

Voorstel aan de raad

afdeling: EVO
steller: L. Evers
doorkiesnummer: 0320-278787
e-mailadres: l.evers@lelystad.nl
begrotingsparagraaf: Economie, werk en inkomen



2010

Nr. B10-06237-1

Punt van de agenda voor de vergadering van

Onderwerp

Winkelstructuur Lelystad 2020

Voorgesteld besluit

1. **Kennis te nemen van de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' en de volgende visie vast te stellen:**
 - a. **Lelystad zet in op een evenwichtige voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden complementair zijn en ieder een eigen taak binnen de structuur vervult. Kwaliteit gaat boven kwantiteit en nieuwe ontwikkelingen leveren altijd een bijdrage aan de verbetering van de winkelstructuur.**
2. **De volgende in de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' opgenomen uitgangspunten vast te stellen:**
 - a. **Het versterken van vooral de lokale verzorgingsfunctie van het voorzieningenapparaat als geheel en het Stadshart in het bijzonder.**
 - b. **Het versterken van de bovenlokale aantrekkingskracht van Palazzo.**
 - c. **Streven naar een aanvullend ondersteunend cluster voor perifere detailhandel met een lokale verzorgingsfunctie.**
 - d. **Het versterken van de bovenregionale en unieke functie van Batavia Stad.**
 - e. **Streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende winkelgebieden. Waar mogelijk moet synergie tussen centra worden opgezocht.**
3. **De volgende in de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' opgenomen detailhandelsstructuur vast te stellen:**

Type winkelgebied	Winkelcentrum	Koopmotief
Hoofdwinkelcentrum	Stadshart	Recreatief winkelen/ boodschappen doen
Stedelijk centrum	Lelycentre	Boodschappen doen/recreatief winkelen
Wijkwinkelcentrum	Warande	Boodschappen doen/recreatief winkelen
Buurtwinkelcentrum	Tjalk	Boodschappen doen en laagfrequente aankopen
Buurtwinkelcentrum	Botter Kempenaar Voorhof Buizerdweg	Boodschappen doen
Buurtsteunpunt	Voorstraat Boswijk Jol Lelystad-Haven	Boodschappen doen
Thematisch winkelgebied	Batavia Stad	Recreatief winkelen
Woonboulevard+	Palazzo	Laagfrequente aankopen
Perifeer, ondersteunend centrum	Westerdreef	Laagfrequente aankopen
Overig aanbod/verspreide bewinkeling	o.a. Gildenhof, Schoepenweg, Ketelmeerstraat, Groene Velden	Laagfrequente aankopen

4. **De nota 'detailhandel 2001' en de nota 'detailhandel op bedrijventerreinen 2005' te laten vervallen.**

5. De visie en uitgangspunten van de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' te gebruiken als leidraad voor nieuwe ontwikkelingen en de nog te actualiseren bestemmingsplannen.

Inleiding

Het Stadshart, Botter, 't Lelycentre en Warande. Dit zijn een aantal gebieden waar de ontwikkeling van detailhandel een rol speelt of gaat spelen. Deze gebieden maken allemaal onderdeel uit van de 'bloemkoolstructuur' zoals we die kennen in Lelystad. Elke buurt of wijk heeft haar eigen winkelconcentratie zodat eenieder op korte afstand zijn of haar boodschappen kan doen. Maar niet alleen dat, het winkelcentrum is op deze manier ook een ontmoetingsplek in de wijk geworden.

Het detailhandelsbeleid heeft tot nu toe altijd die structuur vastgehouden. In de loop der tijd zijn er nieuwe concentraties toegevoegd of zijn bestaande winkelgebieden geherstructureerd of gesaneerd. Dit alles ten behoeve van een goed functionerende detailhandelstructuur. Echter, In diezelfde periode heeft de markt niet stil gestaan. Trends en ontwikkelingen volgen elkaar in rap tempo op, waardoor de geformuleerde beleidskaders al snel niet meer toereikend zijn.

Ook Lelystad heeft niet stil gezeten. De afgelopen paar jaar zijn er in het Stadshart extra winkelmeters toegevoegd en is er een kwalitatieve slag gemaakt. Maar daarmee is het masterplan nog niet uitgevoerd. Nieuwe projecten staan op de rol voor zowel winkels, horeca als leisure. Maar ook het opwaarderen van de openbare ruimte in het bestaande gedeelte. In relatie tot het Stadshart zijn er vragen gesteld over de positie van het Lelycentre. Kunnen deze twee winkelgebieden wel naast elkaar blijven bestaan? Ook op een andere niveau spelen er een aantal zaken, zoals herontwikkeling van Botter centrum, de solitaire supermarkt aan de Voorhof en herstructurering van Boswijk centrum. En hoe ziet straks de detailhandelstructuur in Warande eruit? Mag Batavia Stad uitbreiden en kan Batavia Haven een nieuwe detailhandelsconcentratie worden?

Om al deze vragen te kunnen beantwoorden geeft het huidige beleid niet voldoende handvatten. Een onderzoek naar de distributieve mogelijkheden en het opnieuw tegen het licht houden van de bestaande detailhandelsstructuur zal duidelijkheid verschaffen over de kansen en risico's voor detailhandel in Lelystad waar vraag en aanbod op elkaar zijn afgestemd.

Beoogd effect

Te komen tot een geactualiseerde visie en daarbij horende kaders op het gebied van detailhandel.

Argumenten

1.a. Deze visie geeft een duidelijke richting op basis waarvan nieuwe ontwikkelingen kunnen worden getoetst op wenselijkheid.

Door aan te sluiten bij het koopgedrag kunnen winkelgebieden zich beter profileren. Het streven is te komen tot een heldere en evenwichtige voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden complementair zijn en ieder een eigen taak binnen de structuur vervult.

Door de marktruimte te benutten en initiatieven van marktpartijen op de daarvoor meest geschikte locatie te faciliteren, wordt de structuur als geheel beter en het detailhandelsaanbod sterker. Marktruimte en dynamiek moeten hierbij in eerste instantie worden ingezet om gewenste her- en doorontwikkeling van winkelgebieden op gang te brengen. Hierdoor kan het voorkomen dat de berekende marktruimte niet geheel wordt ingezet of tijdelijk wordt overschreden. Dit mag geen belemmeringen vormen indien het faciliteren van de markt leidt tot versterking van de structuur en de afzonderlijke winkelconcentraties. Kwaliteit gaat daarmee boven kwantiteit.

Compacte centra en clustering van winkels geven een meerwaarde voor zowel ondernemers als consumenten. ondernemers kunnen profiteren van elkaars nabijheid, aantrekkingskracht en gemeenschappelijke faciliteiten. De consument heeft het voordeel van gemak, overzichtelijkheid en keuzemogelijkheden. Daarnaast draagt concentratie bij aan het beperken van het aantal verkeersbewegingen. Nieuwe ontwikkelingen moeten daarom plaatsvinden zoveel mogelijk in of aansluitend aan bestaande winkelgebieden en een bijdrage leveren aan de verbetering van de winkelstructuur. Uitzondering is wanneer aangetoond wordt dat de vestiging buiten de

winkelconcentraties een meerwaarde is voor de totale detailhandelsstructuur en er in de bestaande concentraties geen vestigingsplek te vinden is.

De dynamiek in de detailhandel is groot. Open staan en ruimte bieden voor dynamiek maakt het mogelijk om snel in te kunnen spelen op de veranderende markt. Nieuwe ontwikkelingen vergroten bovendien ook de aantrekkingskracht voor de reeds gevestigde ondernemers.

Eén van de belangrijkste motoren achter de dynamiek is schaalvergroting. Winkels worden groter en grotere winkelformules betreden de markt. Mede om de concurrentiepositie te behouden, moet Lelystad schaalvergroting accommoderen. De afweging voor locatiekeuze verschilt van branche tot branche.

Door bezoekers van buiten de eigen gemeente te trekken, ontstaat er een groter draagvlak voor winkels en andere publieksgerichte voorzieningen. Uitgangspunt is de Lelystedeling meer dan nu aan het eigen winkelaanbod te binden en daar waar mogelijk de bovenlokale functie te versterken.

In het verleden is er gekozen voor een fijnmazige structuur, waarbij iedere buurt of wijk haar eigen winkelcentrum had. Hierdoor zijn er relatief veel kleine winkelcentra ontstaan. Leefbaarheid is een belangrijk thema. Daar staat tegenover dat er wel voldoende draagvlak moet zijn voor ondernemers om op rendabele wijze hun winkel te kunnen exploiteren. Leefbaarheid en levensvatbaarheid zijn twee belangrijke ingrediënten.

Het is belangrijk dat de consument ervaart waar hij of zij een winkelcentrum binnenkomt. Dit betekent onder andere dat er sprake moet zijn van een eenduidige uitstraling. Extra aandacht moet uitgaan naar een voetgangersvriendelijk omgeving en de ontmoetingsplekken/pleinen van het winkelcentrum.

Parkeerplaatsen vervullen een belangrijke rol als bronpunten voor een winkelcentrum. Bezoekers die met de auto komen beginnen en eindigen hier hun bezoek, wat dus zorgt voor loopstromen. Een evenwichtige spreiding van parkeerplaatsen met name voor de grotere centra, bij voorkeur geconcentreerd, is cruciaal. Overige randvoorwaarden zijn voldoende parkeermogelijkheden op acceptabele afstand en een goede verkeersrouting.

2.a.1. Een gevarieerd en interessant winkelaanbod in combinatie met overige voorzieningen zorgen voor aantrekkelijkere centra.

Uit de verschillende onderzoeken is gebleken dat men behoefte heeft aan een groter en gevarieerder aanbod en meer gezelligheid (horeca en leisure). Omdat Lelystad te kampen heeft met een beperkt achterland, waar de diverse steden/dorpen ook nog eens allen hun eigen detailhandelsvoorzieningen hebben, leunen de winkelcentra met name op het lokale verzorgingsgebied. Het is daarom van belang dat de Lelystedeling het prettig vertoeven vindt in de winkelcentra van Lelystad met als gevolg hogere bindingscijfers.

2.a.2. Versterking is noodzakelijk

Om een beter toekomstperspectief te kunnen bieden voor het Stadshart en haar ondernemers is het noodzakelijk om een sterkere concurrentiepositie in te nemen in de regio. Dit wilt niet zeggen dat er meer bezoekers moeten komen vanuit de regio, maar dat de Lelystedeling gaat kiezen voor recreatief winkelen het Stadshart in Lelystad. Deze versterking kan alleen gerealiseerd worden als het Masterplan Stadshart uitgevoerd wordt. Het goed winkelcircuit is hierin een belangrijk element, alsook leisurevoorzieningen en horeca.

2.b. Momenteel heeft Palazzo een verzorgingsgebied bestaande uit de Lelystedeling waardoor het draagvlak beperkt is en dit het functioneren van Palazzo negatief beïnvloed.

De huidige woonboulevards hebben het zwaar. Ook palazzo, dus er moet iets gebeuren zodat Palazzo een goed toekomstperspectief heeft. Enerzijds kan dit door verruiming in de branchering (qua detailhandel). Anderzijds kan dit door uitbreiding, maar dan wel een uitbreiding welke uniek is voor de regio. Op deze manier wordt het verzorgingsgebied en tevens het draagvlak uitgebreid. Belangrijke voorwaarden is dat de uitbreiding geen negatieve invloed heeft op de ontwikkelingen in het Stadshart, dat er een goede wisselwerking ontstaat tussen het bestaande deel van Palazzo en de uitbreiding en

dat de invulling ook daadwerkelijk die regionale versterking teweeg brengt. Een thematische benadering, bijvoorbeeld 'outdoor' of 'het buitenleven' zou hierin kunnen passen en zal grotendeels gaan leunen op de koopkrachttoevloeiing vanuit de regio.

2.c. Ruimtelijk gezien heeft Palazzo baat bij het volledig tot haar beschikking hebben van de ruimte om die regionale versterking teweeg te brengen.

Ondanks dat in de visie 'clustering' van detailhandelsvoorzieningen als uitgangspunt is genoemd, wordt voor een ondersteunend, perifeer centrum bewust gekozen voor spreiding en wel om de volgende redenen. Palazzo wenst zich regionaal te versterken en dit wordt niet bereikt door tuincentra en bouwmarkten toe te voegen aan het aanbod. Wanneer dit wel zou gebeuren wordt de beschikbare fysieke ruimte beperkt met als gevolg minder ruimte om de positie van Palazzo in de regio te versterken. Daarnaast is er op basis van het meest recente dpo ruimte beschikbaar voor de toevoeging van een extra bouwmarkt en tuincentrum. Desondanks, is de huidige marktsituatie dusdanig veranderd ten opzichte van 2009 dat een volledige ontwikkeling van de Westerdreef als PDV locatie op dit moment niet verantwoord is. Vandaar dat alleen de ontwikkeling van een bouwmarkt en tuincentrum wordt toegelaten. Afhankelijk van de groei van de stad kan een groter gedeelte vrij gegeven worden voor de ontwikkeling van dit cluster.

2.d. Batavia Stad is een unieke voorziening die veel bezoekers trekt zowel uit de regio als daarbuiten.

Om deze positie te behouden is het van belang dat Batavia Stad een aantrekkelijk thematisch winkelcentrum blijft. Dit kan door uitbreiding en door branchering. Met de realisatie van de laatste fase ontstaat er een completer en gevarieerder aanbod, waardoor niet alleen de verblijfsduur verlengd wordt maar ook de aantrekkelijkheid van het winkelcentrum toeneemt. Ondanks dat er in het noorden van Nederland nog geen factory outlets zijn bijgekomen, bestaan er genoeg plannen. Met deze uitbreiding wordt de positie van Batavia Stad op regionaal niveau en op landelijk niveau versterkt.

2.e. Winkelgebieden dienen ook op de lange termijn goed te kunnen functioneren.

Ook hier geldt weer dat er een goed toekomstperspectief geboden moet worden. Duurzaamheid en levensvatbaarheid van de aanbodstructuur zijn onvermijdelijke begrippen in een goed functionerende detailhandelstructuur. Enige concurrentie is niet te vermijden en hoeft ook niet vermeden te worden. Zolang het maar geen desastreuze gevolgen heeft.

3. Deze structuur zorgt ervoor dat elk winkelcentrum een eigen profiel en eigen taak krijgt.

Het koopmotief vormt een belangrijk fundament voor toekomstige ontwikkelingen, evenals het verzorgingsgebied. Ontwikkelingen die het recreatief winkelen ondersteunen, behoren in eerste instantie in het Stadshart een plek te krijgen. In diezelfde lijn worden aanvragen voor laagfrequente aankopen ondergebracht op Palazzo of de daarvoor aangewezen bedrijventerreinen.

Type winkelgebied	Winkelcentrum	Koopmotief
Hoofdwinkelcentrum	Stadshart	Recreatief winkelen/ boodschappen doen
Stedelijk centrum	Lelycentre	Boodschappen doen/recreatief winkelen
Wijkwinkelcentrum	Warande	Boodschappen doen/recreatief winkelen
Buurtwinkelcentrum	Tjalk	Boodschappen doen en laagfrequente aankopen
Buurtwinkelcentrum	Botter	Boodschappen doen
	Kempenaar	
	Voorhof	
	Buizerdweg	
Buurtsteunpunt	Voorstraat	Boodschappen doen
	Boswijk	
	Jol	
	Lelystad-Haven	
Thematisch winkelgebied	Batavia Stad	Recreatief winkelen
Woonboulevard+	Palazzo	Laagfrequente aankopen
Perifeer, ondersteunend centrum	Westerdreef	Laagfrequente aankopen
Overig aanbod/verspreide bewinkeling	o.a. Gildenhof, Schoepenweg, Ketelmeerstraat, Groene Velden	Laagfrequente aankopen

4. De nota 'winkelstructuur Lelystad 2020' is een actualisatie van beide beleidsdocumenten

De nota bevat zowel de kaders op het gebied van centrumontwikkelingen als kaders op het gebied van detailhandel op bedrijventerreinen. Daarmee is de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' een vervanger voor de nota's 'detailhandel op bedrijventerreinen 2005' en 'detailhandelsnota Lelystad 2001'.

5. Naast de verankering in de diverse (lopende) projecten is verankering van de kaders in bestemmingsplannen van belang.

Indien dit niet gebeurt kan dit betekenen dat er of een te beperkt bestemmingsplan geldt of juist een te ruim bestemmingsplan. Waardoor we de in de nota genoemde doelstellingen niet waar kunnen maken en er alsnog sprake zou kunnen zijn van een schreefgroei in de detailhandel. Met als gevolg het niet goed functioneren van de Lelystadse winkelcentra.

Kanttekeningen

Beleid voor aan huis verbonden beroepen

In de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' wordt er verwezen naar het vigerende beleid voor aan huis verbonden beroepen. Echter, momenteel wordt er gewerkt aan globalisering van bestemmingsplannen, waardoor dit beleid wellicht kan veranderen. Hoewel het beleid momenteel als bijlage dient in de nota, moet er dus wel rekening gehouden worden met eventuele wijzigingen.

Peildatum distributie planologisch onderzoek (dpo)

De cijfers welke gebruikt zijn in het dpo zijn afkomstig uit het jaar 2009. De feitelijke cijfers anno 2010 wijken echter deels af. Wenselijk is om uitbreidingsruimte te berekenen met de feitelijke gegevens, maar omdat er sprake is van een minimaal verschil blijft het dpo uit 2009 gehanteerd. Desalniettemin is een herijking van het dpo voor het Stadshart in 2011, na oplevering van de rabobanklocatie, gewenst.

Communicatie

Naast het persbericht zal er een informatiebijeenkomst georganiseerd worden voor de diverse belanghebbenden, zoals winkeliers, vastgoedeigenaren, ontwikkelaars e.d. Ook zal de vaststelling van de kaders middels de Stadshart nieuwsbrief worden gecommuniceerd.

Lelystad,

Het college van de gemeente Lelystad,

de secretaris,

de burgemeester,

D.G.C. van der Spek.

M. Horselenberg.



Raadsbesluit

2010

Nr. B10-02637-6

De raad van de gemeente Lelystad,

op voorstel van het college van de gemeente Lelystad d.d.

B E S L U I T:

1. Kennis te nemen van de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' en de volgende visie vast te stellen:
 - a. Lelystad zet in op een evenwichtige voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden complementair zijn en ieder een eigen taak binnen de structuur vervult. Kwaliteit gaat boven kwantiteit en nieuwe ontwikkelingen leveren altijd een bijdrage aan de verbetering van de winkelstructuur.
2. De volgende in de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' opgenomen uitgangspunten vast te stellen:
 - a. Het versterken van vooral de lokale verzorgingsfunctie van het voorzieningenapparaat als geheel en het Stadshart in het bijzonder.
 - b. Het versterken van de bovenlokale aantrekkingskracht van Palazzo.
 - c. Streven naar een aanvullend ondersteunend cluster voor perifere detailhandel met een lokale verzorgingsfunctie.
 - d. Het versterken van de bovenregionale en unieke functie van Batavia Stad.
 - e. Streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende winkelgebieden. Waar mogelijk moet synergie tussen centra worden opgezocht.
3. De volgende in de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' opgenomen detailhandelsstructuur vast te stellen:

Type winkelgebied	Winkelcentrum	Koopmotief
Hoofdwinkelcentrum	Stadshart	Recreatief winkelen/ boodschappen doen
Stedelijk centrum	Lelycentre	Boodschappen doen/recreatief winkelen
Wijkwinkelcentrum	Warande	Boodschappen doen/recreatief winkelen
Buurtwinkelcentrum	Tjalk	Boodschappen doen en laagfrequente aankopen
Buurtwinkelcentrum	Botter Kempenaar Voorhof	Boodschappen doen
Buurtsteunpunt	Buizerdweg Voorstraat Boswijk Jol Lelystad-Haven	Boodschappen doen
Thematisch winkelgebied	Batavia Stad	Recreatief winkelen
Woonboulevard+	Palazzo	Laagfrequente aankopen
Perifeer, ondersteunend centrum	Westerdreef	Laagfrequente aankopen
Overig aanbod/verspreide bewinkeling	o.a. Gildenhof, Schoepenweg, Ketelmeerstraat, Groene Velden	Laagfrequente aankopen

4. De nota 'detailhandel 2001' en de nota 'detailhandel op bedrijventerreinen 2005' te laten vervallen.
5. De visie en uitgangspunten van de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' te gebruiken als leidraad voor nieuwe ontwikkelingen en de nog te actualiseren bestemmingsplannen.

Lelystad,

De raad van de gemeente Lelystad,

de griffier,

de voorzitter,

Samenvatting reacties concept 'winkelstructuur Lelystad 2020'

Warande

Reactie: Voor Warande wordt voorgesteld om het onderscheid tussen wijk- en buurtcentra te laten vervallen en dus alleen buurtwinkelcentra te ontwikkelen.

- Conclusie: In het beleid bestaat de winkelstructuur van Warande uit een wijkwinkelcentrum een buurtwinkelcentrum en detailhandelsmogelijkheden in de wijken zelf. De noodzaak om het wijkwinkelcentrum te downgraden naar een of twee buurtwinkelcentra is niet aanwezig, daar de locaties van de detailhandelsvoorzieningen zorgen voor een goede spreiding. Winkels zullen daarmee op relatief korte afstand te bereiken zijn. Daarnaast wordt de levensvatbaarheid van kleinere buurtwinkelcentra ter discussie gesteld. Gezien het beperkte aanwezige aanbod en de kleine omvang worden deze centra minder aantrekkelijk. Schaalvergroting vraagt een groter draagvlak.

