aandeel huishoudens met kinderen ligt boven het gemeentelijk gemiddelde. Qua Whize segment is de groep Landelijke Vrijheid het meest vertegenwoordigd.

Bornerbroek

Bornerbroek is, net als Aadorp, een klein dorp in de gemeente Almelo. Het aantal inwoners ligt iets hoger dan in Aadorp (2.065). Ook het aandeel 65+ -ers ligt iets hoger evenals het aandeel huishoudens met kinderen. De gemiddelde WOZ waarde van een huis is in Bornerbroek het hoogst van heel de gemeente (€ 470.000). Qua Whize segment is de groep Landelijke Vrijheid het meest vertegenwoordigd.

Binnenstad

De binnenstad van Almelo verschilt qua demografische kenmerken duidelijk van de andere wijken in de gemeente. De samenstelling van de bevolking is divers, er wonen verschillende typen mensen. Qua Whize segmenten komen Volks en Uitgesproken, de Bescheiden Ouderen en Jong en Hoopvol het meeste voor. Ook ligt het aandeel 65+ -ers het

hoogst in de binnenstad vergeleken met de overige wijken. Deze verschillende groepen kiezen er vaak bewust voor om op korte afstand van de verschillende voorzieningen te wonen.

De Riet

De Riet is een wijk met ongeveer 7.130 inwoners. In de wijk staan relatief veel huurwoningen (58%). De gemiddelde woningwaarde ligt dan ook aan de lage kant (€ 226.000), wat de wijk ook aantrekkelijk maakt voor jonge gezinnen en starters. Het grootste deel van de inwoners is tussen de 25 en 45 jaar oud.

Sluitersveld

De wijk Sluitersveld heeft een diverse bevolking en een mix van verschillende woningtypes. De gemiddelde woningwaarde ligt vrij hoog. De wijk heeft een levendige sfeer met veel groen en speeltuinen. Hierdoor is de wijk in trek bij gezinnen met kinderen. Ook de aanwezigheid van verschillende scholen en sportfaciliteiten draagt hieraan bij. Qua Whize segment komt Plannen en Rennen veel voor evenals de groep Zorge-loos en Actief.

Wierdense Hoek

De wijk de Wierdense Hoek kent een diverse samenstelling qua bevolkingsgroepen zoals al te zien is aan de diverse Whize segmenten per buurt. Volks en Uitgesproken, Gewoon Gemiddeld, Dromen en Rondkomen en Landelijke Vrijheid zijn segmenten die veel in de wijk voorkomen. Zowel het gemiddeld inkomen als de gemiddelde WOZ waarde ligt er een stuk lager dan gemiddeld in Almelo.

Nieuwstraat-Kwartier

Het Nieuwstraat-Kwartier is een diverse wijk waar qua Whize segment Dromen en Rondkomen het meeste voorkomt. In de wijk is de sociale ongelijkheid groot. Het gemiddeld inkomen en de gemiddelde WOZ waarde van een woning ligt het laagst van alle wijken in Almelo.

A: Dromen en Rondkomen

Een groep met een laag welvaartsniveau, vaak woonachtig in stedelijk gebied. De leeftijd van deze groep ligt vaak tussen de 30 en 50 jaar en vervullen vaak eenvoudige functies.

B: Jong en hoopvol

Alleenstaanden onder de 30 jaar (ook studenten) waarvan de toekomst nog open ligt. Ze hebben nog niet de middelen voor een koopwoning, dus huren ze vaak een klein appartement in grote steden.

C: Volks en uitgesproken

Uitgesproken groep met het zwaartepunt tussen de 45 en 60 jaar, vaak alleenstaand of samenwonend zonder kinderen. De groep is vaak laaggeschoold en zit regelmatig zonder werk thuis.

D: Bescheiden ouderen

65-plusser met een beperkt inkomen, vaak woonachtig in een appartement of eenvoudig rijtjeshuis in een dorp of kleine stad.

E: Stedelijke dynamiek

Druk, ambitieus en sociale groep veelal hoogopgeleide mensen tussen de 20 en 50. Groot deel is alleenstaand of heeft een gezin met jonge kinderen en woonachtig in vooroorlogse appartementen in grotere steden.

F: Gewoon gemiddeld

Deze groep staat midden in het leven, heeft kinderen en bezit een rijtjeshuis. Het gezin heeft een modaal inkomen omdat beide ouders werken. De groep heeft vaak een koopwoning in de vorm van een rijtjeshuis.

G: Gezellige Emptynesters

Actieve 60-plussers die van knusheid en traditie houden en geen verplichtingen meer hebben. Ze wonen in een rijtjeshuis of twee-onder-een kap in dorpen of kleine steden.

H: Landelijke vrijheid

Hardwerkende mensen tussen de 45 en 80 jaar die genieten van het buitenleven. Ze hebben vaak een vrijstaande koopwoning met veel grond eromheen in perifere dorpen.

I: Plannen en rennen

Carrière gedreven gezinnen tussen de 30 en 55 jaar met kinderen in alle leeftijden en een druk leven. Veelal tweeverdieners en een groep die vaak is verhuisd en hebben per levensfase een bijpassend huis.

J: Zorgeloos en actief

50-plussers met alle tijd en middelen voor een onbezorgd leven. De kinderen zijn het huis uit, ze hebben geen hoge kosten meer en wonen zowel in kleine dorpen als grote steden.

K: Luxe leven

Groep van 45 tot 75 jaar die het materieel gezien ongekend goed heeft en soms ook al in luxe geboren zijn. Deze groep gaat vaak golfen in het weekend, gaat op dure vakanties en heeft de nieuwste auto's voor de deur staan. De groep woont vaak in historische panden of luxe moderne woningen.

Ossenkoppelerhoek

De wijk Ossenkoppelerhoek is gelegen in het zuidwesten van Almelo. De wijk is relatief oud en in de wijk zijn veel betaalbare woningen en appartementen te vinden. Het gemiddeld inkomen ligt aan de lage kant, evenals de gemiddelde WOZ waarde van een woning. De Whize segmenten Dromen en Rondkomen en Gewoon Gemiddeld zijn hier het meest vertegenwoordigd.

Hofkamp

Hofkamp is een diverse wijk die gelegen is aan de westzijde van het centrum. In de wijk zijn verschillende voorzieningen gevestigd zoals het Theater Hof 88, de Kunstenschool en het Trefpunt Elisabeth. Ten oosten van de Van Rechteren Limpurgsingel ligt de buurt Paradijs. Hier zijn grotere woningen met veel groen te vinden. Het Whize segment Luxe Leven is hier het meest vertegenwoordigd. De buurt Knollenveld-Bolkshoek grenst aan de buurt Paradijs en is grotendeels na 2000 gebouwd. Hier zijn meer eengezinswoningen in het midden en hoge segment te vinden. Dit verklaart ook de aanwezigheid van het Whize segment Planen en Rennen.

Schelfhorst

De wijk Schelfhorst is gelegen in het noorden van Almelo. Centraal in de wijk ligt het gelijknamige winkelcentrum. Naast winkelvoorzieningen zijn er ook andere voorzieningen te vinden zoals een sporthal, een woon- en zorgcentrum, een school en een druk bezocht wijkcentrum. Ook het park vervult een belangrijke rol voor de inwoners van de wijk. In de wijk wonen relatief veel ouderen en ook het aandeel gezinnen met kinderen ligt er een stuk hoger. Ook de wijk Schelfhorst kent qua Whize segmenten een diverse samenstelling Volks en Uitgesproken en Bescheiden Ouderen zijn dan ook segmenten die veel in de wijk te vinden zijn.