Minder maar grotere supermarkten in het Stadshart

Reactie: Aangegeven wordt dat op termijn de supermarkten in het Stadshart in zwaar weer terecht zullen komen als er meer supermarkten van een kleinere omvang worden toegestaan.

- Conclusie: Daarom is het van belang dat er ingezet wordt op modernisering (schaalvergroting). In tegenstelling tot wat er in de conceptnota was opgenomen, wordt het volgende voorgesteld: geen extra toevoegingen van supermarkten in het Stadshart, behalve voor de ontwikkeling van Waag fase II (verplaatsing van bestaande of toevoeging van een discounter). De berekende ruimte wordt verder ingezet voor modernisering van de reeds bestaande supermarkten. Ook de verplaatsing van supermarkten buiten het Stadshart naar een locatie binnen het Stadshart wordt niet gehonoreerd.

Lelycentre

Reactie: Positief was men over het opspannen van het winkelcentrum tussen twee supermarkten al dan niet door middel van verplaatsing van één van de supermarkten. Ook is er verzocht de verhouding tussen dagelijkse en niet-dagelijkse sector momenteel de vrije loop te laten gaan en bij een eventuele herontwikkeling te inventariseren.

- Conclusie: Vanuit diverse belanghebbenden is er gesproken over een mogelijke herontwikkeling van het winkeldeel van het Lelycentre. Hoewel hierover nog geen definitief besluit is genomen en er nog geen concrete plannen zijn, is in de nota een wenselijke programma opgenomen wat past bij het profiel van het Lelycentre. In het definitieve beleid is opgenomen een maximale omvang van de detailhandel in het Lelycentre, maar wel met de opmerking dat er een nadruk moet komen te liggen op het dagelijks aanbod.

Onderbouwing koopkrachtbinding en toevloeiing

Reactie: Men is van mening dat de genoemde percentages te optimistisch zijn.

- Conclusie: Echter, deze percentages zijn afkomstig uit onderzoeken en daarmee goed te onderbouwen. Er is geen reden om met verschillende scenario's te werken, aangezien de percentages gelijk blijven.

Overzicht plattegrond winkelgebieden

Terecht is opgemerkt dat een plattegrond met de verschillende winkelgebieden ontbreekt. Deze is in de nota bijgevoegd.

Grootschalige leisure op Palazzo

Reactie: Aangegeven is dat het toevoegen van leisurevoorzieningen in het Stadshart geen grootschalige leisure op Palazzo fase I in de weg hoeft te staan.

- Conclusie: In het beleid wordt juist ingezoomd op het belang van leisure voor het Stadshart. De combinatie van leisure en detailhandel levert interessante synergievoordelen, zoals verhoogde bestedingen en herhaalbezoek. Het toevoegen van leisure op Palazzo lijkt daarmee de doorontwikkeling van het Stadshart wel in de weg te staan.

Branchering op Palazzo

Reactie: De gemeente wordt verzocht een verruiming van de reeds toegestane branches mogelijk te maken. Het betreft bruin- en witgoed, rijwielen, verlichting en non-food. Ook is de in het beleid opgenomen branchering een beperking van de huidige mogelijkheden.

- Conclusie: Uiteraard is dit niet de bedoeling, vandaar dat het beleid hierop aangepast is. Voor wat betreft het verzoek om de branchering te verruimen het volgende:
 - o Bruin- en witgoed: Witgoed is reeds toegestaan. Bruingoed daarentegen is niet toegestaan en dat blijft ook zo. Deze branche is van belang voor het functioneren van het Stadshart en moet daarom daar een plek krijgen. Vestiging van deze branches op andere locaties dan het Stadshart betekent een onaanvaardbare verzwakking en ondermijnt bovendien de plannen voor de herontwikkeling van het Stadshart.
 - o Rijwielen: Deze branche wordt op Palazzo toegestaan, mits er sprake is van een minimale brutovloeroppervlak (bvo) van 800 m².
 - o Verlichting: Hoewel momenteel niet toegestaan, wordt dit wel als een goede aanvulling op het aanbod van een woonboulevard gezien. In het beleid wordt deze branche op Palazzo mogelijk gemaakt. De minimale omvang moet wel 800 m² bvo zijn.
 - o Non-food: de branche non-food bestaat uit alle producten die niet vallen binnen de voedings- en genotbranche. Naast de PDV branches dus ook kleding en mode, schoenen en lederwaren, juwelier en optiek e.d. Daar Palazzo een PDV locatie betreft en er geen nieuwe winkelcentra worden toegevoegd aan het winkelstructuur, is het niet wenselijk om in te stemmen met deze verruiming.

Palazzo fase III

Reactie: Formules als de Action en Lidl worden gezien als mogelijke invulling voor fase III.

- Conclusie: Dit past echter niet bij het beeld wat er voor Palazzo in de nota is geschetst. Palazzo is een PDV-locatie, een woonboulevard en geen regulier winkelcentrum waar supermarkten gevestigd zijn. Ook valt een Action niet onder de noemer PDV. Met andere woorden, branches of formules die niet onder de noemer PDV te scharen vallen, worden niet toegestaan op één van de fasen van Palazzo.

Reactie: Ook wordt voorgesteld om de minimale oppervlaktemaat van 800 m² bvo op te hogen naar 2.500 m² bvo. Dit zou ervoor moeten zorgen dat fase III onderscheidend is ten opzichte van de overige fasen.

- Conclusie: Hoewel het onderscheidende van fase III een belangrijke randvoorwaarde is voor de ontwikkeling, wordt dit met name bewerkstelligd door extra eisen ten aanzien van branchering (thematische benadering).

Westerdreef

Reactie: Verschillende partijen van Palazzo hebben bezwaar tegen de ontwikkeling van de Westerdreef. Volgens hen levert dit directe concurrentie. De bouwmarkten en tuincentra op Palazzo kunnen zich dergelijke concurrentie niet permitteren. Palazzo acht clustering wenselijk.

- Conclusie: Voor spreiding is bewust gekozen om de volgende redenen. Palazzo wenst zich regionaal te versterken en dit wordt niet bereikt door tuincentra en bouwmarkten toe te voegen aan het aanbod. Wanneer dit wel zou gebeuren wordt de beschikbare fysieke ruimte beperkt met als gevolg minder ruimte om de positie van Palazzo in de regio te versterken. Daarnaast is er op basis van het meest recente dpo ruimte beschikbaar voor de toevoeging van een extra bouwmarkt en tuincentrum. Desondanks, is de huidige marktsituatie dusdanig veranderd dat een volledige ontwikkeling van de Westerdreef als PDV locatie niet verantwoord is. Vandaar dat alleen de ontwikkeling van een bouwmarkt en tuincentrum wordt toegelaten.

Flexibiliteit ABC/D stadshart

Reactie: Een duidelijk signaal is afgegeven ten aanzien van de herontwikkeling van het ABC/D complex in het Stadshart. ABC/D maakt onderdeel uit van de winkelacht, waardoor het van essentieel belang is voor een goed functionerend winkelcentrum.

- Conclusie: Om deze reden wordt nogmaals benadrukt dat de ontwikkeling van deze locatie in principe niet kan wachten tot 2020. Echter, het huidige dpo laat geen ruimte. Toch zijn ontwikkelingen passend binnen het huidige masterplan bespreekbaar. Wellicht dat een gefaseerde ontwikkeling van het ABC/D de mogelijkheden biedt.

Vergroten regionaal verzorgingsgebied Stadshart

Reactie: Voorgesteld wordt om het verzorgingsgebied van het stadshart te vergroten naar een regionaal verzorgingsgebied.

- Conclusie: Hoewel het van belang is dat het Stadshart een sterkere positie in de regio krijgt heeft dit in eerste instantie te maken met het verhogen van de bindingscijfers en niet met de toename van de koopkrachttoevoeiing. Lelystad heeft te maken met een beperkt achterland, waar ook nog eens alle dorps- en stadskernen in de omgeving hun eigen voorzieningen hebben. De binding van de eigen inwoners is van essentieel belang voor een goed functionerend winkelcentrum.

Culturele voorzieningen

Reactie: Er zou meer aandacht moeten komen voor culturele voorzieningen in het Stadshart.

- Conclusie: Leisure (o.a. cultuur) wordt in de nota als belangrijk aandachtspunt benoemd. Er moet een duidelijk focus liggen op de toevoeging van dergelijke voorzieningen omdat deze bijdragen aan het functioneren van een winkelcentrum. In dit kader moet nader onderzocht worden wat de mogelijkheden zijn en hoe dit teweeg gebracht gaat worden. Deze maatregel is extra benadrukt in de nota.

Loskoppeling van horeca en leisure van het winkelen

Reactie: Men heeft het idee dat horeca en leisure te veel losgekoppeld wordt van het winkelen, waardoor er sprake is van een slechte doorbloeding en er op termijn uitgestorven delen ontstaan.

- Conclusie: Echter, aan detailhandel gerelateerde horeca wordt in de nota juist als toegevoegde waarde voor een winkelgebied gezien. Daarentegen is andersoortige horeca en leisure in het kernwinkelgebied juist niet wenselijk, aangezien de openingstijden en het karakter van de voorziening te veel verschilt met dat van de winkels. De toegevoegde waarde van de aanwezigheid van deze voorziening staat niet ter discussie.

Onderhoud openbare ruimte

Opmerkingen zijn er gemaakt over het belang van het onderhoud van het openbaar gebied. Echter, gezien de afbakening van de nota, komt dit onderwerp hier niet ter sprake. Het KwaliteitStructuurPlan Openbare Ruimte (KSP) geeft hiervoor reeds de kaders.

Preventie, controle en handhaving

Deze onderwerpen worden als een gemis gezien. Echter, wegens de afbakening van de nota zijn deze onderwerpen niet opgenomen in het beleid. Hiervoor zijn de wijkveiligheidsplannen.



Winkelstructuur Lelystad 2020
Detailhandelsbeleid

Economie en Vastgoedontwikkeling
Oktober 2010

Samenvatting

De detailhandelsstructuur in Lelystad is bepaald onder andere door het sociale karakter, de ontmoetingsfunctie, van buurtwinkelcentra. Daarnaast zijn er in de loop der tijd nieuwe winkelconcentraties ontstaan of hebben bestaande een sterke positie ingenomen. Het Stadshart, Lelycentre, Batavia Stad en Palazzo zijn hier goede voorbeelden van. Echter, hierdoor zijn er vragen ontstaan over het functioneren van de detailhandelssector en de daaruit voortvloeiende toekomstmogelijkheden.

Kijkend naar de relevante ontwikkelingen vanuit de consument en de markt zijn er enkele kansen en risico's te benoemen. Begrippen als prijsbewust, bereikbaarheid en mobiliteit (consument) en schaalvergroting, internet en filialisering (markt) komen steeds weer in beeld wanneer de detailhandelssector onder de loep wordt genomen. Voor Lelystad zijn er op basis van een aantal kwantitatieve gegevens, zoals het economisch functioneren en bindings- en toevloeiingscijfers, de uitbreidingsmogelijkheden berekend. Kansen zitten met name in de versterking van het Stadshart, het tot stand brengen van een sterkere regionale positie voor zowel Palazzo als Batavia Stad. Maar ook de toeristische potentie van de kust en de toename van het consumentendraagvlak door woningbouwplannen. Echter, risico's zijn de toenemende mobiliteit, het benodigde draagvlak door schaalvergroting waardoor kleinere winkels onder druk komen te staan. Maar ook de toenemende concurrentie in de regio op het gebied van niet-dagelijks aanbod (Almere).

De analyse heeft geleid tot de volgende visie op de Lelystadse detailhandelsstructuur: Een evenwichtige detailhandelsstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden complementair zijn en ieder een eigen taak binnen deze structuur vervult. Kwaliteit gaat boven kwantiteit en nieuwe ontwikkelingen leveren altijd een bijdrage aan de verbetering van de winkelstructuur. Het Stadshart staat aan de top van hiërarchie, gevolgd door het Lelycentre als stedelijk centrum, Warande en de Tjalk als wijkwinkelcentra met op buurtniveau de verschillende buurtwinkelcentra als de Kempenaar, Voorhof en Jol. Deze centra met voornamelijk een boodschappenfunctie (met uitzondering van het Stadshart) worden aangevuld door Palazzo (woonboulevard+), de Westerdreef (ondersteunend PDV), Batavia Stad (thematisch winkelgebied) en de verspreide bewinkeling (bedrijventerreinen, buitengebied etc.).

Om tot voornoemde structuur te komen zijn er specifieke opgaven voor een aantal winkelgebieden. De berekende vierkante meters worden ingezet voor de verdere ontwikkeling van het Stadshart, Warande, de Botter en de Buizerdweg. Voor het Lelycentre en de Boswijk zijn andere opgaven, met name fysieke verbeteringen. Voor Batavia Stad en Palazzo draait het om regionale versterking. De Westerdreef functioneert dan als lokale PDV voorziening, welke ondersteunend is aan Palazzo.

Inhoud

Samenvatting	0
1. Inleiding	1
1.1 Leeswijzer.....	1
2. Analyse	3
2.1 Bestaande beleidskaders.....	3
2.1.1 Provincie.....	3
2.1.2 Gemeente.....	3
2.2 Relevante ontwikkelingen.....	3
2.2.1 Consumentenwaarden.....	4
2.2.2 Marktontwikkelingen.....	4
2.2.3 Regio.....	5
2.3 Kwantitatieve gegevens.....	5
2.3.1 Bestaande detailhandelsstructuur.....	6
2.3.2 Onderzoeksgegevens.....	8
2.3.3 Economisch functioneren.....	8
2.3.4 Distributieve mogelijkheden.....	10
2.3.5 SWOT.....	10
2.4 Conclusie.....	11
3. Toekomstbeeld	13
3.1 Visie.....	14
3.1.1 Subdoelen.....	14
3.2 Detailhandelsstructuur.....	14
3.2.1 Verdeling uitbreidingsruimte.....	15
3.3 Profiel detailhandelsconcentraties.....	16
3.3.1 Hoofdwinkelcentrum.....	16
3.3.2 Stedelijk centrum.....	16
3.3.3 Wijkwinkelcentrum.....	17
3.3.4 Buurtwinkelcentra.....	17
3.3.5 Kust.....	18
3.3.6 PDV.....	19
3.3.7 Lelystad Airport.....	20

3.4 Profiel verspreide detailhandel	21
3.4.1 Bedrijventerreinen.....	21
3.4.2 Groene Velden	22
3.4.3 Bijzondere woonmilieus.....	22
3.4.4 Verspreide detailhandel in de wijk.....	23
3.4.5 Grootchalige retailconcepten.....	23
3.4.6 Internet.....	23
3.4.7 Detailhandel bij leisure	23
3.4.8 Detailhandel in het buitengebied.....	24
4. Instrumenten.....	25
4.1 Stadshart.....	25
4.1.1 Waag fase 2	25
4.1.2 PTT-locatie	26
4.1.3 Rabobanklocatie.....	26
4.1.4 Supermarkten	26
4.1.5 ABC/D gebouw	26
4.1.6 Leisure voorzieningen	27
4.2 Lelycentre	28
4.2.1 Programma.....	28
4.2.2 Ruimtelijke opgave	28
4.3 Warande	28
4.3.1 Programma	29
4.3.2 Ruimtelijke opgave	29
4.3.3 Herijking distributieve ruimte	29
4.4 Buurtwinkelcentra	30
4.4.1 Botter	30
4.4.2 Boswijk.....	30
4.4.3 Buizerdweg.....	30
4.5 Batavia Stad Outlet.....	31
4.5.1 Uitbreiding.....	31
4.5.2 Uitwisseling Stadshart en Batavia Stad.....	31
4.5.3 Evaluatie van overeenkomst.....	31
4.6 Palazzo.....	31
4.6.1 Regionale versterking	31

4.6.2 Branchering.....	32
4.7 Westerdreef.....	32
4.7.1 Bouwmarkt en tuincentrum	32
4.7.2 Overige branchering.....	32
Bijlagen.....	33
1. Lijst van sleutelpersonen	34
2. Begrippenlijst.....	35
3. Algemene bouwstenen voor centrumgebieden naar bezoekmotief.....	37
4. Verdeling supermarktaanbod naar winkelcentrum.....	38
5. Onderzoeksgegevens.....	39
6. Toekomstige verdeling distributieve ruimte in wvo	41
7. Beleid voor aan huis verbonden beroepen en bedrijven	42

1. Inleiding

Het Stadshart, Lelycentre, Botter en Warande. Dit zijn een aantal gebieden waar de ontwikkeling van detailhandel een rol speelt of gaat spelen. Deze gebieden maken allemaal onderdeel uit van de 'bloemkoolstructuur' zoals we die kennen in Lelystad. Elke buurt of wijk heeft haar eigen winkelconcentratie zodat eenieder op korte afstand zijn of haar boodschappen kan doen. Maar niet alleen dat, het winkelcentrum is op deze manier ook een ontmoetingsplek in de wijk geworden.

Het detailhandelsbeleid heeft tot nu toe altijd die structuur vastgehouden. In de loop der tijd zijn er nieuwe concentraties toegevoegd of zijn bestaande winkelgebieden geherstructureerd of gesaneerd. Dit alles ten behoeve van een goed functionerende detailhandelstructuur. Echter, in diezelfde periode heeft de markt niet stil gestaan. Trends en ontwikkelingen volgen elkaar in rap tempo op, waardoor de geformuleerde beleidskaders al snel niet meer toereikend zijn.

Ook Lelystad heeft niet stil gezeten. De afgelopen paar jaar zijn er in het Stadshart extra winkelmeters toegevoegd en is er een kwalitatieve slag gemaakt. Maar daarmee is het masterplan nog niet uitgevoerd. Nieuwe projecten staan op de rol voor zowel winkels, horeca als leisure. Maar ook het opwaarderen van de openbare ruimte in het bestaande gedeelte. In relatie tot het Stadshart zijn er vragen gesteld over de positie van het Lelycentre. Kunnen deze twee winkelgebieden wel naast elkaar blijven bestaan? Ook op een andere niveau spelen er een aantal zaken, zoals herontwikkeling van Botter centrum, de solitaire supermarkt aan de Voorhof en herstructurering van Boswijk centrum. En hoe ziet straks de detailhandelstructuur in Warande eruit? Mag Batavia Stad uitbreiden en kan Batavia-Haven een nieuwe detailhandelsconcentratie worden?

Om al deze vragen te kunnen beantwoorden geeft het huidige beleid niet voldoende handvaten. Een onderzoek naar de distributieve mogelijkheden en het opnieuw tegen het licht houden van de bestaande detailhandelsstructuur zal duidelijkheid verschaffen over de kansen en risico's voor detailhandel in Lelystad waar vraag en aanbod op elkaar zijn afgestemd.

1.1 Leeswijzer

De nota bestaat uit vier delen beginnend met de analyse in hoofdstuk 2. Aan de hand van de bestaande beleidskaders, relevante ontwikkelingen en kwantitatieve gegevens worden in dit hoofdstuk de risico's en kansen benoemd. Hoofdstuk 3 betreft een uiteenzetting van het gewenste toekomstbeeld, waar de detailhandelsstructuur en de bijbehorende profielen per winkelgebied vorm krijgt. Om het beoogde toekomstbeeld te behalen zijn er diverse inspanningen nodig. Hoofdstuk 4 is volledig gewijd aan de in te zetten instrumenten.

2. Analyse

Dit onderdeel van het detailhandelsbeleid bestaat uit een analyse van de bestaande beleidskaders, relevante ontwikkelingen en kwantitatieve gegevens om te komen tot een heldere visie.

2.1 Bestaande beleidskaders

Binnen de kaders van het Rijksbeleid zijn de gemeenten zelf verantwoordelijk voor hun eigen lokale detailhandelsbeleid. De provincies hebben een regisserende rol en moeten zorgen voor het op een lijn brengen van alle bovenlokale en grootschalige ontwikkelingen in hun gebied.

2.1.1 Provincie

In 2006 heeft de provincie Flevoland het Omgevingsplan vastgesteld waarin het integrale omgevingsbeleid voor de provincie voor de periode van 2006-2015 is neergelegd. Het plan geeft richtlijnen voor typen vestigingsmilieus waar perifere en grootschalige detailhandel is toegestaan. Tevens zijn de voorwaarden aangegeven voor bereikbaarheid, leefbaarheid en ruimtelijke kwaliteit. Concreet houdt dit in dat alleen de gemeenten Almere, Lelystad en Noordoostpolder ruimte mogen bieden aan perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen. Het Omgevingsplan stelt verder dat een 'ruimtelijke visie op detailhandel' nadere uitwerking verdient. Voor Lelystad betekent dit meer ruimte voor het opstellen van gemeentelijk beleid.

2.1.2 Gemeente

Gemeentelijke Visie Vestigingsbeleid (GVV)

Die nadere uitwerking is terug te vinden in het GVV, welke is vastgesteld in 2007. De verschillende typen vestigingsmilieus krijgen in dit beleidsdocument een duidelijk profiel. Bepaalde locaties worden aangewezen als Perifere Detailhandelslocatie (PDV) en als Grootschalige Detailhandelslocatie (GDV). Ook uitgangspunten omtrent functiemenging en herprofilering bedrijventerreinen ontbreken niet. Hiervoor was de 'nota detailhandel op bedrijventerreinen' welke in 2005 is vastgesteld, een belangrijk document. Op hoofdlijnen stelt het GVV het volgende:

1. Stadshart is GDV, Palazzo en Westerdreef zijn PDV.
2. Herprofilering naar economische en niet-economische voorzieningen op een aantal bedrijventerreinen mogelijk.
3. Detailhandel op een aantal bedrijventerreinen mogelijk mits het voldoet aan een aantal randvoorwaarden gesteld in de nota detailhandel op bedrijventerreinen.