Windmolenbroek

Windmolenbroek is de grootste wijk in de gemeente Almelo en kent verschillende woonbuurten, ieder met eigen karakter. Over het algemeen is het een aantrekkelijke wijk om te wonen met veel waterpartijen, groenstroken en een goede bereikbaarheid per fiets. Vergeleken met de andere wijken in Almelo ligt het aandeel gezinnen met kinderen er iets hoger. Het gemiddeld inkomen in de wijk ligt een stukje hoger dan gemiddeld in Almelo. Gewoon Gemiddeld en de Gezellige Emptynesters zijn Whize segmenten die er het meest vertegenwoordig zijn.

Noorderkwartier

Het Noorderkwartier is een diverse wijk en bestaat uit verschillende buurten met ieder een eigen karakter. De oudere buurten hebben een typisch naoorlogs karakter met veel eengezinswoningen en enkele flats. De buurt Indië heeft juist een heel ander karakter. De buurt, gelegen op korte afstand van het centrum, heeft een mix van industriële nieuwbouwwoningen, stadsvilla's en appartementen. Dit is onder andere terug te zien in de Whize segmentatie. Plannen en Rennen is daar het meest voorkomende segment.

Bijlage 4 - Provinciale Omgevingsverordening

Provinciale Omgevingsverordening (november 2024)

Artikel 4.18 Detailhandel

1. Omgevingsplannen voorzien alleen in nieuwe detailhandelsvestigingen binnen of direct aansluitend aan bestaande kernwinkelgebieden.
2. Grootschalige detailhandelsvestigingen met regionale effecten zijn alleen toegestaan binnen of direct aansluitend aan het bestaande kernwinkelgebied van stedelijke centra, en als:
 - a. voorzien wordt in een behoefte conform Artikel 4.4 (principe van concentratie) van deze verordening;
 - b. aangetoond is dat de vestiging niet leidt tot onevenredige aantasting van het voorzieningenniveau in de regio, de vitaliteit van kernwinkelgebieden en het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de kern; en
 - c. regionale afstemming heeft plaatsgevonden met buurgemeenten en Gedeputeerde Staten.
3. Volumineuze detailhandel met regionale effecten is alleen toegestaan in streekcentra en stedelijke centra, en als:
 - a. voorzien wordt in een behoefte conform Artikel 4.4 (principe van concentratie) van deze verordening;
 - b. de vestiging niet leidt tot onevenredige aantasting van het voorzieningenniveau of de vitaliteit van kernwinkelgebieden of een onevenredige aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de kernen; en
 - c. regionale afstemming heeft plaatsgevonden met de buurgemeenten en Gedeputeerde Staten.

Artikel 4.19 (buurt- en wijkwinkelcentra)

In afwijking van Artikel 4.18, eerste lid kan een omgevingsplan voorzien in nieuwe detailhandelsvestigingen binnen of direct aansluitend aan bestaande buurt- en wijkwinkelcentra voor zover de detailhandelsvestiging in hoofdzaak is gericht op het voorzien in dagelijkse behoeften.

Artikel 4.21 (grootschalige detailhandel op perifere locaties)

1. In afwijking van Artikel 4.18, eerste lid, kan in stedelijke centra nieuwe grootschalige detailhandel worden toegestaan op perifere locaties, alleen als:
 - a. voor deze vorm van grootschalige detailhandel aantoonbaar geen ruimte gevonden of gemaakt kan worden binnen of direct aansluitend aan het kernwinkelgebied van de kern; en
 - b. aangetoond is dat de vestiging niet leidt tot onevenredige aantasting van het voorzieningenniveau of de leegstand in de regio of de vitaliteit van kernwinkelgebieden of een onevenredige aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de kernen; en
 - c. regionale afstemming heeft plaatsgevonden met buurgemeenten en Gedeputeerde Staten.
2. De vestiging van een grootschalige detailhandel op een locatie buiten het kernwinkelgebied als bedoeld in lid 1, wordt alleen mogelijk gemaakt met een omgevingsvergunning voor omgevingsplanactiviteit waarbij afgeweken wordt van het geldende omgevingsplan (buitenplanse omgevingsplanactiviteit) op basis van een concreet verzoek.

Artikel 4.22 (bijzondere vormen van detailhandel op perifere locaties)

2. In afwijking van Artikel 4.18, eerste lid, kunnen ondergeschikte detailhandelsactiviteiten worden toegestaan op perifere locaties, als deze detailhandelsactiviteiten functioneel verbonden zijn aan de hoofdactiviteit op de locatie.

Definitie stedelijke centra

De steden Almelo, Borne, Deventer, Enschede, Hengelo, Kampen, Oldenzaal en Zwolle.

Definitie grootschalige detailhandel

Detailhandel - niet zijnde detailhandel in de branchegroepen dagelijkse goederen of mode en luxe artikelen - met een zeer groot winkelvloeroppervlak en met een assortiment van goederen die qua aard en omvang op zichzelf passend zijn binnen een kernwinkelgebied, maar die aantoonbaar vanwege de omvang van het assortiment van de winkelformule een zeer groot winkeloppervlak nodig hebben.

Definitie volumineuze detailhandel

Winkelformules die vanwege de omvang en aard van het assortiment een groot oppervlak nodig hebben, zoals showrooms voor auto's, boten en caravans, bouwmarkten, tuincentra, wooninrichtingszaken.

Definitie perifere locaties

Gebieden buiten de kernwinkelgebieden.

Definitie kernwinkelgebied

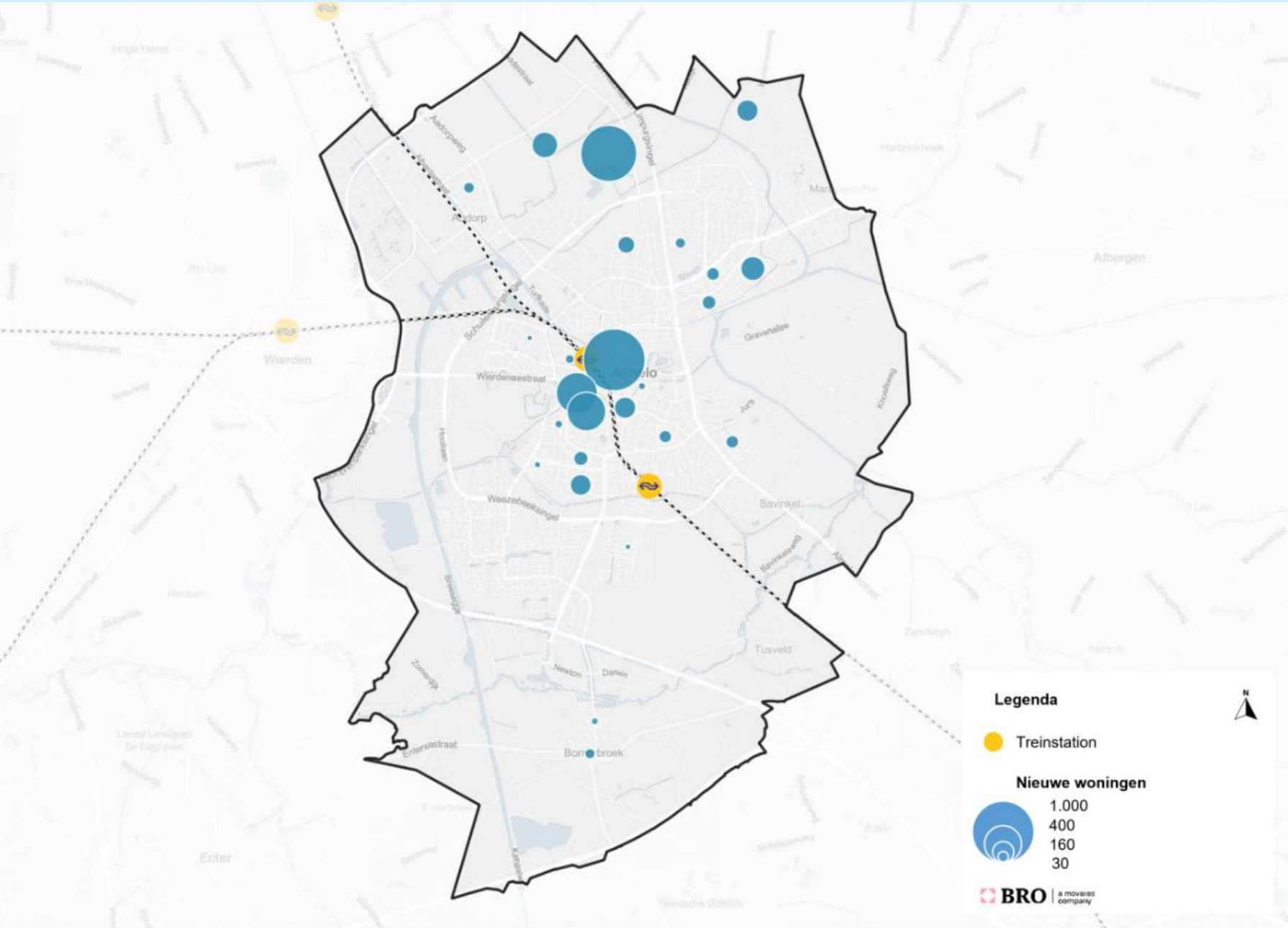
Het gedeelte van binnensteden en dorpscentra waar detailhandelsvestigingen geconcentreerd zijn.

Bijlage 5 - Samenvatting beleid

Omgevingsvisie Almelo

De Contourennotitie Omgevingsvisie Almelo vormt de strategische basis voor de actualisatie van de gemeentelijke omgevingsvisie richting 2050. Almelo presenteert zich hierin als sterke regiostad met vitale kernen (Aadorp en Bornerbroek) en zet in op brede welvaart, duurzame groei en regionale samenwerking. De notitie benoemt vier kernopgaven: het creëren van een stad in balans met minimaal 14.100 nieuwe woningen tot 2050 en aandacht voor demografische en sociale uitdagingen; het ontwikkelen van een veerkrachtige, inclusieve economie met focus op hightech maakindustrie, zorg en handel en 145 hectare nieuwe werklocaties, waaronder XL Businesspark 2; het versterken van een groen-blauwe, klimaatbestendige stad en buitengebied, waarbij het bodem- en watersysteem leidend is; en het verbinden van stad en regio via robuuste netwerken, duurzame mobiliteit en versterking van energie- en drinkwaterinfrastructuur.

De notitie is opgesteld in co-creatie met gemeentelijke domeinen, partners en de gemeenteraad en loopt vooruit op een nieuwe omgevingsvisie die in 2026 wordt vastgesteld. In de Regionale Ontwikkelstrategie Twente levert Almelo een grote bijdrage aan de regionale groei van 69.000 woningen en 50.000 banen. Daarnaast worden drie ontwikkelperspectieven voor 2050 geschetst: Almelo als sterke centrumstad, als ontspannen woon- en werkstad en als innovatieve maakstad. Deze perspectieven dienen als gespreksbasis en kunnen worden gecombineerd. Lopende projecten zoals de Spoorzone, binnenstadstransformatie, Aalanderveld, wijkherstructurering en uitbreiding van bedrijventerreinen gelden als concrete stappen richting de ambities. Centraal staat het belang van regie, strategische keuzes en samenwerking om Almelo te ontwikkelen tot een aantrekkelijke en toekomstbestendige woon-, werk- en leefomgeving.

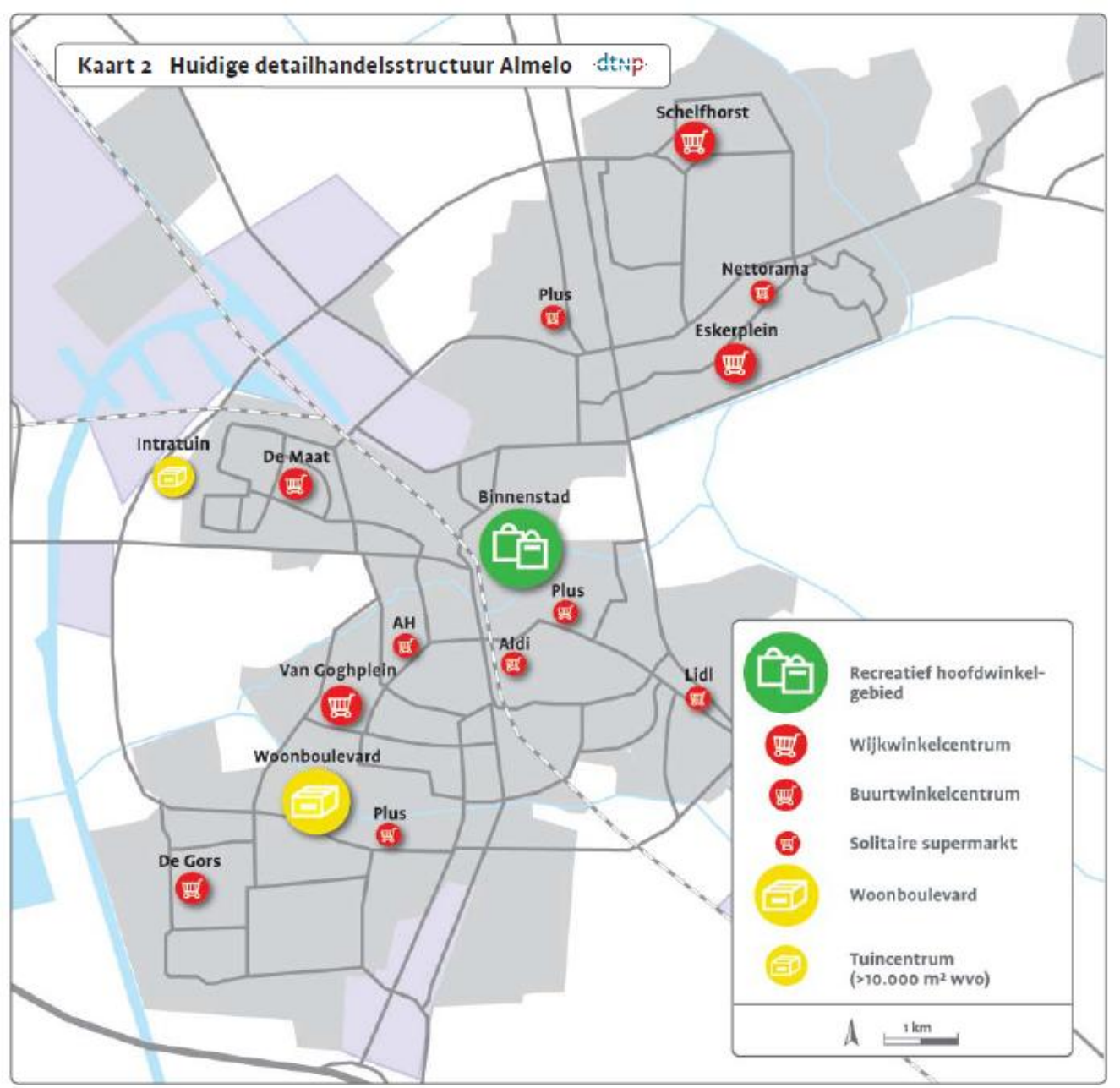


Figuur 34: Overzicht woningbouwplannen o.b.v. Omgevingsvisie Almelo.