Structuurplan

Het structuurplan is een raamwerk waarbinnen Lelystad zich de komende jaren kan ontwikkelen tot een zelfstandige en complete stad, met daarbij de gewenste omvang en kwaliteit. Om te komen tot de gewenste kwaliteit is een goede ordening van de voorzieningen van belang. Als uitgangspunt is benoemd dat stedelijke voorzieningen een plek vinden in de goed bereikbare knooppunten (Stadshart, Kust). Hoewel de grootschalige voorzieningen juist een plek buiten het Stadshart krijgen, moeten de voorzieningen voor dagelijkse boodschappen binnen de wooneilanden blijven. Deze zijn voor sociale cohesie van groot belang.

2.2 Relevante ontwikkelingen

De consument anno nu is een ander consument dan die van vijf, tien of twintig jaar geleden en de consument anno 2020 zal er anders uitzien dan die van nu. De detailhandelssector reageert op dit

veranderend consumentengedrag. Ook zijn er vanuit de aanbodzijde ontwikkelingen gaande die de nodige aandacht verdienen. In deze paragraaf worden de relevante trends en ontwikkelingen uiteengezet, aangevuld met de huidige regionale ontwikkelingen.

2.2.1 Consumentenwaarden

Toename van de mobiliteit Door een grotere mobiliteit krijgt de consument een groter referentiekader. Kwaliteit van het aanbod, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (winkelinrichting en uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden daarom belangrijker. Dit geldt met name voor het recreatief winkelen.

Toename prijsbewustzijn Het toegenomen prijsbewustzijn maakt de consument kritischer. Men bezoekt meer én verschillende winkels op basis van de behoefte op dat moment.

Koopmotieven Het centrum moet aansluiten bij het verwachtingsbeeld van de consument. De rode draad daarin is de verhouding tussen het koopmotief van de consument versus de locatie c.q. de bereikbaarheid en het aanbod in het centrum. Doorgaans wordt er onderscheid gemaakt in de koopmotieven 'boodschappen', 'recreatief winkelen' en 'laagfrequente aankopen' (bijlage 3).

Bereikbaarheid Bereikbaarheid is van groot belang in het locatiebeleid voor detailhandel. Dit hangt echter niet af van de locatie alleen. Een goede detailhandelsstructuur biedt een evenwichtige wisselwerking tussen locatie, gebiedsprofiel, aanbodsamenstelling en verwachtingsbeeld in relatie tot bereikbaarheid. Een boodschappencentrum op een goed bereikbare locatie aan de rand van de stad ligt misschien wel op een te grote reisafstand vanuit het primaire verzorgingsgebied, terwijl voor een sfeervol recreatief winkelcentrum de matige bereikbaarheid helemaal niet afschikt.

2.2.2 Marktontwikkelingen

Schaalvergroting Supermarkten, doe-het-zelfzaken, sportzaken en bruin- en witgoedzaken hebben te maken met schaalvergroting. Het benodigd draagvlak voor winkels wordt door schaalvergroting steeds groter. Winkelconcentraties op het laagste niveau, zoals buurt- en wijkcentra ondervinden mede hierdoor problemen. Een goed voorbeeld van schaalvergroting zijn de megasupermarkten.

Superspecialisatie Als tegenhanger van de schaalvergroting is superspecialisatie in opkomst. Winkelketens proberen zich door specialisatie in kleine winkels (o.a. koffiespecialzaken en kookwinkels) te onderscheiden van andere winkels.

Filialisering In de detailhandel is steeds vaker een sterke filialisering van winkelgebieden te zien waardoor de winkelgebieden 'op elkaar gaan lijken'. Dit zorgt ervoor dat winkelgebieden een bepaald basisaanbod hebben. Omdat filialisering niet ten koste mag gaan van het onderscheidend vermogen wordt er steeds meer aandacht geschonken aan de uniciteit van een gebied.

Prijsstelling De prijsstelling van producten is een belangrijke factor bij de keuze voor een winkel of winkelgebied. Steeds vaker staat niet meer de klantentrouw centraal maar de prijsstelling van de winkels.

Thematisering In de retail worden steeds nieuwe concepten ontwikkeld, zoals bijvoorbeeld brandstores, lifestyle concepten en themacentra. Thematisering biedt kansen om het onderscheidend vermogen van met name binnensteden op te waarderen en leidt er tevens toe dat de traditionele winkelhiërarchie onder druk staat.

Branchevervaging en –verbreding De afgelopen jaren is de branchevervaging en –verbreding toegenomen. Binnen winkelformules is dit aspect erg moeilijk te reguleren en handhaven. Naast het oorspronkelijk assortiment worden steeds meer andere soorten artikelen opgenomen, soms

structureel, soms actiematig. Op oorspronkelijke grootschalige detailhandelslocaties is tegenwoordig veel meer te krijgen. In de markt ontwikkelen zich buiten de grootschalige branches om formules met een omvang van 1.000 tot 4.000 m² wvo en meer.

Internet Steeds meer Nederlanders hebben de beschikking over het internet en maken hier steeds vaker gebruik van. De aankopen via het internet nemen explosief toe. Toch zijn deze nog maar een klein deel van de totale consumentenbestedingen (5% in 2007). De verwachting is dat dit percentage toeneemt naar 10% in 2012¹. Internet is primair een informatiebron, die ook voor winkels interessant is. Voordat een bezoek wordt gebracht aan een winkel of winkelcentrum, oriënteert de consument zich vaak eerst via internet. Internet is daarmee ook voor retailers een belangrijk medium.

Traffic-locaties Traffic-locaties worden een belangrijkere aankoopplaats. Op vliegvelden als Dubai, Las Vegas en Hong Kong staat de beleving van de reiziger voorop, maar ook Schiphol groeit uit tot een shopping mall met onder meer nieuwe brandstores als Nike. Deze trend lijkt zich door te zetten naar ander locaties, zoals de trein- en busstations.

2.2.3 Regio

In de regio zijn er tal van ontwikkelingen gaande die invloed (zouden kunnen) hebben op de detailhandelstructuur in Lelystad. Dit betreft met name toevoeging van extra winkelmeters en renovatieprojecten.

De gemeente Almere heeft grootse plannen met Almere Poort: 12.000 woningen die gedeeltelijk in het IJmeer komen te liggen. De gemeente wil een 3 kilometer lange boulevard realiseren met naast woningen ook kantoorruimte (120.000 m²) en 80.000 m² aan ruimte voor leisure. Naast de boulevard zal er ruimte komen voor een kernwinkelgebied in het Olympia Kwartier. Dit moet dan het hart worden van Almere Poort. Verder zijn er plannen voor Almere Buiten. Hier wordt er naast 300 woningen ook nog eens 22.000 m² aan winkels toegevoegd. In Almere zijn ook de uitbreidingsplannen voor het Stadshart gerealiseerd. Momenteel bestaat dit centrum uit 85.400 m² winkelvloeroppervlak (wvo) verdeeld over 280 winkels.

De gemeente Emmeloord heeft twee grote projecten lopen, namelijk het opknappen van winkelgebied de Lange Nering en het toevoeging van 10.000 m² winkelruimte, 3.400 m² kantoorruimte, 75 woningen en een bioscoop. Vooralsnog start alles in 2011. Daarnaast heeft circa twee jaar geleden het centrum van Dronten een metamorfose ondergaan. Het winkelaanbod is fors uitgebreid, er is een sociaal-cultureel centrum geopend, het Redeplein is opnieuw ingericht en er zijn parkeervoorzieningen gerealiseerd. Hoewel het centrum een goede start heeft gemaakt, heeft Dronten momenteel te kampen met ca. 1.900 m² leegstand aan winkelruimte².

2.3 Kwantitatieve gegevens

Naast het bepalen van de uitbreidingsruimte is een kwalitatieve vertaalslag van belang. De verschillende winkelconcentratiegebieden staan niet los van elkaar. Elke toevoeging van vierkante meters of verandering in de branchering van één locatie kan ertoe leiden dat er zowel positieve als nadelige effecten ontstaan voor een ander winkelgebied. In deze paragraaf wordt er aandacht besteed aan de huidige detailhandelsstructuur en het functioneren ervan, de uitbreidingsmogelijkheden, de kansen en bedreigingen.

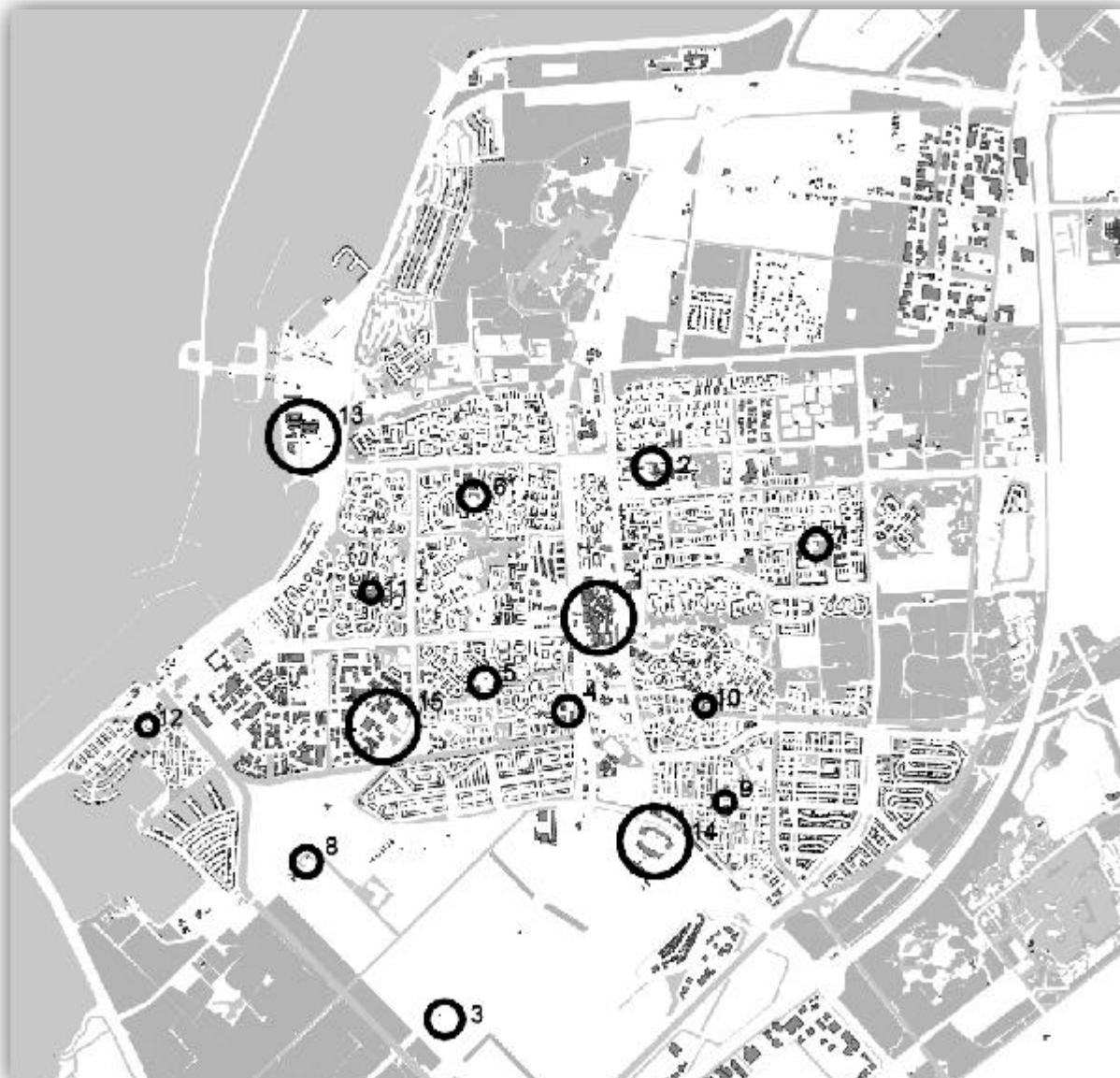
¹ SSM Retail Platform (2008). Look Listen Learn november 2008.

² Locatus verkooppuntenbestand 2008

2.3.1 Bestaande detailhandelsstructuur

Lelystad heeft ca. 104.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo)³ aan detailhandelsaanbod verdeeld over ruim 300 winkels. De dagelijkse sector telt ca. 23.700 m² (ca. 79 winkels) en de niet-dagelijkse sector bestaat uit 79.000 m² wvo (ca. 220 winkels). Ten opzichte van andere steden heeft Lelystad een beperkte regionale verzorgingsfunctie. Dit is te verklaren door de ligging aan het water en het ontbreken van kernen in de directe omgeving.

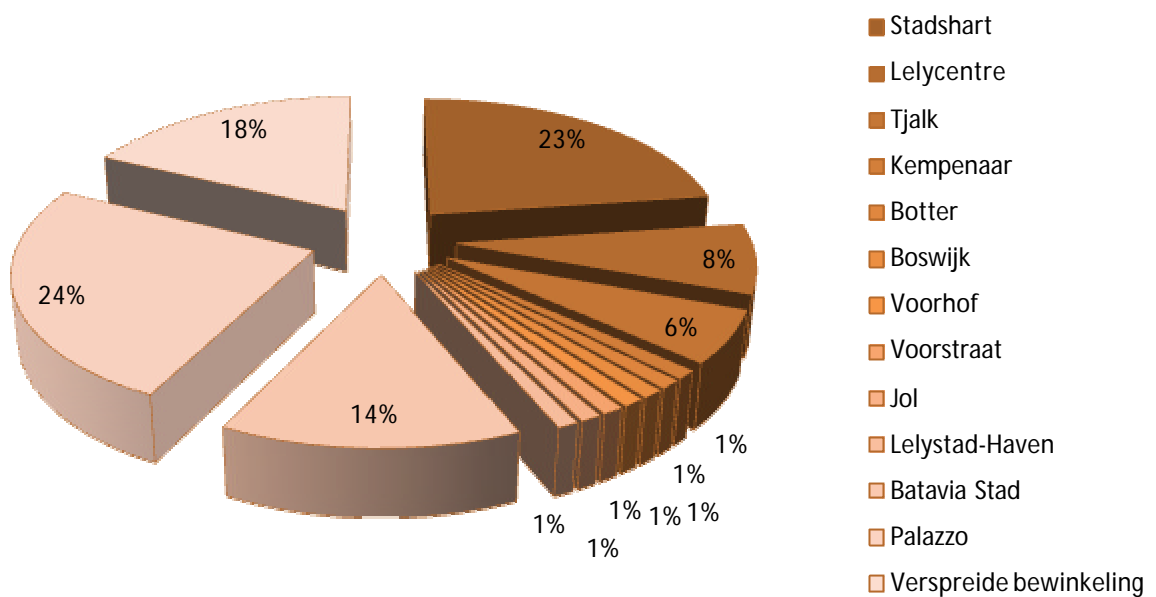
Plattegrond winkelgebieden Lelystad



- | | | |
|---------------|---------------|--------------------|
| 1. Stadshart | 6. Kempenaar | 11. Jol |
| 2. Lelycentre | 7. Voorhof | 12. Lelystad Haven |
| 3. Warande | 8. Buizerdweg | 13. Batavia Stad |
| 4. Tjalk | 9. Voorstraat | 14. Palazzo |
| 5. Botter | 10. Boswijk | 15. Westerdreef |

Grafiek 2.1: Spreiding detailhandel

³ wvo:bvo verhouding is 100:130.



Zoals bovenstaande grafiek aangeeft bevindt het grootste aantal vierkante meters zich op Palazzo, gevolgd door het Stadshart, verspreide bewinkeling buiten de winkelconcentraties en Batavia Stad. De positie in de detailhandelstructuur wordt echter niet alleen hierdoor bepaald. Hoewel de koopmotieven, branchemix en aantal vierkante meters nauw samenhangen, is het verzorgingsgebied misschien nog wel belangrijker. Zo heeft het Lelycentre een aantal vierkante meters ter grootte van een gemiddeld wijkwinkelcentrum, echter het verzorgingsgebied is vele malen groter dan de omliggende buurten en wijken. Het keuzegedrag van de consument speelt hierin een belangrijke rol, waarbij de selectie van een winkelgebied wordt bepaald door nabijheid, goede keuzemogelijkheden en lage prijzen. In onderstaande tabel wordt duidelijk welke positie de verschillende winkelgebieden innemen.

Tabel 2.1: overzicht huidige detailhandelsstructuur

Type winkelgebied	Winkelcentrum	Koopmotief	Verzorgingsgebied
Hoofdwinkelcentrum	Stadshart	Recreatief winkelen en boodschappen doen	Stedelijk
Stedelijk centrum	Lelycentre	Boodschappen doen en recreatief winkelen	Stedelijk
Buurtwinkelcentrum	Tjalk	Boodschappen doen en laagfrequente aankopen	Zuid en delen in Noordelijk Lelystad
Buurtwinkelcentrum	Botter Kempenaar Voorhof	Boodschappen doen	Directe omgeving met beperkte binding omliggende buurten
Buurtsteunpunt	Voorstraat Boswijk Jol Lelystad-Haven	Boodschappen doen	Directe omgeving
Thematisch winkelgebied	Batavia Stad	Recreatief winkelen	Regionaal
Grootschalige concentratie	Palazzo	Laagfrequente aankopen	Stedelijk
Overig aanbod/verspreide bewinkeling	o.a. Gildenhof, Schoepenweg, Ketelmeerstraat, Groene Velden	Laagfrequente aankopen	Stedelijk

Supermarkten

Met 75% van de verkoopprijsruimte in de dagelijkse artikelensector komt het supermarktaanbod overeen met het landelijk gemiddelde. De oppervlakte bedraagt 18.271 m² wvo verdeelt over 18 supermarkten. In bijlage 4 is een overzicht opgenomen van de spreiding en omvang. Deze supermarkten zijn veelal de motor van de winkelgebieden, zij fungeren als publiekstrekkingen. Wel hebben enkele supermarkten naar moderne maatstaven een kleine omvang.

2.3.2 Onderzoeksgegevens

Het onderzoek van BRO⁴ heeft geleid tot een aantal conclusies die voor de toekomstige detailhandelstructuur van belang zijn. Gegevens als koopkrachtbinding, koopkrachttoevloeiing en afvloeiing, draagvlak en economisch functioneren van de verschillende centra zijn de bouwstenen voor de berekening van de mogelijke uitbreidingsruimte. In bijlage 5 zijn de belangrijkste onderzoeksresultaten opgenomen.

2.3.3 Economisch functioneren

Door confrontatie van vraag en aanbod wordt inzicht gegeven in het huidige functioneren van de detailhandel. Dit functioneren wordt uitgedrukt in omzet per m² wvo en de vloerproductiviteit afgezet tegen landelijke rekenkundige gemiddelden. De onderzoeksgegevens (bijlage 5) vormen het fundament voor het bepalen van de uitbreidingsmogelijkheden. Uit tabel 2.2. blijkt dat het detailhandelsaanbod in de dagelijkse artikelensector bovengemiddeld functioneert, terwijl het niet-dagelijkse aanbod rond het landelijk gemiddelde functioneert.

Koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing

In onderstaande tabel zijn een aantal gegevens gebruikt welke gebaseerd zijn op landelijke rekenkundige gemiddelden. De cijfers koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing zijn echter gebaseerd op de lokale situatie. Uit het meest recente DPO is gebleken dat er 5% toevloeiing is in de dagelijkse sector en 11% bedraagt in de niet-dagelijkse sector. Dit laatste getal bestaat uit onderzoeksgegevens van het Stadshart, Lelycentre en Palazzo. Omdat niet alleen deze winkelgebieden verantwoordelijk zijn voor de toevloeiing, maar er ook nog vreemde koopkracht door andere winkelgebieden wordt getrokken (waaronder de omvangrijke verspreide bewinkeling), wordt er uitgegaan van 14% koopkrachttoevloeiing voor de niet-dagelijkse sector.

Tabel 2.2: functioneren detailhandel 2009

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners 2009	73.800	73.800
Bestedingen per hoofd	€2.354	€2.594
Bestedingspotentieel (in mln.)	€173,7	€191,4
Koopkrachtbinding	99%	72%
Totaal gebonden bestedingen (in mln.)	€172,4	€138,3
Koopkrachttoevloeiing (in % omzet)	5%	14%
Omzet door toevloeiing (in mln.)	€8,4	€22,0
Totale omzet (in mln.)	€180,8	€160,3
Omvang wvo totaal (m ²)	24.222	79.280
Omzet per m² wvo	€7.475	€2.025
Normatieve omzet per m² wvo⁵	€7.254	€2.024

Toch is dit gemiddelde cijfer niet representatief voor alle winkelcentra, de vloerproductiviteit loopt sterk uiteen. Zo realiseren Kempenaar, Voorhof en Tjalk voor wat betreft het dagelijkse aanbod een omzet per m² wvo dat aanzienlijk boven de normatieve vloerproductiviteit ligt. Voorstraat en Lelystad-Haven functioneren behoorlijk beneden deze norm.

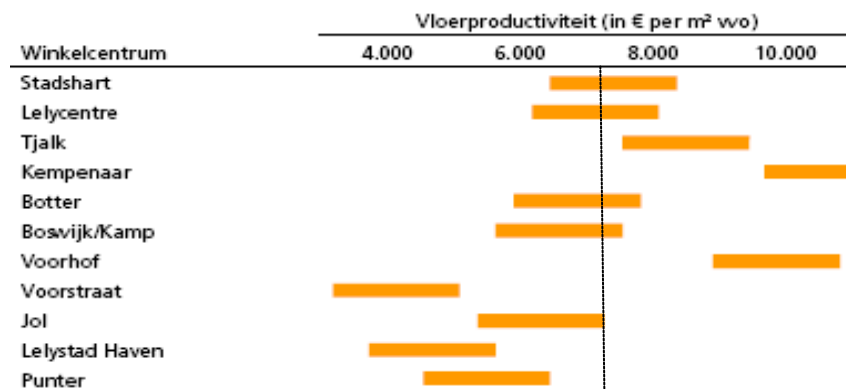
Voor de niet-dagelijkse artikelensector ligt de gemiddelde vloerproductiviteit in het Stadshart het hoogst, gevolgd door buurtwinkelcentrum Botter. De centra met een beperkt niet-dagelijks aanbod

⁴ Visie op de detailhandelsstructuur Lelystad 2020, Analyse 2009

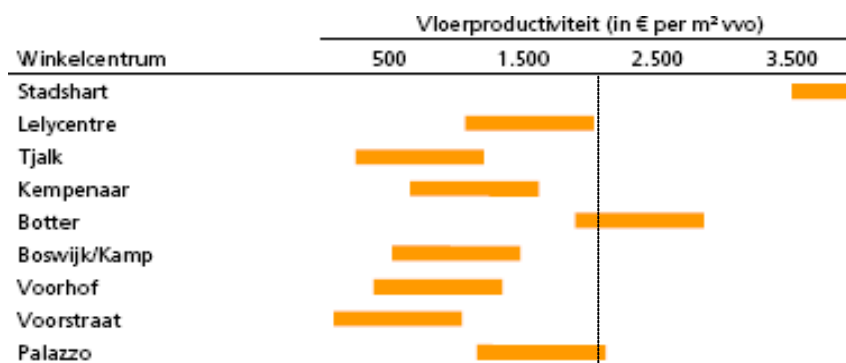
⁵ Rekenkundig landelijk gemiddelde op basis van totale bestedingen en winkelvloeroppervlak

functioneren over het algemeen op een laag niveau, aangezien dit aanbod sterk aanvullend is aan de primaire functie van het centrum, namelijk boodschappen doen. Palazzo bevindt zich onder het gemiddelde, wat met name te danken is aan het feit dat de perifere branches functioneren op basis van een relatief lage vloerproductiviteit. Op de volgende pagina is dit schematisch weergegeven.

Tabel 2.3: functioneren dagelijkse artikelen naar winkelcentrum



Tabel 2.4: functioneren niet-dagelijkse artikelen naar winkelcentrum



Leegstand

Het huidige percentage leegstaande verkooppunten in Nederland is een gemiddelde van 7,6%. Dit percentage is berekend aan de hand van de Locatus data en bestaat uit zowel detailhandel als andere groepen als diensten en horeca. Om een zuivere vergelijking te kunnen maken, moet alleen de leegstand van de detailhandel worden opgenomen. Daarom is het cijfer gecorrigeerd met het historische gegeven dat 66% van de leegstand door een verkooppunt in de detailhandel wordt betrokken. In onderstaande tabel is per winkelgebied de leegstand weergegeven.

Tabel 2.5: leegstand⁶

Winkelgebied	% leegstaande verkooppunten	% leegstaand vvo	vvo leegstand per 1.000 inwoners
Batavia Stad	8,3%	7,6%	20
Botter	7,6%	3,7%	1
Stadshart	12,1%	11,3%	65
Jol	11,7%	4,8%	1
Kamp	39,8%	9,2%	2
Kempenaar	7,6%	7,2%	3
Lelycentre	8,8%	10,8%	16
Palazzo	3,4%	1,2%	5
Tjalk	0,0%	0,0%	0
Voorstraat	0,0%	0,0%	0
Verspreide bewinkeling	10,0%	17,3%	64
Totaal	9,8%	8,5%	177

Wanneer het totale gemiddelde vergeleken wordt met andere steden met een inwonersklassen tussen de 50.000 en 100.000, dan is het verschil vrij klein. Respectievelijk 9,8% en 8,8%. Wanneer het

⁶ Locatus, peildatum 13 september 2010

leegstandscijfer van het Stadshart vergeleken wordt met centrale winkelgebieden (7,9%) in Nederland, dan valt op dat de 12,1% beduidend hoger is. Ook het aantal vwo dat leeg staat is hoger (8,5%) wanneer gekeken wordt dezelfde inwonersklasse, 6,4%.

Als het aantal vierkante meters voor detailhandel in zijn totaliteit berekend wordt dan staat er 13.200 m² leeg. Als men uitgaat van het aantal vierkante meters leegstand bij vergelijkbare steden met de inwonersklasse tussen de 50.000 en 100.000 dan staat de teller op 10.100 m² vwo.

2.3.4 Distributieve mogelijkheden

De distributieve mogelijkheden worden in hoofdlijnen bepaald door het huidige functioneren, de groei van de bevolking en veranderingen in het koopgedrag als versterking van het winkelaanbod in de gemeente. Om een doorkijk te kunnen geven naar het economisch functioneren in 2020, wordt de uitbreidingsruimte bepaald aan de hand van een aantal uitgangspunten:

- Het inwonertal neemt toe tot 82.318 inwoners in 2020. Warande heeft in 2020 ca. 8.900 inwoners.
- Het is niet mogelijk om betrouwbare uitspraken te doen over de ontwikkeling van de bestedingen, daarom worden deze constant gehouden.
- De koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector zal constant blijven. Dit geldt ook voor het omzetaandeel van buiten de gemeente. Absoluut gezien zullen deze toenemen vanwege het groter draagvlak.
- Door versterking van het aanbod in de niet-dagelijkse artikelensector zal een groter deel van de lokale koopkracht aan Lelystad worden gebonden. 80% is een reëel percentage. De vreemde omzet zal om dezelfde reden absoluut toenemen, maar als percentage van de omzet blijft deze constant.
- Voor de normatieve vloerproductiviteit wordt uitgegaan van het landelijk gemiddelde.

Tabel 2.6: functioneren detailhandel 2020

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners 2020	82.318	82.318
Bestedingen per hoofd	€2.354	€2.594
Bestedingspotentieel (in mln.)	€193,8	€213,5
Koopkrachtbinding	99%	80%
Totaal gebonden bestedingen (in mln.)	€192,3	€170,6
Koopkrachttoevoeiing (in % omzet)	5%	14%
Omzet door toevoeiing (in mln.)	€10,6	€27,0
Totale omzet (in mln.)	€202,9	€197,7
Omvang vwo totaal (m ²)	24.222	79.280
Omzet per m² vwo	€8.400	€2.500
Normatieve omzet per m² vwo	€7.254	€2.024
Uitbreidingsruimte (m² vwo)⁷	3.700	18.400

Nuancering

De distributieve ruimte is het resultaat van een berekening die gebaseerd is op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen etc. De uitkomsten van de berekening mogen daarom niet als normatief worden gezien, ze zijn hooguit indicatief.

2.3.5 SWOT

De tabel op de volgende pagina is gevoed door de belangrijkste conclusies uit de kwantitatieve analyse en geeft duidelijk weer waar de kansen en risico's zich bevinden⁸.

⁷ Inclusief de nieuwewinkelmeters Stadshart (10.500 m² vwo)

⁸ BRO, Visie op de detailhandelstructuur Lelystad 2020, Analyse 2009

Tabel 2.7: SWOT

<p>Sterk</p> <ul style="list-style-type: none"> • Over het algemeen functioneert de detailhandel in Lelystad gemiddeld (bovengemiddeld in de dagelijkse artikelensector) • Weinig fysieke beperkingen bij de winkelcentra • Ruime schaalgrootte winkels • Over het algemeen goede bereikbaarheid winkelcentra • De consument is prijsbewuster. Het huidige aanbod met veel midden en laag segmentwinkels sluit hier goed op aan • Bijzondere aantrekkingskracht Batavia Stad • Uitstraling Palazzo • Uitstraling en perspectief van het vernieuwde centrum Jol met twee supermarkten • Aanwezigheid van winkelvoorzieningen altijd op relatief korte afstand 	<p>Zwak</p> <ul style="list-style-type: none"> • Relatief veel, maar kleine buurtcentra • Matig perspectief winkelcentrum Boswijk, Voorstraat en Lelystad-Haven • Aanbod detailhandel gemeente door ligging en verzorgingsfunctie (exclusief Batavia Stad) • Matige uitstraling van met name een gedeelte van het Stadshart, Lelycentre, Tjalk en Boswijk • In vergelijking met het landelijke gemiddelde (7,6%) zijn de leegstandcijfers voor Lelystad relatief hoog, 9,8%.
<p>Kans</p> <ul style="list-style-type: none"> • Het draagvlak voor voorzieningen neemt toe door woningbouwplannen van onder andere de kust, Warande, Hanzepark en het Stadshart • De toeristische potentie als gevolg van de ligging aan het water • Versterking van bovenregionale functie van Batavia Stad • Verbinding van Batavia Stad met Stadshart • De fysieke mogelijkheden voor uitbreiding en herontwikkeling • Sterkere positie in de regio, door afname van de koopkrachtafvloeiing voor zowel het Stadshart als voor Palazzo 	<p>Bedreiging</p> <ul style="list-style-type: none"> • In de meeste bestaande wijken zal het inwonertal als gevolg van de trend van vergrijzing en gezinsverdunding stabiliseren, danwel dalen. Dit heeft invloed op het draagvlak voor winkelvoorzieningen • Door de toegenomen mobiliteit kiezen consumenten er steeds sneller voor om buiten de eigen gemeente inkopen te doen of te gaan winkelen • Door de trend van schaalvergroting moet het draagvlak voor winkels steeds groter worden. Hierdoor komen kleinere winkels en het aanbod in buurten/wijken onder druk te staan • Het aanbod in de niet-dagelijkse artikelensector versterkt zich in de regio, waardoor Lelystad meer concurrentie ondervindt

2.4 Conclusie

Geconcludeerd kan worden dat de huidige structuur in Lelystad tot op zekere hoogte helder is. Er is sprake van hoofdwinkelcentrum, stedelijk centrum, buurtwinkelcentra en buurtsteunpunten. Palazzo als PDV-locatie en Batavia Stad als thematisch winkelgebied zijn aparte detailhandelsconcentraties die een andere benadering verdienen. Echter, deze winkelconcentraties leveren wel een deel van het huidige aanbod. Hoewel dit niet voor alle winkelgebieden geldt, functioneert het aanbod bovengemiddeld in de dagelijkse artikelensector en rond het landelijk gemiddelde in het niet-dagelijks aanbod. Opvallend is dat de koopkrachtbinding met 99% (dagelijks aanbod) hoog is. De koopkrachtbinding voor de niet-dagelijkse artikelensector is met 74% aan de lage kant ten opzichte van vergelijkbare steden. Lelystad heeft ook te maken met koopkrachtafvloeiing. Dit is met name terug te vinden in het modische segment. Steden als Almere, Amsterdam en Dronten hebben daar profijt van. Andersom, dus de toevloeiing van koopkracht, is goed voor 5% (dagelijks aanbod) en 15% (niet-dagelijks) van de totale omzet.

Het winkelgedrag voor de dagelijkse boodschappen van de Lelystadse consument wordt hoofdzakelijk bepaald door de nabijheid van het winkelcentrum. Ook de lage prijzen, keuzemogelijkheden en de hoeveelheid geclusterd aanbod zijn criteria op basis waarvan een keuze wordt gemaakt voor een winkelcentrum. Voor het niet-dagelijkse aanbod wordt dit bepaald door de aanwezigheid van keuzemogelijkheden. Nabijheid speelt een minder belangrijke rol, evenals de hoeveelheid geclusterd aanbod, sfeer en lage prijzen. Toch zijn dit criteria waaraan gemeten wordt. Uit het consumentenonderzoek is gebleken dat uitstraling van een winkelgebied en de aanwezigheid van horeca vaak als verbeterpunt is aangedragen.

De kansen om tot verbetering van de structuur en een beter functioneren van de afzonderlijke winkelgebieden te komen, liggen met name in de versterking van een beperkt aantal winkelgebieden. Palazzo en het Stadshart zouden baat kunnen hebben bij een sterke positie in de regio om koopkrachtafvloeiing tegen te gaan. Ook is het toekomstperspectief van verschillende buurtwinkelcentra en buurtsteunpunten niet altijd gunstig gezien de huidige marktontwikkelingen. Hier kan nog een verbeteringsslag worden gemaakt in bijvoorbeeld uitstraling, winkelaanbod of modernisering. Lelystad heeft voldoende fysieke mogelijkheden voor uitbreiding en herontwikkeling. Dit in combinatie met de berekende uitbreidingsruimte levert een positieve bijdrage aan de detailhandelsstructuur. In het volgende hoofdstuk wordt de analyse doorvertaald naar een visie met voor elk winkelgebied een gewenst profiel.

3. Toekomstbeeld

Door aan te sluiten bij het koopgedrag kunnen winkelgebieden zich beter profileren. Het streven is te komen tot een heldere en evenwichtige voorzieningenstructuur, *waarbij de verschillende winkelgebieden complementair zijn en ieder een eigen taak binnen de structuur vervult*. Bijlage 3 geeft een overzicht van de algemene ruimtelijke en functionele bouwstenen voor een winkelgebied naar koopgedrag (boodschappen, recreatief winkelen en laag frequente aankopen).

Door de marktruimte te benutten en initiatieven van marktpartijen op de daarvoor meest geschikte locatie te faciliteren, wordt de structuur als geheel beter en het detailhandelsaanbod sterker. Marktruimte en dynamiek moeten hierbij in eerste instantie worden ingezet om gewenste her- en doorontwikkeling van winkelgebieden op gang te brengen. Hierdoor kan het voorkomen dat de berekende marktruimte niet geheel wordt ingezet of tijdelijk wordt overschreden. Dit mag geen belemmeringen vormen indien het faciliteren van de markt leidt tot versterking van de structuur en de afzonderlijke winkelconcentraties. *Kwaliteit gaat daarmee boven kwantiteit.*

Compacte centra en clustering van winkels geven een meerwaarde voor zowel ondernemers als consumenten. ondernemers kunnen profiteren van elkaars nabijheid, aantrekkingskracht en gemeenschappelijke faciliteiten. De consument heeft het voordeel van gemak, overzichtelijkheid en keuzemogelijkheden. Daarnaast draagt concentratie bij aan het beperken van het aantal verkeersbewegingen. Nieuwe ontwikkelingen moeten daarom plaatsvinden zoveel mogelijk *in of aansluitend aan bestaande winkelgebieden en een bijdrage leveren aan de verbetering van de winkelstructuur*. Uitzondering is wanneer aangetoond wordt dat de vestiging buiten de winkelconcentraties een meerwaarde is voor de totale detailhandelsstructuur en er in de bestaande concentraties geen vestigingsplek te vinden is.

De dynamiek in de detailhandel is groot. *Open staan en ruimte bieden voor dynamiek* maakt het mogelijk om snel in te kunnen spelen op de veranderende markt. Nieuwe ontwikkelingen vergroten bovendien ook de aantrekkingskracht voor de reeds gevestigde ondernemers.

Eén van de belangrijkste motoren achter de dynamiek is schaalvergroting. Winkels worden groter en grotere winkelformules betreden de markt. *Mede om de concurrentiepositie te behouden, moet Lelystad schaalvergroting accommoderen*. De afweging voor locatiekeuze verschilt van branche tot branche.

Door bezoekers van buiten de eigen gemeente te trekken, ontstaat er een groter draagvlak voor winkels en andere publieksgerichte voorzieningen. Uitgangspunt is de Lelystedeling meer dan nu aan het eigen winkelaanbod te binden en daar waar mogelijk *de bovenlokale functie te versterken*.

In het verleden is er gekozen voor een fijnmazige structuur, waarbij iedere buurt of wijk haar eigen winkelcentrum had. hierdoor zijn er relatief veel kleine winkelcentra ontstaan. Leefbaarheid is een belangrijk thema. Daar staat tegenover dat er wel voldoende draagvlak moet zijn voor ondernemers om op rendabele wijze hun winkel te kunnen exploiteren. *Leefbaarheid en levensvatbaarheid* zijn twee belangrijke ingrediënten.

Het is belangrijk dat de consument ervaart waar hij of zij een winkelcentrum binnenkomt. Dit betekent onder andere dat er sprake moet zijn van een *eenduidige uitstraling*. Extra aandacht moet uitgaan naar een voetgangersvriendelijk omgeving en de ontmoetingsplekken/pleinen van het winkelcentrum.

Parkeerplaatsen vervullen een belangrijke rol als bronpunten voor een winkelcentrum. Bezoekers die met de auto komen beginnen en eindigen hier hun bezoek, wat dus zorgt voor loopstromen. *Een evenwichtige spreiding van parkeerplaatsen* met name voor de grotere centra, bij voorkeur geconcentreerd, is cruciaal. Overige randvoorwaarden zijn voldoende parkeermogelijkheden op acceptabele afstand en een goede verkeersrouting.

3.1 Visie

Lelystad zet dus in op een evenwichtige voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden complementair zijn en ieder een eigen taak binnen de structuur vervult. Kwaliteit gaat boven kwantiteit en nieuwe ontwikkelingen leveren altijd een bijdrage aan de verbetering van de winkelstructuur. Open staan en ruimte bieden voor de dynamiek in de detailhandel en het accommoderen van schaalvergroting leiden tot een sterkere concurrentiepositie en opent de deuren naar een sterkere bovenregionale functie. Echter, altijd centraal moeten de begrippen leefbaarheid en levensvatbaarheid staan.

3.1.1 Subdoelen

Om te komen tot de beoogde visie voor detailhandel in Lelystad zijn er een aantal subdoelen geformuleerd:

1. Het bieden van een in kwalitatief en kwantitatief opzicht zo compleet, gevarieerd en attractief mogelijk pakket van winkels en andere publieksgerichte commerciële voorzieningen voor zowel de inwoners als de recreatieve bezoekers.
2. Het versterken van vooral de lokale verzorgingsfunctie van het voorzieningenapparaat als geheel en het Stadshart in het bijzonder.
3. Het versterken van de bovenlokale aantrekkingskracht van Palazzo.
4. Streven naar een ondersteunend cluster voor perifere detailhandel met een lokale verzorgingsfunctie.
5. Het versterken van de bovenregionale en unieke functie van Batavia Stad.
6. Streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende winkelgebieden. Waar mogelijk moet synergie tussen centra worden opgezocht.

3.2 Detailhandelsstructuur

De eerste stap in het verwezenlijken van de visie is de gewenste detailhandelsstructuur benoemen. In onderstaande tabel zijn de verschillende centra en hun positie in de structuur opgenomen. Het koopmotief vormt een belangrijk fundament voor toekomstige ontwikkelingen, evenals het verzorgingsgebied. Ontwikkelingen die het recreatief winkelen ondersteunen, behoren in eerste instantie in het Stadshart een plek te krijgen. In diezelfde lijn worden aanvragen voor laagfrequente aankopen ondergebracht op Palazzo, Westerdreef of de daarvoor aangewezen bedrijventerreinen. Zie bijlage 3 voor een duidelijke definitie van de koopmotieven en het daarbij behorende winkelprogramma.

Tabel 3.1: overzicht gewenste detailhandelsstructuur

Type winkelgebied	Winkelcentrum	Koopmotief
Hoofdwinkelcentrum	Stadshart	Recreatief winkelen/ boodschappen doen
Stedelijk centrum	Lelycentre	Boodschappen doen/recreatief winkelen
Wijkwinkelcentrum	Warande	Boodschappen doen/recreatief winkelen
Buurtwinkelcentrum	Tjalk	Boodschappen doen en laagfrequente aankopen
Buurtwinkelcentrum	Botter	Boodschappen doen
	Kempenaar	
	Voorhof	
	Buizerdweg	
Buurtsteunpunt	Voorstraat	Boodschappen doen
	Boswijk	
	Jol	
	Lelystad-Haven	
Thematisch winkelgebied	Batavia Stad	Recreatief winkelen
Woonboulevard+	Palazzo	Laagfrequente aankopen
Perifeer, ondersteunend centrum	Westerdreef	Laagfrequente aankopen
Overig aanbod/verspreide bewinkeling	o.a. Gildenhof, Schoepenweg, Ketelmeerstraat, Groene Velden	Laagfrequente aankopen

3.2.1 Verdeling uitbreidingsruimte

De uitbreidingsruimte zoals in paragraaf 2.3.4 is berekend, dient ingezet te worden ten behoeve van de visie en subdoelen. Volgens de berekening is er een netto toevoeging mogelijk van 3.700 m² wvo aan dagelijks aanbod en 18.400 m² wvo aan niet-dagelijks. De vierkante meters die onderdeel zijn van de recent opgeleverde nieuwbouwprojecten (zoals het Stadshart) dienen nog in vermindering te worden gebracht⁹. Desalniettemin, wordt in de visie duidelijk de nadruk gelegd op kwaliteit. De berekende vierkante meters zijn geen norm, maar een indicatie. Bijlage 6 geeft schematisch weer welke omvang de verschillende winkelgebieden in de toekomstige situatie bedragen. Hieronder worden de onderlinge relaties aangestipt en de daarbij behorende vierkante meters benoemd. In de volgende paragraaf wordt hier dieper op ingegaan.