Detailhandelsstructuurvisie Almelo

Dit is het oude detailhandelsbeleid van de gemeente Almelo dat dateert uit 2013. De belangrijkste uitgangspunten waren destijds als volgt.

- Er is sprake van een verdringingsmarkt. Vanuit kwantitatief oogpunt is er geen reden om het winkelaanbod uit te breiden. Gezien de voortgaande autonome winkeltrends mag eerder worden verwacht dat het aantal winkels de komende jaren verder zal afnemen.
- Nieuwe ontwikkelingen zoveel mogelijk faciliteren in winkelgebieden met een bijpassende functie en verzorgingsgebied.
- Behoud en zo mogelijk versterking van de regionale concurrentiepositie van de binnenstad als recreatief winkelgebied. De goede uitgangspositie (reeds regionaal functionerend) en potentiële kwaliteiten (sfeer en beleving, kritische massa, keuze en functiesynergie) bieden hiervoor kansen.
- Opwaardering van de dagelijkse winkelstructuur naar zo compleet mogelijke boodschappencentra in de wijken, binnen de mogelijkheden die er in de bestaande structuur van vraag- en aanbod aanwezig zijn. Hierbij wordt, waar mogelijk, gestreefd naar bundeling van potenties in één wijkwinkelcentrum per wijk (voldoende kritische massa en draagvlak, synergie, meer kansen voor speciaalzaken).
- Behoud van de woonboulevard als het PDV-cluster in de gemeente met grootschalig aanbod in volumineuze branches. Voor zover haalbaar, blijft de nadruk van het aanbod op vergelijkend woonwinkelen en doelgerichte volumineuze aankopen.
- Geen verruiming voor mogelijkheden voor detailhandelsactiviteiten op locaties buiten de gewenste structuur dan in besluitvorming reeds is toegestaan. Meewerken aan verzoeken tot herbestemming tot niet-winkelfuncties van onvoldoende levensvatbare winkelvoorzieningen en winkellocaties (alle locaties die buiten de gewenste structuur vallen).
- Zo mogelijk behoud van basisvoorzieningen in Bornerbroek, door flexibel mee te werken aan verzoek tot beperkte uitbreiding van bestaande winkels. Het draagvlak in de kleine kernen Bornerbroek en Aadorp is te beperkt voor volwaardige winkelvoorzieningen.



Figuur 35: (Oude) Detailhandelsstructuur Almelo (2013)

Economisch ruimtelijke visie Almelo

Deze Economisch Ruimtelijke Visie (ERV) van Almelo geeft een toekomstbeeld van de economisch ruimtelijk structuur van Almelo en welke inspanningen nodig zijn voor een gezond economisch klimaat voor inwoners en bedrijven. De volgende uitgangspunten gelden voor winkels:

- Het aantal banen in de groot- en detailhandel is tussen 2012 en 2020 gestegen van 7.120 naar 8.170 banen. Daarmee zijn deze sectoren goed voor 18% van alle banen in de gemeente Almelo. Ook is de werkgelegenheid in deze sector het sterkst gegroeid.
- Het economisch-ruimtelijk DNA van Almelo omvat meer dan alleen werklocaties. De buurt- en vrijetijdseconomie huisvest veel verzorgende én stuwende werkgelegenheid, wat bijdraagt aan een aantrekkelijk woon- en leefklimaat.
- Ruimte is schaars in Nederland, ook in Almelo, wat noopt tot keuzes. Het is van belang om bewust te zijn van het feit dat ruimte maar één keer kan worden uitgegeven en economie daarin niet het slotstuk vormt. Almelo moet pleiten voor behoud van bestaande ruimte en zorgvuldige, afgewogen beperkte uitbreiding op nieuwe locaties. Het bedrijfsleven moet als tegenprestatie leveren dat beter, slimmer en zorgvuldiger met bestaand areaal wordt omgegaan.
- De ontwikkelrichting ‘De plek waar we bedenken en maken’ wordt het meest kansrijk geacht. Hierin staan Tech-maakindustrie en logistiek centraal, aansluitend op het DNA van Almelo.

Regionale Stedelijke Investeringsagenda

De Regionale Stedelijke Investeringsagenda (RSIA) is een gezamenlijke samenwerking van de gemeenten Almelo, Hengelo, Enschede en de provincie Overijssel. Deze agenda heeft als doel om de potentie van de drie Twentse steden optimaal te benutten en daarmee een bijdrage te leveren aan de nationale opgaven waar we voor staan. Voor detailhandel zijn de volgende aspecten relevant:

- Twente wil haar positie als groene technologische topregio versterken. Dat kan, want de regio is economisch sterk en heeft veel potentie voor Nederland en Europa.

- Met de Regionale Stedelijke Investeringsagenda (RSIA) wil Twente dit beeld realiseren. De drie steden Almelo, Hengelo en Enschede zetten daarvoor in op een groei van circa 317.000 inwoners in 2023 naar circa 420.000 inwoners in 2050.
- De kwalitatieve opgave ligt in het creëren van meer reuring en dynamiek in de steden, gericht op gezondheid, leefkwaliteit en het bestendigen van sociale structuren. Het gaat om maatschappelijke voorzieningen op het gebied van leren, zorg, buurtcentra, cultuur, sport en spel. Reuring wordt gecreëerd door een toename in regionale en stedelijke voorzieningen.
- In de binnenstad en spoorzones krijgt de leefkwaliteit een impuls. Hier gaat het om een vitaal winkel- en horeca-aanbod, passend bij de hoogstedelijke dynamiek. De toename vindt plaats boven op het huidige aanbod aan voorzieningen.

Koers binnenstad Almelo

Met dit manifest nodigt de Gemeente Almelo alle stakeholders in de stad uit om mee te werken aan een betere binnenstad. De Almelse binnenstad is de drager van de lokale identiteit, het hart van de stad en verdient daarmee alle zorg en aandacht van de hele stad. De volgende keuzes zijn gemaakt die direct invloed hebben op de winkels in en rond de binnenstad:

- **Kies voor de binnenstad:** Almelo heeft een klein maar verspreid hart dat door allerlei veranderingen in onze samenleving onder druk staat. De grote winkelleegstand is daarvan het meest zichtbare resultaat. Kiezen voor de binnenstad betekent dat de stad er alles aan doet om dit hart te beschermen en te versterken. Gekozen is voor een compact winkelhart. Dit is de plek voor clustering van niet-dagelijkse winkels en mode (recreatief winkelen). Andere centra zoals wijkcentra en de Lifestyle Boulevard groeien niet verder en/of richten zich op ondersteunend aanbod of een specifiek programma wat in de binnenstad ontbreekt.
- **Kies positie als hart van noordwest Twente:** Almelo is de grote broer in een gezellige familie van Twentse dorpen en steden.

Daarom kiezen we voor het versterken van de relatie van Almelo met de omliggende dorpen. Almelo is het natuurlijke hart van de regio voor winkelen, uitgaan, cultuur en onderwijs. De keuze voor Noordwest Twente betekent ook dat Almelo zich niet groter voordeet dan zij is. Juist door voor de eigen en regionale schaal te kiezen, probeert Almelo koopkracht in de regio te behouden. De concurrentie met grotere steden als Enschede, Deventer of Zwolle gaat de stad niet aan. Almelo is een regiostad en daarbij horen regiofuncties.