- Voor het Stadshart wordt uitgegaan van een toevoeging van ca. 7.900 m² wvo niet-dagelijks en 1.750 m² wvo dagelijks aanbod.
- Voor het dagelijks aanbod wordt er naast het Stadshart ingezet op de Botter ten behoeve van schaalvergroting (200 m² wvo) en de Buizerdweg (1.250 m² wvo/1.750 m² bvo).
- De extra meters ten behoeve van Batavia Stad leunen op een ander draagvlak dan alleen Lelystad. Deze meters kunnen niet ingezet worden op overige winkelcentra gezien het bijzondere karakter van Batavia Stad.
- Voor de Westerdreef is een toevoeging voorzien van ca. 5.000 m² wvo niet-dagelijks (alleen tuincentrum en bouwmarkt). Van belang is dat deze meters perifere detailhandel betreft. Het inzetten hiervan voor bijvoorbeeld de modische branche kan niet, aangezien de vloerproductiviteit voor GDV anders is dan voor PDV-branches. Tuincentra en bouwmarkten zijn geen wenselijke toevoeging voor Palazzo, daar dergelijke branches niet de regionale positie versterken. Westerdreef als ondersteunend, perifeer centrum is hiervoor de aangewezen locatie, daar tuincentra en bouwmarkten voornamelijk een lokaal verzorgingsgebied hebben.

⁹ 500 m² wvo dagelijks en 10.500 m² wvo niet-dagelijks.

3.3 Profiel detailhandelsconcentraties

In deze paragraaf wordt er weergegeven hoe de gewenste detailhandelstructuur eruit ziet en welke strategisch keuze daarmee samenhangt. Nieuwe ontwikkelingen buiten de aangegeven structuur worden niet toegestaan, tenzij ze een aangetoonde meerwaarde leveren voor de verzorgingsstructuur en er in de centra redelijkerwijs geen vestigingslocatie te vinden is. De strategieën zijn als volgt gedefinieerd:

Versterken Actief inzetten op substantiële versterking van de positie binnen de detailhandelsstructuur. Veelal gaat dit gepaard met een kwantitatieve uitbreiding van het winkelaanbod. Daarbij spelen aanpassingen in uitstraling, routing, bereikbaarheid, parkeren etc. een randvoorwaardelijke rol.

Consolideren Behoud van de huidige positie binnen de detailhandelsstructuur. Ruimte wordt geboden aan initiatieven gericht op kwalitatieve verbeteringen en noodzakelijk modernisering. Kwantitatieve uitbreiding is minimaal en afgestemd op de verzorgingsfunctie. Een zorgvuldige toetsing is noodzakelijk.

Herstructureren Het ontmoedigen van verdere detailhandelsontwikkelingen op specifieke locaties. Doel is het eventueel verplaatsen van ondernemers naar perspectiefrijke concentraties en herpositionering c.q. transformeren dan wel afbouwen van de specifieke locatie binnen een integrale gebiedsverbetering.

Nieuw Toevoegen van een nieuw element aan de detailhandelsstructuur.

3.3.1 Hoofdwinkelcentrum

Aan de top van de hiërarchie staat het hoofdwinkelcentrum het Stadshart. Ten behoeve van een heldere detailhandelsstructuur en goed functionerende winkelcentra wordt er ingezet op *versterking* van het Stadshart. Hoewel dit al in gang is gezet door in 2001 het masterplan voor het Stadshart vast te stellen zijn er in de loop der tijd aanknopingspunten voor nieuwe ontwikkelingen en verbeteringen ontstaan.

Tabel 3.2: profiel Stadshart

Bezoekmotief	Recreatief winkelen en boodschappen doen
Omvang detailhandel	Dagelijks: 9.750 m ² wvc Niet-dagelijks: 37.500 m ² wvc
Functies	Detailhandel, horeca, sociaal-culturele voorzieningen, leisure, commerciële dienstverlening, wonen, werken
Aandachts punten	<ul style="list-style-type: none">• Waag fase 2, ABC/D gebouw, PTT-locatie• Supermarkten• Leisure• Entrees van het Stadshart• De inrichting van openbare ruimte• Accommoderen schaalvergroting• Kleinschalige detailhandelsvestigingen

3.3.2 Stedelijk centrum

Het Lelycentre functioneert in de huidige situatie goed. Dit komt mede door de ligging alsook de functie die het in het verleden had als hoofdwinkelcentrum van de stad. In de gewenste detailhandelstructuur blijft het Lelycentre gepositioneerd als stedelijk centrum, maar is in geen geval op gelijk niveau met het hoofdwinkelcentrum te trekken. Echter, leefbaarheid en levensvatbaarheid zijn twee items die voor het Lelycentre steeds belangrijker gaan worden. Ruimte voor herstructurering op termijn naar een compacter en moderner centrum moet worden geboden en sluit goed aan op de voornoemde visie en subdoelen.

Tabel 3.3: profiel Lelycentre

Bezoekmotief	Boodschappen doen en recreatief winkelen
Omvang detailhandel	Dagelijks en niet-dagelijks: 9.400 m ² wvo (nadruk op dagelijks)
Functies	Detailhandel, daghoreca, commerciële dienstverlening, wonen
Aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> • Programma • Accommoderen schaalvergroting • Algehele ruimtelijke opgave

3.3.3 Wijkwinkelcentrum

Eén winkelcentra valt binnen de noemer wijkwinkelcentrum, namelijk het toekomstige winkelcentrum in Warande. Voor Warande wordt ingezet op optimalisatie van de wijkverzorgende functie binnen de detailhandelstructuur. Dit betekent modernisering en vorm geven aan de trends van schaalvergroting, met als doel het bieden van een compleet en gevarieerd assortiment op dit niveau, zonder dat het centrum een wijkoverstijgende functie (gaat) vervullen. Afhankelijk van het schaalniveau van een wijkverzorgend centrum, is er vaak ook enig recreatief winkelaanbod aanwezig, zoals een opticien, juwelier en in beperkte mate de modische branche. Voor het Lelycentre wordt ingezet op *consolidatie*, wat betekent dat het een wijkwinkelcentrum met een stedelijke functie blijft. Ook voor dit centrum is modernisering en het vormgeven aan de trends van schaalvergroting een belangrijke opgave.

Warande

Hoewel er op korte termijn beperkte ruimte is voor een winkelvoorziening in Warande, welke overigens ingezet wordt op de realisatie van buurtwinkelcentrum de Buizerdweg, is er voor de lange termijn een beter toekomstperspectief. Uitgaande van 8.500 woningen en daarmee ca. 20.000 inwoners kan er naast het buurtwinkelcentrum een volledig *nieuw* wijkwinkelcentrum worden gerealiseerd. De uitbreidingsruimte op termijn is ca. 13.000 m² brutovloeroppervlak (bvo) aan commerciële publieksgerichte voorzieningen (detailhandel, horeca). Mede vanwege de ligging van de wijk, afstanden en fysieke barrières zoals de Larserdreef is er een hoge binding van de Warandiers te verwachten (75-80%). Aangezien de ontwikkeling van de wijk zich in een prematuur stadium bevindt, is monitoring van de bevolkingsgroei van Warande van belang. Op basis hiervan kunnen de distributieve mogelijkheden herijkt worden en ontstaat er een voorzieningencluster welke is afgestemd op de vraag. De ontwikkeling van het wijkwinkelcentrum moet volgend zijn aan de ontwikkeling van de woningbouw van Warande. Naast de Buizerdweg en het wijkwinkelcentrum is er ook een opgave voor een substantieel programma aan detailhandel (en overige voorzieningen) op het toekomstige station, dit maakt echter onderdeel uit van de totale beschikbare ruimte voor detailhandel in het wijkwinkelcentrum Warande.

Tabel 3.4: profiel Warande

Bezoekmotief	Boodschappen doen
Omvang	Commerciële voorzieningen: 13.000 m ² bvc
Functies	Detailhandel, daghoreca, commerciële dienstverlening, wonen
Aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> • Gefaseerd ontwikkelen • Goede entrees zowel vanuit de wijk als het station • Retail op station • Parkeren aansluiten op supermarkten

3.3.4 Buurtwinkelcentra

Voor alle buurtverzorgende winkelcentra wordt er ingezet op consolidatie. Dit betekent dat er ruimte geboden moet worden voor kwalitatieve verbeteringen en modernisering, met het behoud van de huidige positie binnen de detailhandelstructuur. De Jol, de Kempenaar en de Voorstraat zijn recentelijk gerevitaliseerd, door toevoeging van vierkante meters en uitbreiding van het winkelaanbod. Ook voor Lelystad-Haven is er geen specifiek opgave anders dan herinvulling van leegstaande panden. De Voorhof zou wel baat hebben bij een toevoeging van een kleinschalige horecagelegenheid. De ontmoetingsfunctie die de buurtwinkelcentra hebben wordt door dergelijke

functies versterkt. Nieuwe locaties binnen deze laag van de hiërarchie worden niet toegestaan, behalve in de toekomstige wijk Warande (Buizerdweg locatie). Daarnaast zijn er specifieke opgaven voor de Botter en Boswijk, waarover later in dit document verder wordt uitgewijd.

Tjalk

De Tjalk heeft een specifieke ontstaansgeschiedenis (voormalig bedrijventerrein) en is daarmee een niet voorziene winkelconcentratie in de directe omgeving van het Stadshart. De Tjalk functioneert in de huidige situatie niet slecht. Dit komt mede door de aanwezigheid van de drie grote trekkers Boni, Lidl en Aldi. Naast de boodschappenwinkels zijn er ook enkele doelgerichte winkels als zonweringen en automaterialen en wordt het aanbod aangevuld met een outdoorwinkel en een amusementshal. Deze laatstgenoemde voorzieningen in combinatie met grote trekkers geeft de Tjalk een buurtverstijgend karakter. Ingezet wordt op *consolidatie* van de Tjalk. Er is geen sprake van uitbreiding van het aantal vierkante meters, modernisering van de winkelunits of overige nieuwe ontwikkelingen. Bij de actualisatie van het bestemmingsplan dient gekeken te worden naar mogelijke flexibiliteit, door bijvoorbeeld wijzigingsbevoegdheden naar andere functies (zoals bedrijven) op te nemen.

3.3.5 Kust

De kustlijn ter hoogte van Batavia Stad en Batavia-Haven is een gebied met een bijzondere uitstraling. De ligging aan het water biedt unieke mogelijkheden. Een clustering van toeristisch-recreatieve voorzieningen aangevuld met thematische detailhandel, horeca en overige leisure zorgen voor een regionale danwel landelijke aantrekkingskracht.

Batavia Stad Outlet

Wegens het bijzondere karakter van het winkelgebied en de bovenstedelijke aantrekkingskracht wordt Batavia Stad in de nieuwe detailhandelsstructuur gepositioneerd als thematisch centrum. Ingezet wordt op *versterking* van Batavia Stad door afronding toe te staan en daarmee extra vierkante meters toe te staan. Hoewel in het verleden verwacht werd dat de ontwikkeling van Batavia Stad de detailhandelsstructuur uit balans zou brengen, is tot op heden aan de hand van een tweejaarlijkse monitoring gebleken dat de nadelige effecten minimaal zijn. Maar 2% van de Lelystedelingen is georiënteerd op Batavia Stad en leunt dus niet op het primaire draagvlak van de winkelcentra in Lelystad, maar op een vele malen groter marktgebied en een ander bezoekersprofiel (waaronder veel toeristen en recreanten) en heeft in 2008 een bezoekersaantal gehad van ca. 2 miljoen¹⁰. Vanuit dit perspectief is het onmogelijk om de uitbreidingsruimte te berekenen welke niet gebaseerd is op alleen aannames. Voor de positionering van Batavia Stad is een kwalitatieve benadering waardevoller. De toename van de recreatieve waarde en het fungehalte van het gebied Batavia Stad kunnen door de afronding van het outlet center worden bereikt.

Het outlet center werkt als katalysator voor nieuwe ontwikkelingen, waardoor er meer bezoekers kunnen worden verwacht en het gebied Batavia Stad hiervan profiteert. Met als resultaat een stevigere positie binnen het regionale en landelijke toeristisch, recreatief aanbod (funshoppen). Echter, de relatie met het Stadshart blijft overeind zowel in kansen als risico's. Daarom is in ieder geval het behoud van het outlet concept noodzakelijk. Reguliere detailhandel is uitgesloten evenals detailhandel in de dagelijkse artikelensector. Met een uitbreiding op komst is een evaluatie van de afspraken die er tot nu toe zijn gemaakt over het concept onvermijdelijk.

¹⁰ Monitor Toerisme en Recreatie, provincie Flevoland 2009

Tabel 3.5: profiel Batavia Stad

Bezoekmotief	Recreatief winkelen
Omvang	Niet-dagelijks: 25.000 m ² V.V.O. ¹¹
Functies	Outlet detailhandel, horeca, overige dienstverlening
Aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none"> • Uitbreidingsmogelijkheden • Uitwisseling Stadshart en Batavia Stad • Evalueren van de overeenkomst

Batavia-Haven

Voor reguliere detailhandel zijn er in Batavia Haven geen mogelijkheden. Het is niet wenselijk om op dergelijk schaalniveau een extra winkelgebied toe te voegen. De distributieve ruimte ontbreekt en het primair draagvlak is te klein. Gedacht moet worden aan nautisch gerelateerde detailhandel als een watersportwinkel. Voor te stellen is dat vanwege de passantenhaven ook een havenwinkel aanwezig is, waar in beperkte mate dagelijkse goederen worden verkocht ten behoeve van de passanten (zie bijvoorbeeld de voorzieningenmix van Flevo Marina). In het bestemmingsplan is er een mogelijkheid van 500 m² bvo opgenomen ten behoeve van een winkelsteunpunt. Tevens zou een goede mix tussen horeca, leisure en dienstverlenende bedrijven de boulevard kunnen verlevendigen. Voor Batavia-Haven wordt er dus ingezet op *consolidatie* van de huidige mogelijkheden.

3.3.6 PDV

Het Stadshart moet de kans krijgen om zich de hernieuwde positie eigen te maken. Daarom is afstemming van de perifere detailhandelsmogelijkheden op de ontwikkelingen van het Stadshart onvermijdelijk. In de Lelystadse detailhandelsstructuur zijn twee locaties als PDV-locatie aangewezen, Palazzo en Westerdreef. In onderstaande tabel wordt duidelijk welke branches bij voorkeur op welke locatie gevestigd dienen te worden. Dit hangt nauw samen met de beoogde positie binnen de detailhandelstructuur waar Palazzo woonboulevard+ is en Westerdreef een perifere, ondersteunend centrum is. De voorkeur van de vestigingslocatie wordt getoetst aan de volgende criteria:

- Palazzo is de vestigingslocatie voor PDV+ (niet zijnde rijwielen) als er sprake is van een brutovloeroppervlak groter dan 800 m². Solitaire vestiging wordt niet toegestaan.
- Het Stadshart is de vestigingslocatie als er sprake is van PDV+ (niet zijnde rijwielen) wanneer de vestiging minder oppervlak dan 800 m² bvo nodig heeft. Solitaire vestigingen worden niet toegestaan.

Tabel 3.6: matrix voor locatiekeuze perifere en grootschalige branches

Aanbodtypering	Branches	Voorkeur vestigingslocatie
'Klassiek' PDV -aanbod	ABC-goederen (incl. tenten), doe-het-zelf/bouwmaterialen, tuincentra, plant en dier, PDV divers zoals showrooms en installatiegerelateerd (zonweringen e.d.), wonen, keukens, badkamers	De daarvoor aangewezen bedrijventerreinen, Palazzo en Westerdreef (met uitzondering van wonen)
PDV+	Verlichting, Outdoor, Witgoed Babyartikelen (>70% volumineus)	(Rand) hoofdwinkelcentrum of na afweging Palazzo
PDV+	Rijwielen	(Rand) hoofdwinkelcentrum of na afweging Palazzo, Westerdreef en voor detailhandel aangewezen bedrijventerreinen
GDV	Bruingoed, Sport en spel, Mode, Babyartikelen (<70% volumineus)	Hoofdwinkelcentrum

¹¹ In tegenstelling tot alle andere winkelgebieden wordt voor Batavia Stad het V.V.O. (verkoopvloeroppervlak) gehanteerd. De afwijking heeft te maken met de afspraken die in het verleden zijn gemaakt en basis waarvan de berekeningen zijn gemaakt. De verhouding V.V.O.:bvo is 100:125.

Palazzo

Palazzo is dé woonboulevard van Lelystad en heeft momenteel alleen een functie voor de eigen inwoners. PDV-branches als bouwmarkten, tuincentra, keukenzaken, maar ook woondecoratie zijn allen op Palazzo vertegenwoordigd. Om ervoor te zorgen dat er alleen sprake is van volumineuze perifere detailhandel, is er een minimum ondergrens van de vloeroppervlakte vastgesteld, namelijk 800 m² bvo. Het centrum functioneert goed, hoewel de winkels in de woonbranche volgens de landelijke trend ook in Lelystad onder druk staan. Naar de toekomst toe dient ten minste het huidige branchepatroon in Palazzo te worden voortgezet. Uitbreiding is niet aan de orde, want daarvoor ontbreekt het aan distributieve ruimte in de woonbranche. De regionale versterking van Palazzo zit ook niet in het toevoegen van reguliere PDV-branches, maar in een thematische uitbreiding (outdoor, buitenleven e.d.).

Tabel 3.7: profiel Palazzo

Bezoekmotief	Laag frequente aankopen
Omvang	Dagelijks: 0 m ² wvc Niet-dagelijks: 29.500 m ² wvc
Functies	Perifere detailhandel, horeca
Aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none">• Regionale versterking• Branchering

Westerdreef/schoepenweg

In de toekomstige detailhandelstructuur wordt de Westerdreef gepositioneerd als perifere detailhandelsconcentratie met een stadsdeelfunctie. In de huidige situatie is er nog geen sprake van een echte concentratie, ook de uitstraling is redelijk te noemen. Met de groei van het inwonertal onder andere door de nieuwe wijk Warande, ontstaat er distributieve ruimte in de doe-het-zelf en tuinbranche tot 5.000 m² wvo. Een aan Palazzo ondersteunend perifere concentratie welke gericht is op het lokale verzorgingsgebied biedt uitkomst. Hierdoor krijgt Palazzo volledig de ruimte om een regionale versterking te weeg te kunnen brengen. De Westerdreef is een zeer geschikte locatie met het oog op spreiding en bereikbaarheid. Tevens is de Westerdreef een zichtlocatie en kan het een mooie schil vormen om bedrijventerrein de Noordersluis. Echter, aangezien de huidige marktsituatie dusdanig veranderd is ten opzichte van 2009, is een volledige ontwikkeling van de Westerdreef als PDV locatie niet verantwoord. Dit betekent dat er alleen sprake is van een ontwikkeling van het tuincentrum en een bouwmarkt.

Tabel 3.8: profiel Westerdreef

Bezoekmotief	Laag frequente aankopen
Omvang	Dagelijks: 0 m ² wvo Niet-dagelijks: 5.000 m ² wvc
Functies	Perifere detailhandel
Aandachtspunten	<ul style="list-style-type: none">• Bouwmarkt en tuincentrum• Overige branchering• Stedenbouwkundige visie

3.3.7 Lelystad Airport

In het op te richten terminalgebouw op het luchthaventerrein wordt op termijn ruimte geboden aan detailhandelsactiviteiten. Daarbij wordt beoogd om enkel die detailhandelsvestigingen toe te staan die zijn gericht op de passagiers- en bezoekersstromen van de luchthaven. Deze voorzieningenconcentratie staat derhalve los van de stedelijke verzorgingshiërarchie en is om die reden niet meegenomen in deze nota.

3.4 Profiel verspreide detailhandel

3.4.1 Bedrijventerreinen

In de nieuwe detailhandelsstructuur worden de bedrijventerreinen niet opgenomen als detailhandelsconcentratie. Uitgangspunt is dat detailhandel niet is toegestaan op een bedrijventerrein. Indien er een ontheffingsmogelijkheid op basis van de bestemmingsplannen en/of Wet ruimtelijke ordening (Wro) bestaat, zullen deze voorwaarden maatgevend zijn.

Ondergeschikte detailhandel:

1. Het gaat specifiek om aan de hoofdactiviteit productie en/of installatie gerelateerde of de hoofdactiviteit ondersteunende detailhandel.
2. De detailhandel is ondergeschikt in termen van benutte bedrijfsruimte. Wanneer er geen sprake meer is van ondergeschiktheid dan betreft het een winkel. In dat geval gelden de uitgangspunten voor perifere detailhandel.
3. De verkoopruimte mag niet meer dan 20% van het totale bvo van de vestiging¹² bedragen met een maximum van 100 m² wvo.

Losse vestigingen:

1. Detailhandel in niet volumineuze goederen is niet toegestaan.
2. De detailhandel mag niet verstorend werken ten opzichte van de reguliere bedrijvigheid.
3. De vestiging mag Palazzo niet negatief beïnvloeden, maar moet complementair hieraan zijn.
4. De vestiging moet passen binnen de kaders van onderstaande tabel.

Tabel 3.9: mogelijkheden voor losse detailhandelsvestigingen op bedrijventerreinen

Bedrijventerrein	Toegestane branches	Bijzonderheden
Noordersluis	Vervoermiddelen Grove bouwmaterialen Brand- en explosiegevaarlijke stoffen Rijwielen	
	Installatiegerelateerd, keukens en sanitair	Onder ontheffing toegestaan tot een maximum van 600 m ² bvo.
	Tuingerelateerd Bouwmarkten/doe-het-zelf	Beperkt tot zone Westerdreef
Oostervaart(-Oost)	Vervoermiddelen Grove bouwmaterialen Brand- en explosiegevaarlijke stoffen	
	Rijwielen	Beperkt tot zone Oostervaart
Flevopoort	Vervoermiddelen Grove bouwmaterialen Rijwielen	
	Installatiegerelateerd Tuingerelateerd Sauna's, fitnessapparatuur e.d.	Onder ontheffing toegestaan tot een maximum van 600 m ² bvo
Larserpoort	Behalve productiegebonden en ondergeschikt, geen detailhandel mogelijk	
Kempenaar	Woninginrichting Keukens en sanitair Tuingerelateerd	Onder ontheffing toegestaan tot een maximum van 600 m ² bvo

¹² Het gaat hier om het totale brutovloeroppervlak van alle gebouwen per bouwperceel.

	Installatiegerelateerd Rijwielen	
Jol	Woninginrichting Keukens en sanitair Tuingerelateerd Installatiegerelateerd Rijwielen	Onder ontheffing toegestaan tot een maximum van 600 m ² bvo
Gildenhof	Vervoermiddelen Grove bouwmaterialen Rijwielen	
	Woninginrichting Keukens en sanitair Tuingerelateerd Installatiegerelateerd	Onder ontheffing toegestaan tot een maximum van 600 m ² bvo
Ketelmeerstraat	Vervoermiddelen Rijwielen	
	Woninginrichting Keukens en sanitair Installatiegerelateerd	Onder ontheffing toegestaan tot een maximum van 600 m ² bvo
Sont/Griend/Merwede	Behalve productiegebonden en ondergeschikt, geen detailhandel mogelijk	

Een branche die in vorige beleidsnota's niet is opgenomen is de rijwielbranche. Waar voorheen rijwielzaken gevestigd waren in centrumgebieden, vindt er landelijk een verplaatsing naar bedrijventerreinen plaats. Argumenten als meer benodigd oppervlak, meer ruimte voor service zoals reparatie en goede bereikbaarheid brengen de verdwijning van fietsenzaken uit het centrum teweeg. Momenteel zijn er in Lelystad geen alternatieve locaties, terwijl een rijwielzaak dankzij het volumineuze karakter, gelijk te stellen is met de overige PDV-branches. Vandaar dat op de reeds aangewezen bedrijventerreinen waar detailhandel nu ook al mogelijk is ook rijwielzaken mogen worden toegelaten, mits voldaan wordt aan de randvoorwaarden zoals in de nota zijn gesteld en het volumineuze karakter behouden blijft.

3.4.2 Groene Velden

De Groene Velden wordt niet in de detailhandelsstructuur opgenomen als detailhandelsconcentratie. Echter, gezien het bijzondere karakter is detailhandel in de vorm van een nevenactiviteit wel mogelijk, dit in tegenstelling tot de reguliere woonwijken. Dus ook hiervoor geldt dat de verkoopactiviteiten moeten voldoen aan onderstaande randvoorwaarden. Een uitzondering op deze regel is de reeds toegestane handel in bloemen en planten en tuingerelateerde detailhandel (niet zijnde een tuincentrum).

1. Aan de hoofdactiviteit ondersteunende detailhandel.
2. De detailhandel is ondergeschikt in termen van benutte bedrijfsruimte. Wanneer er geen sprake meer is van ondergeschiktheid dan betreft het een winkel en is vestiging op de Groene Velden niet toegestaan.
3. De verkoopruimte mag niet meer dan 20% van het totale bvo van de vestiging bedragen met een maximum van 100 m² wvo.

3.4.3 Bijzondere woonmilieus

Met de komst van (collectief) particulier opdrachtgeverschap is de vraag naar locaties waar bijzondere woonmilieus gerealiseerd kunnen worden toegenomen. Commerciële voorzieningen dragen bij aan de versterking van het woonconcept, maar hebben vaak een groter draagvlak nodig dan 100 of 200

woningen. Echter, verwacht wordt dat een beperkte hoeveelheid detailhandel niet de detailhandelsstructuur frustreert. Wel maken de vierkante meters onderdeel uit van het totale detailhandelsaanbod in Lelystad. Afhankelijk van de omvang van het woonconcept kunnen er vierkante meters gereserveerd worden voor commerciële voorzieningen met een maximum van 600 m² bvo, mits de detailhandel ondergeschikt is en het een duidelijke connectie met het woonconcept heeft.

3.4.4 Verspreide detailhandel in de wijk

Winkels hebben een bepaalde verkeersaantrekkende werking, vergen de nodige ruimte (parkeren, laden en lossen) en kunnen daarom als verstorende factor in een woongebied worden beschouwd. Echter, de levendigheid in een woongebied wordt vergroot door de aanwezigheid van winkels (thema *leefbaarheid*). Daarom wordt er voor Warande de planologische ruimte geboden om op daarvoor nog aan te wijzen locaties detailhandel toe te staan. In het meest recente ontwikkelingsplan Warande 2.0 is deze mogelijkheid tevens opgenomen. Van belang is om de locaties nader te specificeren en te beperken, zodat er geen nadelige effecten ontstaan voor het toekomstige wijkwinkelcentrum en het buurtwinkelcentrum de Buizerdweg (thema *levensvatbaarheid*). In de verdere uitwerking van de Warandeplannen en de planologische vertaling dient een goede balans gevonden te worden tussen deze twee thema's.

3.4.5 Grootschalige retailconcepten

Op het niveau van Lelystad is het primair draagvlak voor grootschalige retailconcepten te klein. Echter, omdat er sprake kan zijn van regionale aantrekkingskracht dient de haalbaarheid van een grootschalige retailconcept op grotere schaal te worden gezien. Kijkend naar de regio zou er genoeg draagvlak kunnen zijn voor een dergelijke ontwikkeling. Nader onderzoek hiernaar en de daarvoor in aanmerking komende locatie is op middellange termijn wenselijk of wanneer de vraag vanuit de markt zich voordoet.

3.4.6 Internet

Met het toenemen van detailhandelsverkoop via internet neemt ook het leveren van goederen via afhaalpunten toe. Het risico bestaat dat dergelijke afhaalpunten verkapte winkels worden en daarmee een aantasting vormen van de gewenste detailhandelstructuur. Om dit te voorkomen zijn de beleidsuitgangspunten als volgt:

1. Voor internetverkoop aan huis gelden dezelfde voorwaarden als voor bedrijven aan huis (zie bijlage 7).
2. Afhaalpunten op bedrijventerreinen zijn toegestaan, mits er geen sprake is van een toonzaal.
3. Afhaalpunten in woonwijken zijn niet toegestaan, tenzij:
 - o de bewoner tegelijkertijd ook de ondernemer is, dit betekent dat de ruimte niet mag worden verhuurd;
 - o het gaat om de afhaal van producten die afkomstig zijn van de eigen onderneming. Afhaal van producten van derden zoals bij een kiala-afhaalpunten (postservice), is niet toegestaan;
 - o de randvoorwaarden vanuit het beleid 'bedrijven aan huis' in acht zijn genomen.

3.4.7 Detailhandel bij leisure

Gekoppeld aan leisure kan het voorkomen dat er behoefte is aan detailhandel. In beperkte vorm is detailhandel toegestaan, mits het gaat om aan de hoofdactiviteit ondersteunende detailhandel met een maximaal oppervlak van 20% van het totale bvo van de vestiging met een maximum van 100 m² wvo. Een voorbeeld is de verkoop van bowlingballen bij een bowlingcentrum.

3.4.8 Detailhandel in het buitengebied

Gezien de landelijke ontwikkelingen op het gebied van agrarische bedrijfsvoering, zijn agrariërs op zoek naar alternatieve inkomstenbronnen, zoals de verkoop van eigen producten rechtstreeks aan consumenten en het inzetten op recreatieve activiteiten. Als het gaat om de verkoop van producten is het aanbod 'vers' een belangrijk onderscheidend element voor de boerderijverkoop ten opzichte van bijvoorbeeld supermarkten. Boerderijwinkels kunnen op deze manier positief bijdragen aan de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van het landelijk gebied. Uitgangspunt is wel dat de boerderijverkoop geen nadelig effect mag hebben op de detailhandelstructuur. Vandaar de volgende randvoorwaarden:

1. Aan de hoofdactiviteit ondersteunende detailhandel.
2. De detailhandel is ondergeschikt in termen benutte bedrijfsruimte. Wanneer er geen sprake meer is van ondergeschiktheid dan betreft het een winkel en is vestiging in het landelijk gebied niet toegestaan.
3. De verkoopruijnte mag niet meer dan 20% van het totale bvo van de vestiging bedragen met een maximum van 100 m² wvo.

4. Instrumenten

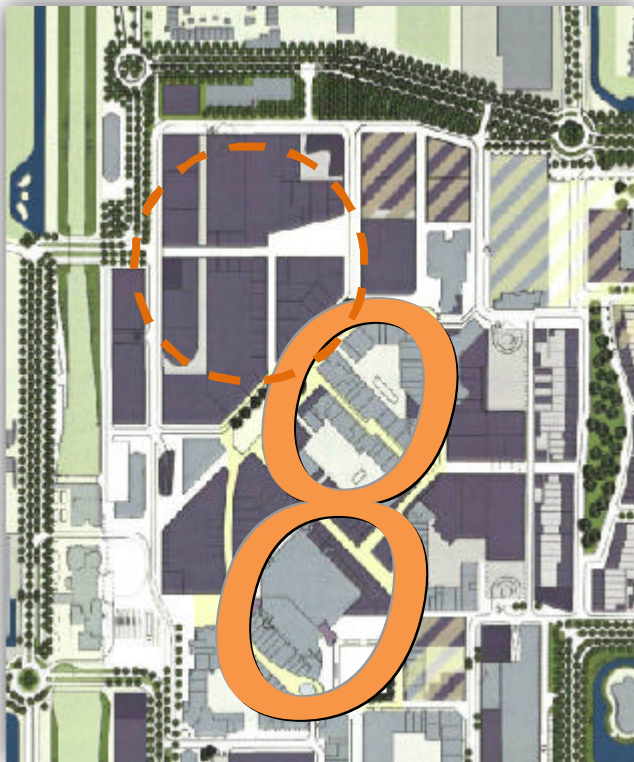
Uit voorgaand hoofdstuk is gebleken dat er voor een aantal winkelgebieden instrumenten ingezet moeten worden om tot de gewenste detailhandelsstructuur te komen. Specifiek gaat het om het Stadshart, Lelycentre, Warande, Botter, Boswijk, Buizerdweg, Batavia Stad, Palazzo en Westerdreef.

4.1 Stadshart

Om versterking te bereiken ligt er een duidelijke focus op een aantal gebieden binnen het Stadshart. De uitbreidingsruimte die er is (7.900 m² vwo niet-dagelijks en 1.750 m² vwo dagelijks) moet ingezet worden op de realisatie van Waag fase 2, herstructurering van het ABC/D gebouw, de nieuwe invulling van de PTT-locatie, realisatie van de Rabobanklocatie en de modernisering van supermarkten.

4.1.1 Waag fase 2

De Waag fase 2 betreft een sloop/nieuwbouw project, waar uiteindelijk leisure (zoals de nieuwe bioscoop), winkels, horeca en dienstverlening een plek moeten vinden. Het gaat hier in ieder geval om een toevoeging van 3.000 m² vwo aan megastores (niet-dagelijks), sloop/nieuwbouw van 6.000 m² vwo (niet-dagelijks) en maximaal 300 m² vwo dagelijks ten behoeve van een verplaatsing van een supermarkt.



Kijkend naar het 'winkeltje' blijkt dat het overgrote deel van het ontwikkelingsplan hier niet direct onderdeel van uitmaakt. Het is eerder een aanlooproute dan een kernwinkelgebied, waardoor nachthoreca op deze locatie een zeer geschikte voorziening is. Dit betekent niet dat detailhandel is uitgesloten, maar er moet wel een duidelijk onderscheid komen tussen het uitgaansgebied (leisure en horeca) en het winkelgebied. Ten eerste zijn de openingstijden verschillend. Horeca wat alleen 's avonds open is, vormt een prima aanvullende voorziening voor de detailhandel. Echter, het winkelend publiek is niet gebaat bij dichte deuren en donkere panden. Het komt de uitstraling van een winkelstraat niet ten goede. Ten tweede is concentratie van horeca en leisure gewenst zodat er synergievoordelen ontstaan. De locatie van het theater en de nieuwe bioscoop is het vertrekpunt.

Ook grenst een deel van het ontwikkelingsplan aan het plein Agorahof (tevens marktplein) en de straat Agorahof. Deze laatste is kernwinkelgebied. Van belang is dat juist aan deze zijde detailhandel plaatsvindt eventueel aangevuld met aan detailhandel verwante horeca. Het is noodzakelijk dat er op strategische locaties de zogenoemde trekkers worden gevestigd, waardoor de winkelstroom geleid wordt door het winkelgebied.

De laatste uitdaging die er ligt voor de Waag fase 2 is dat juist deze locatie geschikt is voor schaalvergroting. Aan de rand van het centrum, voldoende parkeerplaatsen en het feit dat dit een sloop/nieuwbouw project is, maken het mogelijk om hier grotere formules (megastores) te kunnen vestigen. Vaak zijn dit trekkers die vanwege hun formule aanloop creëren en dus niet midden in een binnenstad behoeven te zitten. Omdat de combinatiebezoeken met overige detailhandel groot zijn, zijn dergelijke formules een wenselijk aanvulling. Met name de sportbranche (Sport2000, Telstar) en bruin- en witgoed (BCC, Mediamarkt) zijn goede voorbeelden.



4.1.2 PTT-locatie

In 2008 is bekend geworden dat de postkantoren uit het Nederlandse straatbeeld gaan verdwijnen. Dit betekent dat er op een cruciale locatie nieuwe kansen ontstaan. Een goede mix tussen detailhandel en horeca kan bijdragen aan de levendigheid van het Stadhuisplein. Gereserveerd dient te worden ca. 850 m² wvo (niet-dagelijks aanbod) en ca. 500 m² bvo aan detailhandel verwante horeca. De locatie van de voormalige PTT-vestiging biedt kansen voor een trekker op het Stadhuisplein naast de reeds gevestigde HEMA. Momenteel heeft het betreffende pand wel een maatschappelijke bestemming, waardoor het doorlopen van een planologische procedure onvermijdelijk is.

4.1.3 Rabobanklocatie

In het Masterplan Stadshart is de herontwikkeling van de Rabobanklocatie onderdeel van de plannen voor het Dukaatplein. Wegens diverse omstandigheden is dit losgeknipt en is de bouw van de Rabobanklocatie pas in 2010 gestart. Het aantal winkelmeters die hiervoor gereserveerd is, is 3.600 m² wvo ten behoeve van niet-dagelijkse detailhandel.



4.1.4 Supermarkten

De distributieve ruimte voor het dagelijks aanbod laat in beperkte mate versterking toe. Inzetten op schaalvergroting van het supermarktaanbod en de toevoeging van levensmiddelen speciaalzaken draagt bij aan de functionele versterking van het Stadshart. In principe is er ruimte voor een toevoeging van 1.750 m² wvo dat ingezet kan worden voor de modernisering van supermarkten en de ontwikkeling van de Waag fase 2 (max. 300 m² wvo). Voorwaarden zijn dat het Groene Carré de mogelijke toenemende verkeersdruk aan kan en dat het aantal parkeerplaatsen in het Stadshart toereikend is.



4.1.5 ABC/D gebouw

Het ABC/D gebouw is het gebied zoals hiernaast is aangegeven. Een tweelaags overdekt winkelgebied waarin trekkers als de Albert Heijn, Blokker en C&A zijn gevestigd, maakt hier tevens onderdeel vanuit. Enige tijd al zijn er plannen om te herstructureren en daarin ook de Dekamarkt te betrekken (eigenaar is Delta Lloyd). In de huidige situatie gaat het om een winkeloppervlak van ca. 5.600 m² wvo, waarvan 2.000 m² wvo dagelijks. De berekende uitbreidingsruimte laat geen tot weinig toevoeging toe aan niet-dagelijks aanbod. Daarnaast is gebleken dat er 1.450 m² wvo beschikbaar is voor uitbreiding van de dagelijkse sector. Afhankelijk van de uiteindelijke invulling van de Waag fase 2, kunnen deze meters ten goede komen van de herontwikkeling van het ABC/D gebouw.

Ondanks dat er weinig uitbreidingsruimte is, is een flexibele houding tegenover herontwikkeling van het ABC/D complex aan te raden. Het huidige functioneren van de Neringpassage is niet optimaal, waardoor het des te belangrijker is dat men de ruimte krijgt om met vernieuwende plannen te komen. Een eenduidige uitstraling werkt namelijk versterkend voor het gehele Stadshart en zorgt voor een aantrekkelijker, completer winkelcircuit. Het is een kwalitatieve verbetering die het kwantitatieve ondergeschikt maakt. Ontwikkelingen passend binnen het huidige Masterplan zijn daarom bespreekbaar.

Deze locatie kan een antwoord zijn op de toenemende vraag voor kleinschalige en betaalbare winkelunits. Om de ambitie voor het Stadshart te bereiken is uniciteit een belangrijk criterium. Uniciteit komt tot uiting wanneer het winkelaanbod dusdanig interessant is en anders dan andere winkelgebieden die op kortere afstand bereikbaar zijn.

4.1.6 Leisure voorzieningen

Het Stadshart is een multifunctioneel centrum met naast winkels ook horeca, dienstverlening, culturele voorzieningen etc. Naast detailhandel dient er dus ruimte te zijn voor dergelijke functies. Het belang van leisure in het Stadshart wordt in deze paragraaf verder uiteengezet.

Volgens een leisuremarktonderzoek van NVM BOG¹³ blijkt de combinatie van leisure en detailhandel zeer interessante synergievoordelen op te leveren, onder ander in de vorm van verhoogde bestedingen en herhaalbezoek. Bij functionele synergie zorgt een trekker of subtrekker voor het aantrekken van bezoekers en additionele bestedingen. De overige functies in de directe omgeving profiteren hier ook van, doordat er combinatiebezoeken plaatsvinden. Eerdere studies hebben aangetoond dat vooral de kruisbestuiving tussen detailhandel en leisure groot is:

- Vergroting van het verzorgingsgebied
- Hogere bestedingen per bezoek
- Verlenging verblijfsduur
- Versterking van het imago en de marktpositie van het gebied
- Toename herhalingsbezoeken
- Het aantrekken van nieuwe doelgroepen

Voor het bevorderen en stimuleren van een degelijke synergie is het volgende van belang:

- Doelgroepcongruentie: de doelgroepen van de verschillend voorzieningen, ieder met een eigen voorkeur en gedrag, moeten bij elkaar passen.
- Tijdstipcongruentie: de openingstijden van de verschillende voorzieningen moeten enigszins op elkaar worden afgestemd.
- Routing en afstand: er moet een goede route in het gebied aanwezig zijn en de loopafstand tussen de voorzieningen mag niet te groot zijn. Op deze manier wordt er 'traffic' gegenereerd.

Onderzocht moet worden in hoeverre leisure een plek kan krijgen in het Stadshart (als aanvulling op de reeds geplande en bestaande voorzieningen), op welke locaties en welke type leisure. Indien de uitkomsten van het onderzoek wijzen op het belang van meer leisurevoorzieningen, dan is het noodzakelijk om na te gaan op welke manier dit gerealiseerd kan worden. Is een passieve houding nodig, of juist een pro-actieve insteek?

¹³ NVM BOG Het economisch belang van leisure en de rol van leisure in gebiedsontwikkeling, 2009

4.2 Lelycentre

Het Lelycentre behoudt haar positie binnen de detailhandelsstructuur als stedelijk centrum. Er wordt al enige tijd gesproken van een mogelijke herontwikkeling van het centrum. In dit licht verdient ook de heroverweging van het huidige voorzieningenprogramma de nodige aandacht.

4.2.1 Programma

Onderstaand programmavoorstel ondersteunt de positie binnen de detailhandelsstructuur en de daarbij behorende bezoekmotieven. De omvang voor detailhandel bedraagt 9.400 m² wvo, waarbij de nadruk ligt op het dagelijks aanbod, dus het boodschappen doen. Dit wordt aangevuld met frequent benodigde artikelen en (beperkt) niet-dagelijks aanbod.

- Twee supermarkten, waarvan één fullservice supermarkt (1.000 – 1.400 m² wvo) en één discounter (1.000 – 1.200 m² wvo)¹⁴.
- Levensmiddelenpecialzaken en drogisterijen.
- Enkele modewinkels, waaronder een textielhuis.
- Overig winkelaanbod als optiek/gehoortoetsellen, fietsen, boeken/tijdschriften, bloemen, dibevo¹⁵, woondeco/cadeau.
- Aan detailhandel verwante horeca en overige publieksgerichte dienstverlening.

4.2.2 Ruimtelijke opgave

Zowel leefbaarheid alsook de veiligheid van het centrum zijn belangrijke items. Daarnaast kan een nieuwe structuur leiden tot verbetering van de interactie tussen bijvoorbeeld de supermarkten en de andere winkels. Tijdens de planvorming van de ontwikkelingsplannen voor het Lelycentre dient er aandacht besteed te worden aan het volgende:

- Realisatie van een compact centrum met een duidelijk routing, waar schaalvergroting een plek kan krijgen.
- Opspannen van het centrum tussen de twee supermarkten (twee polenstructuur), waardoor een goede loop ontstaat.
- Zorgen voor een goede, bereikbare locatie van de warenmarkt en versterken van de verbinding tussen de winkels en de warenmarkt.
- Creëren van een duidelijke voorkant van de winkels en andere publieksgerichte voorzieningen.
- Verbeteren van de entrees (maximaal twee).
- Verbetering van de verkeersstructuur en de bereikbaarheid van het centrum: zowel de ontsluiting vanaf de Houtribdreef als de Polderdreef onderzoeken op haalbaarheid.
- Realisatie van maximaal twee goed bereikbare parkeerconcentraties met een directe aansluiting op de supermarkten.