- **Kies voor een nieuwe kaart van de binnenstad:** De binnenstad van Almelo zit in een te grote jas. Het winkelgebied is te uitgestrekt en kent te weinig onderscheidende milieus. Wel zijn er verschillende plekken die juist goed werken die moeten worden versterkt. De keuze voor een nieuwe kaart van de binnenstad betekent; het verkleinen van het kernwinkelgebied, het versterken van het karakter van vier binnenstadskwartieren en het transformeren van winkelruimte in de flanken naar wonen en werken. De Almelse binnenstad kent ook volop plekken die het goed doen en die positief worden gewaardeerd. Een mooi plein, een gezellig terras, een historische setting, maar vooral veel lokale ondernemers die hotspots creëren waar het goed toeven is. Wat opvalt is dat deze spots vaak net niet aan de Grotestraat liggen, maar ‘om de hoek’. Een keuze voor de nieuwe kaart betekent vooral het versterken van wat al goed is.
- **Kies voor de verbindende binnenstad:** uitvoering van de visie is belangrijk. De visie kent meetbare doelen, zoals reductie van de leegstand, meer transformaties, toename bezoekersaantallen, verlengen verblijfsduur, optimalisering koopstromen, verhogen bezoekers- en ondernemerstevredenheid. In de uitvoering aandacht voor uitwerking kwartieren, fysieke en ruimtelijke ingrepen, marketing en promotie, versterken evenementen. Dit onder coördinatie van Team binnenstad.

Voor de kwartieren geldt het volgende:

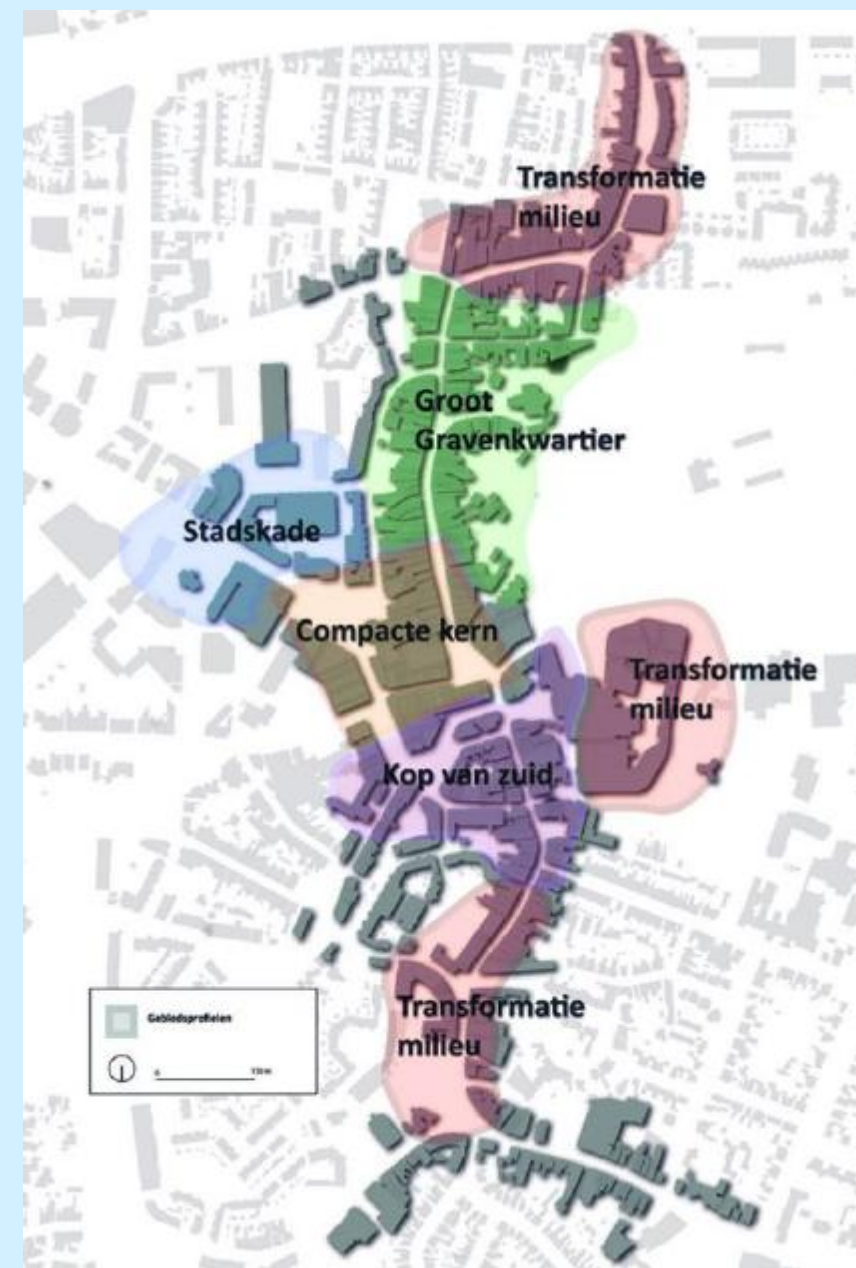
- **Compacte kern (winkelhart):** De compacte kern is de praktische kant van de Almeloze binnenstad. Hier kom je om doelgericht te winkelen of uitgebreid te shoppen. Er is een compleet aanbod van winkels en na een prettig rondje winkelen wacht er een lekker kopje koffie op het terras. De bezoekers komen uit Almelo en de regio. De compacte kern is goed te bereiken en makkelijk te vinden op de fiets en met de auto. Waar in de andere centrumkwartieren het accent vooral ligt op het versterken van de beleving, staat hier het praktische winkelen centraal. Gemak, comfort, dichtbij en puur zijn de kernwaarden die hier vooral bij horen.
- **Kop van Zuid:** Kop van Zuid is de bourgondische en culturele kant van de Almeloze binnenstad. Hier kom je voor de fijne onafhankelijke winkeliers, voor de gezellige terrasjes, voor een goed biertje, maar ook voor de cultuur in het theater en in de bioscoop. Het gebied heeft alles voor een dagje en een avondje uit. Het gebied is niet groot, maar verrast in de diversiteit en veelheid van het aanbod. In dit centrumkwartier ligt het accent vooral op ontmoeting, cultuur en uitgaan. Het gebied is gastvrij en laat zien hoe gezellig en levendig de Almeloze binnenstad is.
- **Stadskade:** De Stadskade is het gezicht van de toekomst van Almelo. Er is plek voor groei en ontwikkeling. Hier is ruimte voor publieke functies zoals de bibliotheek en het stadhuis, hier is plek om te werken en hier is ruimte om de woonfunctie in de binnenstad te versterken. Waar de andere centrumkwartieren het accent leggen op consolidatie en conservering is het DNA van de Stadskade één van dynamiek, ontwikkeling en groei. De kade is drager van het publieke leven en aan het marktplein haakt de Stadskade aan op de compacte kern.
- **Het Gravenkwartier:** Het Gravenkwartier is de historische kant van Almelo. Een plek voor vertraging en bezinning. Hier kom je voor de historische sfeer, de pittoreske setting, voor kleine ambachtelijke ondernemers en voor een heerlijke wandeling in het groen. Huize Almelo ligt met haar tuinen aan het Gravenkwartier. Of het nu via de

statige Gravenallee is of misschien in de toekomst via de tuinen van Huize Almelo: hier is de groene omgeving voelbaar tot in het hart van de stad. Waar andere plekken van de binnenstad het kloppend hart vormen, is het Gravenkwartier de ziel van Almelo.