4.3 Warande

Het toekomstperspectief van het wijkwinkelcentrum in Warande is goed te noemen, mits er rekening wordt gehouden met een aantal uitgangspunten. In de planvorming moet men uitgaan van een uiteindelijk oppervlakte van 13.000 m² bvo aan commerciële voorzieningen. Dit getal is gebaseerd op 20.000 inwoners, dus de situatie als Warande volledig ontwikkeld is. Dit gebeurt allemaal niet in één keer, waardoor het fasegewijs ontwikkelen van het wijkwinkelcentrum aan te raden is. Nadelige effecten ontstaan wanneer er te veel commerciële meters worden toegevoegd terwijl er nog geen verzorgingsgebied is en dus te weinig draagvlak. Nadelige effecten in de zin van leegstand,

¹⁴ De minieme schaal van uitbreiding van de discounter wordt niet in strijd geacht met de voor de korte termijn voorgestelde consolidatiestrategie voor de korte termijn”.

Alleen voor de discounter is dus er sprake van een mogelijke uitbereiding.

¹⁵ Dierenbenodigdheden en Voeders

verpaupering en aantasting van de detailhandelstructuur. Uitgaande van de uiteindelijk situatie zijn onderstaand programma en ruimtelijke opgave richtinggevend.

4.3.1 Programma

- Twee supermarkten in een aan elkaar aanvullend marktsegment, een fullservice supermarkt en een discounter. Waarvan de fullservice supermarkt bij voorkeur een ander formule is dan bij de Buizerdweg, ten behoeve van een ruimere keuzemogelijkheid voor de consument.
- Levensmiddelenpeciaalzaken en drogisterijen.
- Enkele modewinkels, waaronder een textielhuis.
- Overig winkelaanbod als optiek/gehoortoetsellen, fietsen, boeken/tijdschriften, bloemen, dibevo¹⁶, woondeco/cadeau.
- Aan detailhandel verwante horeca en overige publieksgerichte dienstverlening.

De mogelijke toevoeging van een nieuw treinstation zou voor het wijkwinkelcentrum kansen kunnen bieden. Afhankelijk van het karakter van het station (intercity of stoptrein) en de mogelijke aanwezigheid van een transferium zou het station dienst kunnen doen als traffic-locatie, uiteraard passend bij de schaal en omvang van Warande en rekening houdend met de reeds aanwezige commerciële voorzieningen. In eerste instantie moet uitgegaan worden van beperkte vervoersknoop gerelateerde voorzieningen, zoals een koffi corner. Wanneer het aantal reizigers per dag groeit neemt de behoefte aan dergelijke voorzieningen toe.

4.3.2 Ruimtelijke opgave

Naast bovenstaande functionele opgave ligt er ook een ruimtelijke opgave. Met een locatie centraal in de wijk kan het wijkwinkelcentrum haar functie goed vervullen. Ondanks dat de geplande locatie zich meer aan de rand van de wijk bevindt bij het toekomstige station, zijn er met name op infrastructureel vlak, synergievoordelen te benoemen. Gestreefd dient te worden naar de volgende ruimtelijke opzet:

- Realisatie van een compact centrum met een duidelijke routing, bij voorkeur tweezijdige bewinkeling en de twee supermarkten aan weerszijden (twee polenstructuur).
- Creëren van één duidelijk voorkant van de winkels en andere publieksgerichte voorzieningen.
- Zorgen voor een goede uitstraling van de entrees, zowel vanuit de wijk als vanuit het station.
- Zorgen voor een goede bereikbaarheid met alle vervoersmodaliteiten.
- Realisatie van twee parkeerconcentraties op korte afstand van de supermarkten, zowel voor de auto als fiets.

4.3.3 Herijking distributieve ruimte

De toevoeging van een nieuwe winkelconcentratie aan de detailhandelsstructuur vraagt om een zorgvuldige afweging tussen vraag en aanbod. Omdat de ontwikkeling van het wijkwinkelcentrum in nauw verband staat met de inwonersgroei van Warande is een tussentijdse herijking van de distributieve ruimte noodzakelijk. Het meest gunstige moment zou zijn over ca. vier tot vijf jaar, wanneer er meer duidelijkheid is over de voortgang van het woningbouwprogramma, het economisch klimaat en de hoeveelheid distributieve ruimte die ingezet gaat worden voor de verspreide bewinkeling in de wijk Warande. Tevens heeft de ontwikkeling van de verspreide detailhandel in de wijk Warande aan de lanen invloed op de omvang van het wijkwinkelcentrum. De ontwikkeling van het wijkwinkelcentrum zal volgend moeten zijn op de ontwikkeling van Warande.

¹⁶ Dierenbenodigdheden en Voeders

4.4 Buurtwinkelcentra

4.4.1 Botter

De Botter heeft als bezoekenmotief met name het boodschappen doen en functioneert goed binnen de huidige detailhandelsstructuur. De relatie met sociale en maatschappelijke voorzieningen in de directe omgeving zorgt ervoor dat het centrum een multifunctioneel karakter heeft. Wat echter ontbreekt is een ruim en gevarieerd detailhandelsaanbod. Verbeteringen zitten in zowel in het functionele als ruimtelijke aspect. Uitbreidingsruimte is er overigens alleen voor de dagelijkse artikelensector. Onderstaande opsomming geeft weer welke opgave er is voor buurtwinkelcentrum de Botter:

- Accommoderen van schaalvergroting. De supermarkt heeft een omvang van ca. 1.000 m² vvo. Ruimte moet er geboden worden voor een supermarkt omvang van ca. 1.200 m² vvo.
- Het aanbod moet gevarieerder. Een drogisterij, levensmiddelen speciaalzaken en frequent benodigde niet-dagelijks artikelen, zoals een bloemist zijn wenselijke branches.
- Overige commerciële voorzieningen, zoals kappers en kleinschalige horeca, zijn een welkome aanvulling.
- Realiseren van een compact centrum met een duidelijk en beperkte routing. Daarbij is het van belang dat er één duidelijke voorkant wordt gecreëerd.
- De bereikbaarheid aan de zuidkant van het centrum laat te wensen over. Goede bereikbaarheid is een belangrijke randvoorwaarde voor een goed functionerend centrum. Hier ligt dus nog een uitdaging.
- Optioneel: wonen boven winkels.

4.4.2 Boswijk

De winkels functioneren wisselend, er is sprake van leegstand en het centrum heeft een rommelige uitstraling. Voor wat betreft detailhandel zijn de functionele versterkingsmogelijkheden beperkt. De supermarkt is volgens de moderne maatstaven van redelijke omvang. Ook voor horeca zijn de mogelijkheden beperkt. Deze functie moet qua schaal en aard passen bij de functie van een buurtwinkelcentrum, wat betekent dat er maximaal één of twee horecagelegenheden in de fastservicesector gevestigd kunnen worden. Verder:

- Gezocht moet worden naar de synergie tussen de sociale en maatschappelijke functies en het winkelen.
- Het verbeteren van leefbaarheid en veiligheid.
- Verbetering van de verkeersstructuur en bereikbaarheid van het centrum.
- Het scheiden van langzaam en snel verkeer.
- Realiseren van een compact centrum waar één duidelijke voorkant wordt gecreëerd.

4.4.3 Buizerdweg

De enige toevoeging op dit niveau van de detailhandelsstructuur is de Buizerdweg. Deze vervult een functie voor de inwoners van de Hollandse Hout en de eerste fase van Warande. Tevens verwacht men dat het verzorgingsgebied zich uitstrekt tot de Landstrekenwijk.

De ontwikkelingsmogelijkheden voor de Buizerdweg hebben directe invloed op de ruimte voor het wijkwinkelcentrum in Warande. Gezien de ambities voor het wijkwinkelcentrum zijn de mogelijkheden voor de Buizerdweg beperkt:

- Eén full-service supermarkt van maximaal 1.250 m² vvo.
- Aanvullende commerciële voorzieningen als één horecagelegenheid in de fastservicesector en een kapper met een gezamenlijke omvang van maximaal 175 m² vvo.

4.5 Batavia Stad Outlet

4.5.1 Uitbreiding

Om tot de gewenste versterking van Batavia Stad te komen, maar wel rekening te houden met de detailhandelsstructuur wordt afronding met een laatste fase toegestaan. Het maximum aan vierkante meters is 25.000 m² V.V.O., ingevuld volgens het outlet concept. Door hieraan vast te houden zijn de te verwachten nadelige effecten op de detailhandelsstructuur gering. De effectmetingen die sinds de opening van Batavia Stad tweejaarlijks worden gehouden wijzen dat ook uit.

4.5.2 Uitwisseling Stadshart en Batavia Stad

In het verleden is er herhaaldelijk gekeken naar de mogelijkheid om Batavia Stad en het Stadshart beter te verbinden zodat er meer uitwisseling van bezoekers ontstaat. Tot op heden bleken alle aangedragen oplossingen, zoals een skyrail of een gratis pendel, niet haalbaar. Nu het Stadshart een doorontwikkeling doormaakt en er veel bouwwerkzaamheden plaatsvinden lijkt de tijd niet rijp om te investeren in de stimulering van deze uitwisseling.

Kijkend naar het type bezoekers van Batavia Stad en haar bezoekmotieven moet het Stadshart aan een bepaald verwachtingspatroon kunnen voldoen. 'You never get a second chance to make a first impression' sluit hier naadloos op aan en dient altijd in de afweging meegenomen te worden. Dit neemt niet weg dat de stimulering van de combinatiebezoeken in de toekomst een punt van aandacht blijven. Wanneer de tijd daar is, moet gekeken worden naar eventuele stimuleringsmaatregelen.

4.5.3 Evaluatie van overeenkomst

De huidige overeenkomst is afkomstig uit 2001 en in de loop der jaren zijn er diverse aanpassingen gedaan. De wereld van de outlets is veranderd, niet alleen op nationaal maar ook op internationaal niveau. Evalueren is dus noodzakelijk. Kansen worden op deze manier op tijd gesignaleerd. Het vraagstuk dat centraal staat is welke mogelijkheden er zijn voor Batavia Stad qua concept, met inachtneming de detailhandelstructuur van Lelystad en de (inter)nationale ontwikkelingen op het gebied van outlet centers. Onderwerpen als branchering, werkwijze van de toetsingscommissie en aanvullende randvoorwaarden maken hier onderdeel van uit.

4.6 Palazzo

4.6.1 Regionale versterking

Uitbreiding van Palazzo met alleen de woonbranche zorgt niet voor een regionale aantrekkingskracht. Hier is overigens ook geen distributieve ruimte voor. Er moet meer gebeuren om dat te bereiken. In dit stadium is het lastig te bepalen welke vorm het precies aan gaat nemen. Echter, de volgende criteria zijn leidend:

- De uitbreiding moet resulteren in regionale aantrekkingskracht.
- Toevoeging van vierkante meters winkelruimte moet niet de detailhandelstructuur uit balans brengen.
- De marktruimte dient aangetoond te worden.

Een thematische benadering, bijvoorbeeld 'outdoor' of 'het buitenleven' zou hierin kunnen passen en zal grotendeels gaan leunen op de koopkrachttoevloeiing vanuit de regio. In het kader van de ontwikkeling van Warande is het bepalen van de exacte locatie en omvang gewenst.

4.6.2 Branchering

Naast het 'klassieke' PDV-aanbod kunnen PDV+ branches een plek krijgen op Palazzo, dit is een aanvulling op de huidige branchering (zie ook paragraaf 3.3.6). Door deze verruiming zijn winkels in de branches rijwielen, verlichting en outdoor mogelijk. De minimum oppervlaktemaat van 800 m² bvo zorgt ervoor dat het toestaan van deze branches geen remmend effect heeft op de ontwikkeling van het Stadshart. Daarnaast kan door deze brancheverruiming eventuele (toekomstige) leegstand worden voorkomen.

4.7 Westerdreef

4.7.1 Bouwmarkt en tuincentrum

Voor de Westerdreef dient er alleen gedacht te worden aan de ontwikkeling van een bouwmarkt en tuincentrum, aangezien er geen distributieve ruimte is voor overige PDV branches. Te denken valt aan een moderne maat van maximaal 3.000 – 3.500 m² wvo voor een bouwmarkt. Voor een tuinconcept kan gedacht worden aan maximaal 2.000 m² wvo exclusief buitenruimte.

4.7.2 Overige branchering

Naast de doe-het-zelf- en tuinbranche is installatiegerelateerd aanbod een goede aanvulling, wanneer er op termijn distributieve ruimte ontstaat. Winkels in parket, keukens, badkamers, zonweringen e.d. passen binnen dit profiel. Vestiging vindt bij voorkeur plaats door middel van verplaatsing van lokale ondernemers, aangezien er momenteel geen distributieve ruimte is voor dergelijke branches.

Bijlagen

1. Lijst van sleutelpersonen

Super de Boer
Dhr. R. van Leijen
Voorstraat 282
8226HG Lelystad

Plusmarkt
Dhr. J. Postma
Botter 4431
8243 JE Lelystad

Bun Supermarkten B.V.
Dhr. J. Bun
Watercipresstraat 11
1326 CM Almere

Deen Supermarkten B.V.
Dhr. Deen
Postbus 139
1620 AC Hoorn

Stable International
Dhr. W. Veldhuizen
Hardwareweg 26
3821 BM Amersfoort

Stadshart
't Tussendoortje
Dhr. Kaspers
Waagpassage 128
8232 DW Lelystad

de Tassenwinkel
Mw. K. Cramer
Petuniastraat 21
1338 WV Almere

Brood & Banketbakkerij Prins
Dhr. J. Prins
Havenweg 14
8243 PL Lelystad
(NB: Stadshart en Lelycentre)

Lelycentre
Ondernemersvereniging Lelycentre
Dhr. E. Hubert (voorzitter)
Snijdersstraat 12
8224 AA Lelystad

Lunchroom Harrels
Weversstraat 20
8223 AC Lelystad

Palazzo
Woontex
Dhr. R. van Galen
Zuiderpoort 2
8239 AD Lelystad

MM Outlet
Dhr. R. Feenstra
Zuiderpoort 27
8239 AB Lelystad

Vastgoed Totaalbeheer B.V
Mw. M. Bloemink
Postbus 94312
1090 GH Amsterdam

Vastgoed Ontwikkelingsmaatschappij
Rozendaal B.V.
Dhr. H. Veenendaal
Stationsweg 2
6861 EG Oosterbeek

Van Herk Groep
Dhr. R. van Oosten
Postbus 4068
3006 AB Rotterdam

Antea Vastgoed Lelystad C.V.
Dhr. R. Lekkerkerk
Stadhouderslaan 100
2517 JC DEN HAAG

2. Begrippenlijst

Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, alsmede de uitstallen ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse artikelen

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

Levensmiddelen speciaalzaak

Onderneming die voedingsmiddelen, ook wel grutterwaren of kruidenierswaren, verhandelt.

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector

Branche

Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentgroep of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijvoorbeeld warenhuizen).

ABC-goederen

Auto's, boten en caravans

PDV

Perifere Detailhandels Vestigingen. Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen etc. Toegelaten branches in het oude rijksbeleid: auto's, boten, caravans, brand- en milieugevaarlijke stoffen, tuincentra, bouwmarkten, de gehele woninginrichtingbranche, keukens en sanitair. Perifere detailhandel had de branchering als criterium. Met de Nota Ruimte is het PDV-beleid komen te vervallen.

GDV

Winkels met een ondergrens van 1.500 m² bedrijfsvloeroppervlak, zoals in het oude rijksbeleid toegelaten op de daarvoor aangewezen GDV-locaties. Met de Nota

Ruimte is de term GDV komen te vervallen. Grootschalige detailhandel had een oppervlakte als criterium niet de branchering (zie ook PDV).

Bijzonder concentratie

Concentratie van winkels op een perifere locatie met branches die conform het gemeentelijk beleid daar zijn toegelaten. Door omvang en invulling hebben de bijzondere concentraties meestal een bovenlokale functie.

Bouwmarkt

Een al dan niet geheel overdekte verkoopplaats, waarop een volledig of nagenoeg volledig assortiment aan bouw- en doe-het-zelfproducten wordt aangeboden aan de uiteindelijke verbruiker of gebruiker.

Tuincentrum

Een verkoopplaats met een volwaardig assortiment aan dode en levende artikelen voor in huis/tuin die direct aan particulieren ter verkoop worden aangeboden.

Dibevo

Dieren benodigdheden en voeders.

DPO

Een distributie planologisch onderzoek, kortweg ook wel DPO genoemd, kan in beeld brengen of er voor uitbreiding van detailhandel in een (winkel)gebied nog marktruimte is. tevens kan worden onderzocht of er sprake is van marktverzadiging of overbewinkeling in het gebied. Een DPO onderzoekt wijzigingen in de voorzieningenstructuur. Bij een voor/door de overheid uitgevoerd DPO staan meestal 2 doelstellingen centraal

1. Het verkrijgen van inzicht in de ruimtelijke kwaliteit van de verzorging.
2. Het verkrijgen van inzicht in de rentabiliteit van ondernemingen (hun functioneren).

Brutovloeroppervlakte (bvo)

Ook wel bebouwd oppervlakte van een ruimte of een groep ruimten is de oppervlakte, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep ruimten

omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.

Bedrijfsoppervlak oftewel winkelgebruiksvloeroppervlak (wgo)

Alle in pandige ruimte die voor de individuele bedrijfsvoering benodigd is. Dus de totale bedrijfsruimte, inclusief de niet direct met de detailhandelsactiviteit verband houdende ruimten, zoals kantines, toiletten, kantoor, magazijn, etc.

Winkelvloeroppervlakte (wvo)

De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, etc.). Het wvo betreft gemiddeld 70% van het totale bvo.

Verhuurbare vloeroppervlak (vvo)

Het verhuurbare deel van het bedrijfsoppervlak.

Ambulante handel

Warenmarkten, solitaire standplaatsen, braderieën, venters of wijkrijders (exclusief rijdende winkels) en parlevinkers.

Winkel

Ieder voor publiek vrij toegankelijk pand dat bedoeld is voor de verkoop van detailhandelsartikelen.

Winkelgebied

Concentratie van winkels die voor de consument waarneembaar als eenheid te onderscheiden is. Naast winkels gaat het veelal ook om horeca-aanbod en consumentverzorgende ambachtelijke bedrijven en dienstverlening.

Overbewinkeling

Situatie waarin meer winkeloppervlak aanwezig is dan op grond van de specifieke situatie mogelijk is.

Vloerproductiviteit

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

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbestedingen oer hoofd van de bevolking, gecorrigeerd naar de gemiddelde inkomenssituatie in het betreffende gebied. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van buiten een bepaald gebied detailhandelsbestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin van een bepaald gebied detailhandelsbestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

Vreemde koopkracht

Het deel van de gerealiseerde omzet (incl. BTW) in een bepaalde plaats, winkelgebied of –centrum dat afkomstig is van andere dan de ‘eigen’ consumenten (dus van buiten de plaats).

Koop(kracht)oriëntatie

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij een bepaald winkelcentrum.

Koopstromenonderzoek

Onderzoek middels een enquête gehouden onder de bevolking van een bepaald gebied (zoals kern, gemeente, regio of provincie) om te bepalen waar (in welke winkels, concentraties) hun detailhandelsbestedingen terecht komen. hiermee is het koopgedrag vast te stellen voor een bepaalde aankoopplaats. Dit wordt uitgedrukt met begrippen als koopkrachtbinding en koopkrachtafvloeiing.