Ontwikkelvisie Spoorzone Almelo

In deze visie zijn de verschillende deelgebieden Westerdok, Kanaalpark, Kerkelanden, Intercityknoop, Laan van De Hoop en Achter de Molen uitgewerkt. Voor detailhandel is het volgende relevant:

- **Westerdok:** Er worden 500 tot 600 woningen toegevoegd. Werken en voorzieningen beslaan 10 tot 15% van de transformatie- en nieuwbouwopgave. Op beeldbepalende plekken komt een bijzonder programma dat zorgt voor levendigheid in de plint.
- **Achter de Molen:** Er worden 400 tot 500 woningen gerealiseerd. Werken en voorzieningen beslaan 10 tot 15% van de transformatie- en nieuwbouwopgave en bevinden zich vooral langs de Nieuwstraat en de Laan van De Hoop.
- **Kerkelanden:** In de lopende ontwikkelingen worden ongeveer 120 woningen toegevoegd. Met de aanpak van Kerkelanden Centrum en Naar 't Eilandje kunnen er op termijn 350 tot 450 woningen en functies die goed zijn voor de wijk bijkomen, uitgaand van een wat hogere dichtheid in het centrumgebied.
- **Intercityknoop Almelo:** De spoorse partijen, provincie en gemeente verrichten in de volgende fase een integrale studie naar de Intercityknoop. Daarin wordt een veelheid aan aspecten meegenomen, inclusief de toekomst van het emplacement. Je zou daar 350 tot 450 woningen en wat grotere functies voor de zakelijke markt (kantoren, hightech) kunnen realiseren die bijdragen aan het 'Welkom in Almelo' gevoel.
- **Laan van De Hoop:** Ingezet wordt op een kralensnoergedachte. Een kralensnoer dat het Nieuwstraatkwartier en Kerkelanden met elkaar verbindt, zodat je als bewoner wordt verleid om ook eens bij de burens in de andere wijk te gaan kijken. De Laan van De Hoop geeft



Figuur 36: Binnenstad Almelo – deelgebieden

houvast bij de programmering van maatschappelijke voorzieningen en bijzondere woonvormen voor doelgroepen die aandacht nodig hebben.

- **Kanaalpark:** Woon je nu of in de toekomst in Westerdok, dan woon je midden in het Kanaalpark met alle sportieve mogelijkheden van dien. De invulling van de begane grond ('plint') langs Haven Noordzijde en De Grenzen luistert nauw. Die krijgt voor het grootste deel een publieksgerichte functie, passend bij het recreatieve karakter van het gebied.

Nota van uitgangspunten Stads-kade Almelo

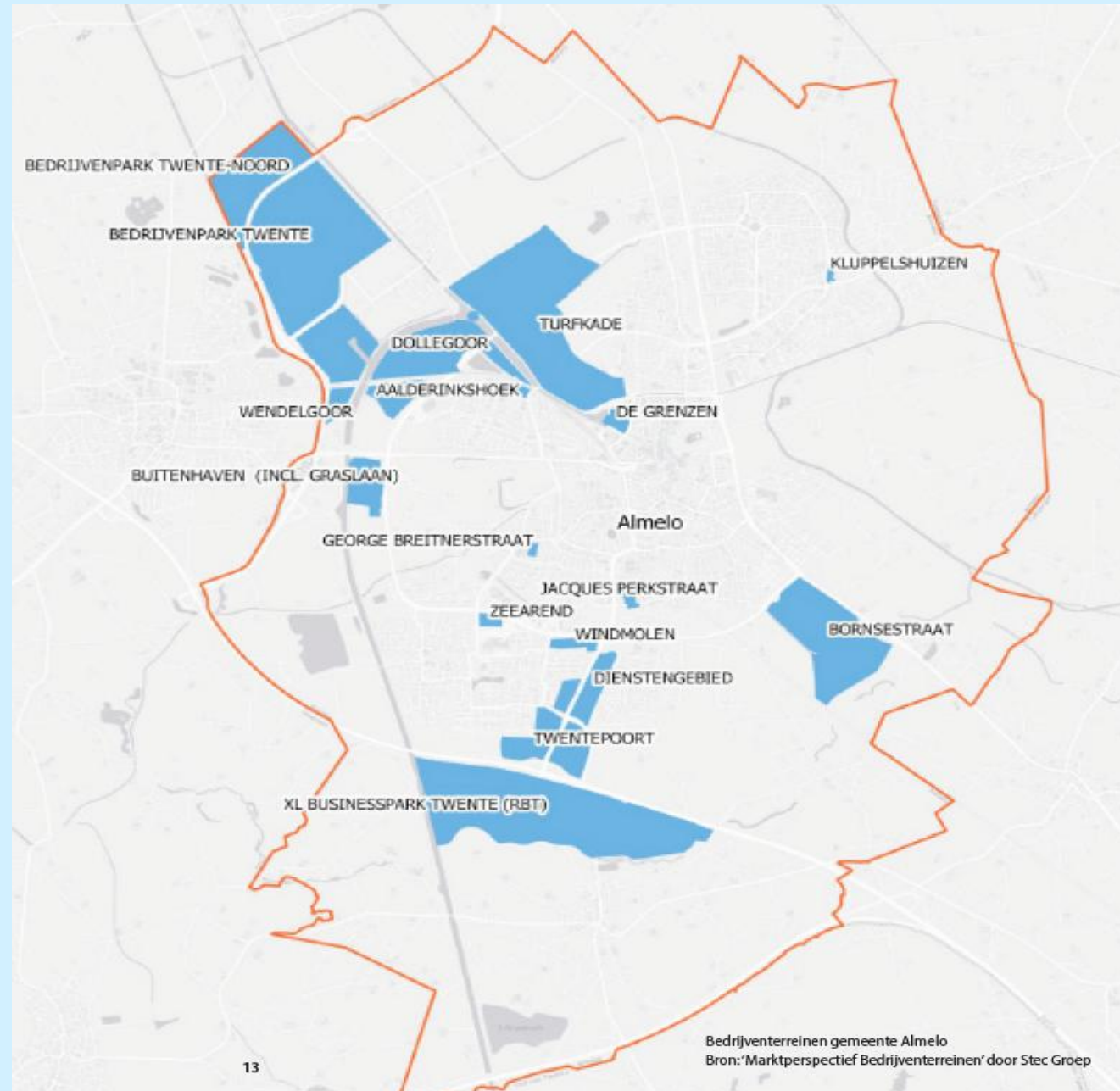
Deze nota van uitgangspunten vormt het kader voor het stedenbouwkundig programma van eisen en het stedenbouwkundig plan van Stads-kade. De volgende uitgangspunten gelden voor winkels:

- Stads-kade krijgt een gemengd programma, waarin wonen een dominante plek inneemt. Naast woningen wordt Stads-kade onder andere voorzien van horeca en cultuur/ontmoeten. Hiermee moet Stads-kade uitgroeien tot een levendige omgeving met een mix van wonen, werken en recreëren. Deze mix van functies maakt dat Stads-kade aansluit bij de behoeften van de huidige en toekomstige bewoners en bezoekers.
- De plinten worden voorzien van kleinschalige commerciële functies gericht op de dagelijkse voorzieningen (geen detailhandel) en/of horeca. Nieuwe, grootschalige toevoegingen van detailhandel, zoals een supermarkt, zijn niet toegestaan.

Ruimtelijk-programmatische visie Wonen & Werken

Deze visie geeft kaders voor het woon- en werkklimaat van Almelo. In deze visie staan zeven samenhangende standsopgaven centraal. Ten aanzien van de detailhandel gelden de volgende uitgangspunten:

- Sinds 2020 heeft Almelo en heel Twente een tekort aan bedrijfskavels. Zowel de reguliere kavels tot 2 hectare als de grotere kavels vanaf 2 hectare zijn sterk in trek. Ruimte voor bedrijven is schaars en dient ook écht voor bedrijven te worden ingezet.



Figuur 37: Bedrijventerreinen gemeente Almelo.

- Recent is de kwantitatieve woningbouwopgave in kaart gebracht. Uit dit onderzoek kwam naar voren dat er behoefte is aan 3.400 nieuwe woningen in de periode tot 2035. Dit betreft zowel de lokale vraag als regionale ambitie. Tegelijkertijd liggen er zo'n 2.000 harde en zachte woningbouwplannen op stapel. De ambitie is dan ook dat er voor minimaal 1.400 woningen aan extra plancapaciteit moet worden gevonden binnen de gemeentegrenzen.
- Met ruim 43.000 arbeidsplaatsen is Almelo een belangrijke banenmotor van Twente. Het heeft een sterke binnenstad, waarbij te zien is dat de behoefte verschuift van traditionele winkelgebieden naar binnensteden met een aantrekkelijke functiemix met veel ruimte voor speciaalzaken, horeca en binnenstedelijk wonen en werken. Om de centrumfunctie in de toekomst te waarborgen, blijft Almelo investeren in een aantrekkelijke binnenstad met kwalitatieve stedelijke voorzieningen, veel beleving en events.
- Op wijkniveau zijn nieuwe herstructureringsprojecten gericht op een evenwichtige bevolkingssamenstelling. Hierdoor wordt meer ruimte geboden aan het midden- en hogere segment. Door in te zetten op een gevarieerde mix aan doelgroepen wordt de basis gelegd voor een levendige en vitale stad op de lange termijn.
- Door onder andere in te zetten op een compacter kernwinkelgebied, verschillende deelgebieden met een eigen karakter en functie en nieuwe stedelijke milieus, blijft de binnenstad in de toekomst een vitaal en levendig gebied. Met de Koers Binnenstad Almelo (2018) zijn de belangrijkste keuzes in beeld gebracht en wordt een duidelijk toekomstbeeld geschetst.

Uitgangspunten mobiliteitsvisie

Op dit moment wordt gewerkt aan een nieuwe mobiliteitsvisie voor de gemeente Almelo. Het college heeft als input van deze nieuwe visie uitgangspunten vastgesteld. De belangrijkste uitgangspunten die worden meegenomen in de mobiliteitsvisie die betrekking hebben op de detailhandel zijn als volgt:

- Kwaliteiten van de stad worden versterkt. De mobiliteitsvisie draagt bij aan de gewenste (ruimtelijke en economische) ontwikkeling van de stad. In het bijzonder gaat het om de versterking van het voorzieningenniveau van Almelo, behoud van de kwaliteit van Almelo als gemeente met rust, ruimte en groen, de versterking van Almelo als regionaal knooppunt.
- We gaan uit van een groeiende stad: groei is nodig om de kwaliteiten van de stad te versterken, maar mag niet ten koste gaan van de verkeerskundige doelen. Dat wordt bereikt door de groei van de mobiliteit te 'sturen':
 - In de binnenstad wordt in de eerste plaats ruimte gegeven aan (extra) voetgangers.
 - In de schil daaromheen krijgen vooral fietsers meer ruimte.
 - De groei van het autoverkeer wordt vooral opgevangen op de ringstructuren om Almelo heen.
- Een belangrijk doel van de visie is om de groei van de mobiliteit te 'sturen', zodat de groei niet ten koste gaat van de bereikbaarheid, veiligheid en leefbaarheid van de stad. Het parkeerbeleid draagt daaraan bij:
 - In het centrum is sprake van sturend parkeerbeleid, om te stimuleren dat mensen zo veel mogelijk met de fiets of openbaar vervoer naar het centrum komen.
 - In de schil daaromheen gaan we uit van beschermend parkeerbeleid: parkeerbeleid om te voorkomen dat de oudere wijken steeds voller komen te staan met auto's die hier niet hoeven te zijn.
 - In de nieuwere wijken en de dorpen blijft parkeren voorlopig ongereguleerd.
 - In nieuwbouwgebieden worden lagere parkeernormen toegepast (bijvoorbeeld gebaseerd op de minimale in plaats van de gemiddelde parkeerkencijfers van het CROW). Vooral bij inbreidingslocaties in of nabij het centrum streven we naar duidelijk minder parkeerplaatsen per woning.



Figuur 38: Beoogde autostructuur conform uitgangspunten mobiliteitsvisie.



Figuur 39: Integrale visiekaart Ruimtelijk-programmatische visie Wonen & Werken.

Beleidsregel parkeernormen Almelo 2025

De gemeente Almelo sluit aan bij parkeercijfers van de CROW. Ten aanzien van winkels gelden de volgende uitgangspunten:

- Voor de toepassing van parkeernormen is de gemeente opgedeeld in gebieden, gebaseerd op de mate van verstedelijking.
- Voor bezoekersparkeren worden de kencijfers van het CROW voor het betreffende gebied gehanteerd. In een plan moet ook worden voorzien in parkeerruimte voor bezoekers. Voor bezoekersparkeren zijn door het CROW kencijfers per soort gebied vastgesteld. Dit kencijfer dient opgeteld te worden bij het kencijfer per woning om de totale parkeereis per woning te bepalen.

Uitvoeringsagenda stadsontwikkeling

In deze agenda zijn doelen en acties genoemd die de gemeente Almelo wenst in te zetten om zelf sturing te krijgen over de ontwikkeling van de stad. Voor winkels zijn de volgende uitgangspunten benoemd:

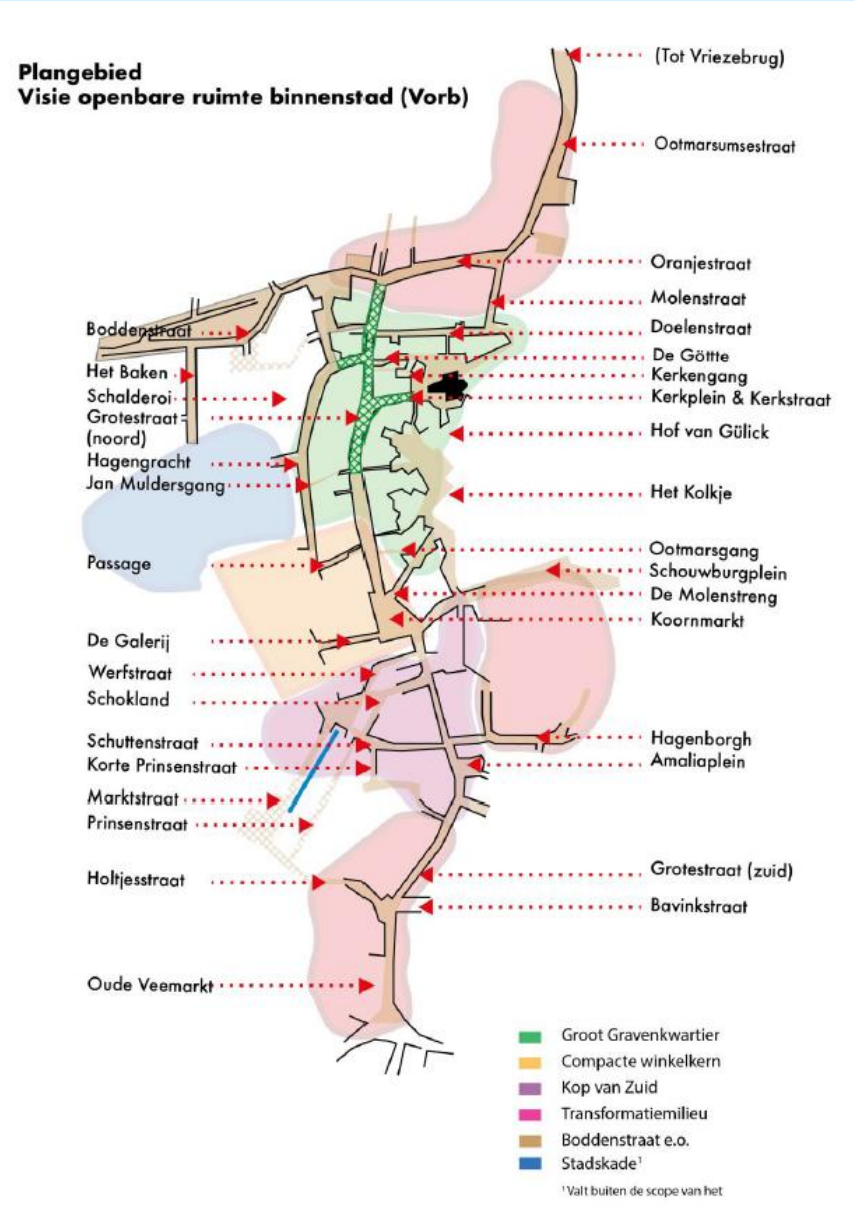
- Om een sterke binnenstad te realiseren, zet Almelo in op het compacter maken van het kernwinkelgebied, het vergroten van de aantrekkelijkheid van het centrum, hoogstedelijk wonen en het versterken van het water en groen.
- Bescherming en versterking van de binnenstad, met een compacter kernwinkelgebied en een aantrekkelijk vestigingsklimaat voor winkels en horeca met sfeer en beleving. Dit is de plek voor clustering van niet-dagelijkse boodschappen en mode.
- Een gezond ondernemersklimaat in de kern van de detailhandelsstructuur waar marktpartijen kunnen en willen investeren. Met een gezonde krapte in het aanbod van detailhandelspanen gelegen in de kern van onze detailhandelsstructuur.
- Een flexibele markthouding in de kern van onze detailhandelsstructuur met het oog op de sterk voortgaande vermenging van functies. Detailhandel, horeca en e-commerce raken sterk met elkaar verweven en leiden tot nieuwe belevingsconcepten.
- Voorzieningen en openbare ruimte gericht op ontmoeting, welzijn en sport toevoegen in de wijken.

- De strategische doelstellingen zijn dat (a) Almelo groener, schoner en beter voorbereid op en bestand is tegen de gevolgen van klimaatverandering (zoals hittestress en wateroverlast) en (b) Almelo inwoners, bedrijven en instellingen bijdragen aan een duurzamer Almelo. Deze doelstellingen zijn geconcretiseerd in operationele korte termijn doelstellingen. Deze hebben ook impact op stadsontwikkeling.

Visie openbare ruimte binnenstad Almelo

De Vorb heeft in principe alleen betrekking op de openbare ruimte die in eigendom is van de gemeente Almelo. Hierop zijn twee wezenlijke uitzonderingen, namelijk de Galerij (eigendom Urban Interest) en het Kerkplein (eigendom van de Protestantse Gemeente Almelo). Uitgangspunten van dit beleid zijn als volgt samen te vatten:

- Historische binnenstad met herkenbare kwartieren: Om de ruimtelijke kwaliteit en potentie van de binnenstad ten volste te benutten, is het zaak om een sterk ruimtelijke eenheid te creëren.
- Een groenblauwe binnenstad: In de Omgevingsvisie, Uitvoeringsagenda Stadsontwikkeling en Ruimtelijk-Programmatische Visie wordt stevig ingezet op het versterken, beleven en beter bereikbaar maken van de groenblauwe stad Almelo, waarmee Almelo haar imago als waterstad versterkt.
- Een toegankelijke en bereikbare binnenstad: Vanwege de kwetsbaarheid van de binnenstad zet Almelo de komende jaren in op een betere bereikbaarheid voor alle modaliteiten voor het functioneren van de binnenstad. De uitdaging is om het mobiliteitsgedrag te beïnvloeden met slimme en duurzame mobiliteitsoplossingen.
- Een aantrekkelijke en gastvrije binnenstad: Het is de ideale locatie voor tal van markten, voorstellingen en evenementen op het gebied van sport, muziek, gastronomie, kunst en cultuur. Deels grootschalig en terugkerend, maar vaak ook klein, spontaan en vernieuwend. Dit grote aanbod vermaak en gezelligheid draagt bij aan de charme van het wonen in en het bezoeken van de binnenstad van Almelo.



Figuur 40: Nieuwe kaart uit Visie openbare ruimte binnenstad Almelo.

- Een leefbare en veilige binnenstad: In de Uitvoeringsagenda stadsontwikkeling is o.a. als doel gesteld om meer voorzieningen toe te voegen en openbare ruimte meer in te richten op ontmoeting, welzijn en sport. Het herinrichten van de openbare ruimte kan een instrument zijn om (sociale) onveiligheid tegen te gaan.
- Een toekomstbestendig ingerichte binnenstad: De inrichting van de openbare ruimte dient in de basis ingericht te worden conform het in 2025 nieuw op te stellen Leidraad Inrichting Openbare Ruimte (LIOR).

Bijlage 6 - Detailhandel op bedrijventerreinen

Bedrijvenpark Twente.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Wonen	1	200

Bedrijventerrein Bornsestraat.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Detailhandel overig	1	311

Bedrijventerrein Buitenhaven.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Detailhandel overig	1	100
Wonen	1	3.000

Bedrijventerrein De Grenzen (Westerdok).

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Plant & dier	1	855

Bedrijventerrein Twentepoort en Windmolen.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Levensmiddelen	1	450
Wonen	4	1.050
Plant & dier	2	8.430
Sport & spel	1	2.500
Auto & fiets	1	150

Bedrijventerrein Dollegoor Tufkade.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Detailhandel overig	1	75
Wonen	2	1.180
Plant & dier	1	600
Sport & spel	1	40
Doe-het-zelf	1	50

Bedrijventerrein Jacques Perkstraat.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Doe-het-zelf	1	35
Wonen	2	430
Detailhandel overig	1	1.115

Kluppelshuizen.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Wonen	1	220

Tabel 4: Noordbroek.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Wonen	1	2.575

Turfkade.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Wonen	1	2.575

Wendelgoor.

Branche	Aantal	Omvang (m² wvo)
Wonen	1	3.000
Plant en dier	1	800

Ruimte. Mensen. Toekomst.

Amsterdam

Nachtwachtlaan 20
1058 EA Amsterdam
+31 (0)20 506 19 99

's-Hertogenbosch

Willemssplein 2
5211 AK 's-Hertogenbosch
+31 (0)73 208 91 55

Venlo

Industriestraat 94
5931 PK Tegelen
+31 (0)77 373 06 01

info.bro@movares.nl
www.movares.com