3. Algemene bouwstenen voor centrumgebieden naar bezoekmotief

Algemene ruimtelijk en functionele bouwstenen voor centrumgebieden naar bezoekmotief	
Boodschappen	Winkelen
<p>Vestigingsgebieden en verzorgingsfunctie</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wijk- en buurtcentra => lokale verzorging • Centrale (hoofd)winkelgebieden => lokale verzorging 	<p>Laag frequent</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centrale (hoofd)winkelgebieden => (boven)locale en/of regionale verzorging, afhankelijk van omvang en positie in regio • Nevencentra => lokale en/of regionale verzorging
<p>Brancheprofiel</p> <ul style="list-style-type: none"> • Probleemloze artikelen dagelijkse behoefte • Efficiënt en gemakkelijk • Full-servicesupermarkten van moderne omvang (> 1.000 m² vvo) zijn de trekkers • Indien mogelijk meerdere complementaire supermarkten • Verspecialzaken aanvullend op supermarkten • Aanvullende frequent benodigde non-food maakt aanbod in boodschappen centrum compleet 	<ul style="list-style-type: none"> • Duurzame, laag frequent aan te schaffen artikelen • Grootschalige branches • Clustering vergroot trekkracht • Thematische clustering in of binnen centra verhoogt exclusiviteit en onderscheidend vermogen • Winkels met (boven)regionale aantrekkingskracht bepalen verzorgingsfunctie • Solitaire trekkracht sommige winkels; echt grootschalige winkels, bouwmarkten of tuincentra
<p>Bereikbaarheid en parkeren</p> <ul style="list-style-type: none"> • Centrale ligging in verzorgingsgebied • Eenvoudig parkeren direct voor de deur, liefst maai- veld en gratis • Voldoende parkeergelegenheid • Bereikbaar per auto, maar ook per fiets en te voet 	<ul style="list-style-type: none"> • Accent op aankopen in persoonlijke sfeer, impulsief, recreatief, kijken en vergelijken • Minimale kritische massa nodig van bekende winkels (filiaalbedrijven) voor voldoende aantrekkingskracht • Mode-aanbod vormt de basis van het winkelaanbod • Warenhuizen en bekende modehuizen zijn trekkers • Branchering is veelzijdig en gericht op een breed publiek, ook mix met niet-commerciële voorzieningen • Divers aanbod aan kleinschalige (bijzondere) winkels vergroot het onderscheidend vermogen • Parkeren op korte afstand, veilig en obstakelvrij • Goede bereikbaarheid en zichtlocatie
<p>Verblijfsklimaat en inrichting</p> <ul style="list-style-type: none"> • Compact met minimale loopafstanden • Geen barrières, tussen winkels onderling en tussen winkels en parkeren • Overzichtelijkheid • Nette en verzorgde uitstraling van winkels en openbare ruimte 	<ul style="list-style-type: none"> • Aaneengesloten winkelgebied, met synergie tussen winkels • Geen barrières, tussen winkels onderling en tussen winkels en parkeren • Overzichtelijkheid • Nette en verzorgde uitstraling van winkels en openbare ruimte

4. Verdeling supermarktaanbod naar winkelcentrum

Winkelgebied	Formule	m ² wvo
Stadshart	Jumbo	1.480
	Deen	1.450
	Albert Heijn	1.254
	Dekamarkt	842
Lelycentre	Albert Heijn	842
	Dekamarkt	793
	Lidl	610
Tjalk	Lidl	1.106
	Boni markt	1.033
	Aldi	600
Botter	Plus	1.062
Kempenaar	Albert Heijn	1.381
Voorstraat	Super de Boer	1.100
Boswijk	Albert Heijn	1.218
Jol	C1000	819
	Aldi	700
Lelystad-Haven	Albert Heijn	721
Voorhof	Albert Heijn	1.287
Totaal	18 supermarkten	18.721

5. Onderzoeksgegevens

Koopkrachtbinding

- Van het bedrag dat de inwoners van Lelystad uitgeven aan dagelijkse artikelen komt 99% in Lelystad terecht.
- De koopkrachtbinding in Lelystad voor de niet-dagelijkse artikelensector is 72% (exclusief Batavia Stad). Inclusief Batavia Stad is dat 74%.
- Sinds 1999 is de binding ongeveer gelijk gebleven. Bij de dagelijkse goederen vond een lichte stijging plaats en de niet-dagelijkse een lichte daling.
- Binding aan het Stadshart is afgenomen sinds 1999. Dagelijks -11,8% en niet-dagelijks -6,5%.
- Het aandeel van Batavia Stad in de modische branches is relatief klein (5,7%).
- Het Stadshart trekt de meeste koopkracht naar zich toe, met uitzondering op de branches doe-het-zelf, tuinartikelen en woninginrichting die voornamelijk aan Palazzo gebonden zijn.

Koopkrachtafvloeiing

- 0,6% van de koopkracht in dagelijkse goederen vloeit weg naar aanbod in de regio (Dronten, Almere, Amsterdam).
- 7,8% van de niet-dagelijkse koopkracht vloeit af naar Almere.
- 4,3% van de niet-dagelijkse artikelensector vloeit af naar Amsterdam.
- Ook vloeit er koopkracht af naar Dronten (2%) en Harderwijk (1,3%) in de niet-dagelijkse goederen.
- Afvloeiing in de kleding-, mode- en schoenenbranche groot: Almere 14,8%, Amsterdam 7,6%, Dronten 3,9%.
- Afvloeiing in bruin- en witgoed naar Almere met 13,3%.
- Afvloeiing van de koopkracht in de woonbranche naar het centrum van Amsterdam is 6,3%.

Koopkrachttoevoeiing

- De koopkrachttoevoeiing in de dagelijkse artikelensector bedraagt 5% en de niet-dagelijkse 14% als aandeel van de totale omzet.

Draagvlak

- Het huidige draagvlak bestaat uit ca. 73.800 inwoners. In 2020 zijn dit er ca. 82.300.
- In Warande vindt de meeste groei plaats, namelijk 8.900 inwoners in 2020.
- De toename van het aantal woningen en inwoners zorgt voor groter draagvlak en meer behoefte aan detailhandelvoorzieningen in de wijk.

De consument

- Het Lelystadse inkomensniveau ligt onder het landelijk gemiddelde. Respectievelijk €11.900 en €12.700 per hoofd van de bevolking¹⁷.
- De bestedingen in de dagelijkse artikelensector zijn €2.354 en in de niet-dagelijkse €2.594¹⁸.
- Sterke boodschappenfunctie Stadshart (30,2%), Tjalk (16,7%), Lelycentre (14,1%) en Kempenaar (10,4%).
- De keuze voor een winkelcentrum voor de dagelijkse boodschappen wordt voornamelijk bepaald door de nabijheid (59%), lage prijzen (13%), goede keuzemogelijkheden (16%) en de hoeveelheid geclusterd aanbod (9%).
- Voor de niet-dagelijkse artikelen wordt de keuze voor een winkelcentrum bepaald door de keuzemogelijkheden (44%). De nabijheid speelt ook een rol (38%) evenals aspecten als

¹⁷ CBS, regionale inkomensverdeling 2006

¹⁸ Deze bedragen zijn gecorrigeerd aangezien het Lelystadse inkomensniveau meer dan 5% afwijkt van het landelijk gemiddelde

hoeveelheid geclusterd aanbod, een gezellige sfeer en lage prijzen.

- De belangrijkste reden om niet de niet-dagelijkse aankopen in Lelystad te doen is vanwege de beperkte keuze. Ook de minder gezellige sfeer en het beperkt aantal winkels is genoemd.
- Vooral de recreatieve winkelaspecten ontbreken, afwezigheid van voldoende horeca wordt in dit verband genoemd.
- Suggesties voor verbetering betreffen met name de omgevingsaspecten, zoals zitbankjes, groen, uitstraling etc.
- Opvallend is dat de gespecialiseerde keurslager, bakker e.d. als een gemis worden beschouwd.
- Zowel sfeer en gezelligheid als parkeergelegenheden zijn vanuit de inwoners aanbevelingen ter verbetering. Dit laatste geldt met name voor Tjalk, Kempenaar, Botter, Voorstraat en Boswijk. De Botter, Voorstraat en Boswijk worden ook genoemd waar vooral sfeer en gezelligheid verbeterd dient te worden.

6. Toekomstige verdeling distributieve ruimte in wvo

	2020		
	Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal
Stadshart	9.750	37.500	47.250
Lelycentre	3.600	5.800	9.400
Tjalk	3.400	5.200	8.600
Kempenaar	1.504	-	1.504
Botter	1.460	171	1.631
Boswijk	1.265	99	1.364
Voorhof	1.336	-	1.336
Voorstraat	1.299	242	1.541
Jol	1.900	250	2.150
Lelystad-Haven	721	-	721
Buizerdweg	1.250	-	1.250
Warande	-	-	-
Palazzo	-	29.500	29.500
Westerdreef	-	9.000	9.000
Verspreide bewinkeling	589	14.000	14.589
Totaal huidig	28.074	101.762	129.836
Batavia Stad*	-	25.000	25.000

* V.V.O.

7. Beleid voor aan huis verbonden beroepen en bedrijven¹⁹

Een aan huis gebonden beroep is een dienstverlenend beroep, dat in een woonhuis (met aan- en uitbouwen) of aangebouwd bijgebouw wordt uitgeoefend waarbij het woonhuis in overwegende mate de woonfunctie behoudt en dat een ruimtelijke uitwerking of uitstraling heeft die met de woonfunctie in overeenstemming is.

Een kleinschalige bedrijfsmatige aan huis gebonden activiteit is een bedrijvigheid die door zijn beperkte omvang in een gebouw met een woonfunctie of een aangebouwd bijgebouw mag worden uitgeoefend en waarvoor vrijstelling van het bestemmingsplan kan worden verleend.

Randvoorwaarden

Voor het uitoefenen van deze aan huis gebonden beroepen en kleinschalige bedrijfsmatige activiteiten gelden de volgende randvoorwaarden:

- 1 Het uiterlijk van de betreffende woning mag niet worden aangetast. Reclame mag een oppervlakte van maximaal 0,5 m² bedragen.
- 2 Het beroep/bedrijf mag uitsluitend worden uitgeoefend in het woonhuis, aanbouwen of aangebouwde bijgebouwen.
- 3 Het beroep/bedrijf dient door in ieder geval één bewoner van de woning te worden uitgeoefend. Er mogen maximaal twee werkplekken zijn.
- 4 Vormen van horeca en auto- en motorreparatie zijn niet toegestaan.
- 5 Alleen bedrijven/beroepen die voorkomen op de lijst die in de bijlage is opgenomen zijn toegestaan.
- 6 Bedrijven in categorie B die onder de Wet milieubeheer vallen zijn niet toegestaan.
- 7 Detailhandel is niet toegestaan.
- 8 Maximaal 30% van de bruto vloeroppervlakte van de gebouwen per bouwperceel mag gebruikt worden ten behoeve van een huis gebonden beroep of bedrijf met een maximum van 50 m² voor bedrijfsmatige activiteiten en 100 m² voor aan huis gebonden beroepen.
- 9 Er dienen op het eigen terrein of in de directe omgeving voldoende parkeerplaatsen voor bezoekers aanwezig te zijn.

Lijst van aan-huis-verbonden beroepen en kleinschalige bedrijfsmatige (aan-huis-verbonden) activiteiten

Aan huis verbonden beroepen

Uitoefening van (para-)medische beroepen, waaronder:
individuele praktijk voor huisarts, psychiater, psycholoog, fysiotherapie of bewegingsleer, voedingsleer, mondhygiëne, tandheelkunde, logopedie, dierenarts enz.

Advies- en ontwerpbureaus, waaronder:
reclame ontwerp
grafisch ontwerp
architect

(Zakelijke) dienstverlening, waaronder:
notaris
advocaat
accountant
assurantie-/verzekeringsbemiddeling
exploitatie en handel in onroerende zaken

Kleinschalige bedrijfsmatige (aan-huis-verbonden) activiteiten

Kledingmakerij
(maat)kledingmakerij en kledingverstelbedrijf

¹⁹ Dit beleid is enige tijd geleden vastgesteld, waardoor het risico bestaat dat deze op termijn gewijzigd wordt. Indien dit het geval is, geldt uiteraard het nieuwe en het op dat moment vigerende beleid.

Kantoorfunctie ten behoeve van bedrijvigheid die elders wordt uitgeoefend, zoals:
schoonmaakbedrijf, schoorsteenveegbedrijf, glazenwasserij, maar ook ten behoeve van bijvoorbeeld een groothandelsbedrijf

Reparatiebedrijfjes ten behoeve van particulieren, zoals:
schoen-/lederwarenreparatiebedrijf
uurwerkreparatiebedrijf
goud- en zilverwerkreparatiebedrijf
reparatie van kleine (elektrische) gebruiksgoederen
reparatie van muziekinstrumenten

In ieder geval zijn auto- en motoreparatiebedrijven uitgezonderd.

Overige dienstverlening, zoals:
kappersbedrijf
schoonheidssalon

In ieder geval zijn prostitutie en seksinrichtingen uitgezonderd.

Onderwijs, zoals:
Autorijschool
Naaicursus
Computercursus

In ieder geval zijn bij onderwijs werkplaatsen en laboratoria uitgezonderd

Onderwerp	Winkelstructuur Lelystad 2020		A	B
Portefeuillehouder	Fackeldey		Openbaar	
Programma	Economie, werk en inkomen			
Aan	<input type="checkbox"/> Directie	Bijlagen	<input type="checkbox"/> Financiële paragraaf	
	<input checked="" type="checkbox"/> College		<input checked="" type="checkbox"/> Raadsvoorstel	
	<input type="checkbox"/> Burgemeester		<input checked="" type="checkbox"/> Openbare bekendmaking vereist	
Registratie	 B10-06237		<input checked="" type="checkbox"/> Anders, nl.: <ul style="list-style-type: none"> • Nota 'winkelstructuur Lelystad 2020' • Samenvatting reacties concept Winkelstructuur Lelystad 2020 • Concept persbericht 	
Steller	L. Evers	Datum	27 oktober 2010	
Doorkiesnummer	0320-278787	Ingekomen brief d.d.		
Afdeling	EVO	Afkomstig van		

Parafen					
Afdelingshoofd	Controller	Medeparaaf Naam: Afd.:	Medeparaaf Naam: Afd.:	Gemeentesecretaris/ Algemeen directeur	
Besproken met portefeuillehouder		ja	nvt		
Besproken in directie		<input type="checkbox"/> nee	<input type="checkbox"/> ja, zie bijgevoegd advies/besluit d.d.		
AKKOORD		BESPREKEN		Besluit via A-procedure	
Horselenberg			Conform	Gewijzigd	Aangehouden
De Jager			Datum besluit:		
Jacobs			Besluit via B-procedure		
Luchtenveld			Conform	Gewijzigd	Aangehouden
Fackeldey			Datum besluit: 2 november 2010		
Jansen			Agendanummer: IV-4		

Voorgesteld besluit

1. De ingebrachte reacties vanuit diverse belanghebbenden, zoals opgenomen in de bijlage 'samenvatting reacties concept Winkelstructuur Lelystad 2020', deels over te nemen in het beleid 'Winkelstructuur Lelystad 2020'.
2. De volgende visie uit de 'Winkelstructuur Lelystad 2020' aan de raad voor te leggen ter vaststelling:
 - a. Lelystad zet in op een evenwichtige voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden complementair zijn en ieder een eigen taak binnen de structuur vervult. Kwaliteit gaat boven kwantiteit en nieuwe ontwikkelingen leveren altijd een bijdrage aan de verbetering van de winkelstructuur.
3. De beleidskaders uit de 'Winkelstructuur Lelystad 2020' aan de gemeenteraad voor te leggen ter vaststelling, bestaande uit de detailhandelstructuur en onderstaande uitgangspunten:
 - a. Het versterken van vooral de lokale verzorgingsfunctie van het voorzieningenapparaat als geheel en het Stadshart in het bijzonder.
 - b. Het versterken van de bovenlokale aantrekkingskracht van Palazzo.
 - c. Streven naar een aanvullend ondersteunend cluster voor perifere detailhandel met een lokale verzorgingsfunctie.
 - d. Het versterken van de bovenregionale en unieke functie van Batavia Stad.
 - e. Streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende winkelgebieden. Waar mogelijk moet synergie tussen centra worden opgezocht.
4. De raad voor te stellen dat zowel de nota 'detailhandel 2001' als nota 'detailhandel op bedrijventerreinen 2005' komen te vervallen met de vaststelling van de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020'.

5. De raad voor te stellen het beleid als leidraad te gebruiken voor nieuwe ontwikkelingen en te actualiseren bestemmingsplannen.

Voorgesteld besluit

1. De ingebrachte reacties vanuit diverse belanghebbenden, zoals opgenomen in de bijlage 'samenvatting reacties concept Winkelstructuur Lelystad 2020', deels over te nemen in het beleid 'Winkelstructuur Lelystad 2020'.
2. De volgende visie uit de 'Winkelstructuur Lelystad 2020' aan de raad voor te leggen ter vaststelling:
 - a. Lelystad zet in op een evenwichtige voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden complementair zijn en ieder een eigen taak binnen de structuur vervult. Kwaliteit gaat boven kwantiteit en nieuwe ontwikkelingen leveren altijd een bijdrage aan de verbetering van de winkelstructuur.
3. De beleidskaders uit de 'Winkelstructuur Lelystad 2020' aan de gemeenteraad voor te leggen ter vaststelling, bestaande uit de detailhandelstructuur en onderstaande uitgangspunten:
 - a. Het versterken van vooral de lokale verzorgingsfunctie van het voorzieningenapparaat als geheel en het Stadshart in het bijzonder.
 - b. Het versterken van de bovenlokale aantrekkingskracht van Palazzo.
 - c. Streven naar een aanvullend ondersteunend cluster voor perifere detailhandel met een lokale verzorgingsfunctie.
 - d. Het versterken van de bovenregionale en unieke functie van Batavia Stad.
 - e. Streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende winkelgebieden. Waar mogelijk moet synergie tussen centra worden opgezocht.
4. De raad voor te stellen dat zowel de nota 'detailhandel 2001' als nota 'detailhandel op bedrijventerreinen 2005' komen te vervallen met de vaststelling van de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020'.
5. De raad voor te stellen het beleid als leidraad te gebruiken voor nieuwe ontwikkelingen en te actualiseren bestemmingsplannen.

Aanleiding

Het Stadshart, Botter, 't Lelycentre en Warande. Dit zijn een aantal gebieden waar de ontwikkeling van detailhandel een rol speelt of gaat spelen. Deze gebieden maken allemaal onderdeel uit van de 'bloemkoolstructuur' zoals we die kennen in Lelystad. Elke buurt of wijk heeft haar eigen winkelconcentratie zodat eenieder op korte afstand zijn of haar boodschappen kan doen. Maar niet alleen dat, het winkelcentrum is op deze manier ook een ontmoetingsplek in de wijk geworden.

Het detailhandelsbeleid heeft tot nu toe altijd die structuur vastgehouden. In de loop der tijd zijn er nieuwe concentraties toegevoegd of zijn bestaande winkelgebieden geherstructureerd of gesaneerd. Dit alles ten behoeve van een goed functionerende detailhandelstructuur. Echter, In diezelfde periode heeft de markt niet stil gestaan. Trends en ontwikkelingen volgen elkaar in rap tempo op, waardoor de geformuleerde beleidskaders al snel niet meer toereikend zijn.

Ook Lelystad heeft niet stil gezeten. De afgelopen paar jaar zijn er in het Stadshart extra winkelmeters toegevoegd en is er een kwalitatieve slag gemaakt. Maar daarmee is het masterplan nog niet uitgevoerd. Nieuwe projecten staan op de rol voor zowel winkels, horeca als leisure. Maar ook het opwaarderen van de openbare ruimte in het bestaande gedeelte. In relatie tot het Stadshart zijn er vragen gesteld over de positie van het Lelycentre. Kunnen deze twee winkelgebieden wel naast elkaar blijven bestaan? Ook op een andere niveau spelen er een aantal zaken, zoals herontwikkeling van Botter centrum, de solitaire supermarkt aan de Voorhof en herstructurering van Boswijk centrum. En hoe ziet straks de detailhandelstructuur in Warande eruit? Mag Batavia Stad uitbreiden en kan Batavia Haven een nieuwe detailhandelsconcentratie worden?

Om al deze vragen te kunnen beantwoorden geeft het huidige beleid niet voldoende handvatten. Een onderzoek naar de distributieve mogelijkheden en het opnieuw tegen het licht houden van de bestaande detailhandelsstructuur zal duidelijkheid verschaffen over de kansen en risico's voor detailhandel in Lelystad waar vraag en aanbod op elkaar zijn afgestemd.

Beoogd effect

Te komen tot een geactualiseerde visie en daarbij horende kaders op het gebied van detailhandel.

Argumenten

1.1. Een deel van de reacties lijdt tot nieuwe inzichten en daarmee aanpassingen in het beleid.
Tijdens de ter inzage legging van het conceptbeleid zijn er reacties ontvangen vanuit diverse belanghebbenden. Deze reacties zijn zeer waardevol en leiden tot nieuwe inzichten op basis waarvan het beleid op onderdelen is aangepast. De reacties zijn kort toegelicht in de bijlage (samenvatting reacties concept Winkelstructuur Lelystad 2020), evenals de manier waarop deze reacties al dan niet zijn verwerkt.

2.1. De raad is bevoegd de visie vast te stellen.

Daar de raad nog geen visie of kaders heeft vastgesteld waarbinnen het beleid uitgewerkt dient te worden, wordt de raad in de gelegenheid gesteld dit alsnog te doen. De nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' wordt ter informatie als bijlage meegestuurd.

3.1. De raad is bevoegd de beleidskaders vast te stellen

Daar de raad nog geen beleidskaders heeft vastgesteld waarbinnen het beleid uitgewerkt dient te worden, wordt de raad in de gelegenheid gesteld dit alsnog te doen. De nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' wordt ter informatie als bijlage meegestuurd.

4.1. De nota 'winkelstructuur Lelystad 2020' is een actualisatie van beide beleidsdocumenten.

De nota bevat zowel de kaders op het gebied van centrumontwikkelingen als kaders op het gebied van detailhandel op bedrijventerreinen. Daarmee is de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' een vervanger voor de nota's 'detailhandel op bedrijventerreinen 2005' en 'detailhandelsnota Lelystad 2001'.

5.1. Het vaststellen van de bestemmingsplannen is tevens een bevoegdheid van de raad.

Kanttekeningen

Beleid voor aan huis verbonden beroepen

In de nota 'Winkelstructuur Lelystad 2020' wordt er verwezen naar het vigerende beleid voor aan huis verbonden beroepen. Echter, momenteel wordt er gewerkt aan globalisering van bestemmingsplannen, waardoor dit beleid wellicht kan veranderen. Hoewel het beleid momenteel als bijlage dient in de nota, moet er dus wel rekening gehouden worden met eventuele wijzigingen.

Peildatum distributie planologisch onderzoek (dpo)

De cijfers welke gebruikt zijn in het dpo zijn afkomstig uit het jaar 2009. De feitelijke cijfers anno 2010 wijken echter deels af. Wenselijk is om uitbreidingsruimte te berekenen met de feitelijke gegevens, maar omdat er sprake is van een minimaal verschil blijft het dpo uit 2009 gehanteerd. Desalniettemin is een herijking van het dpo voor het Stadshart in 2011, na oplevering van de rabobanklocatie, gewenst.

Communicatie

Zowel interne als externe partijen zijn betrokken geweest bij de totstandkoming van het beleid. Er heeft in het begin een consultatieronde plaatsgevonden. Tussentijds is opnieuw gevraagd aan belanghebbenden om te reageren op het concept detailhandelsbeleid. Hierop zijn enkele reacties ontvangen welke deels zijn verwerkt in de nota.

Er wordt een informatiebijeenkomst georganiseerd voor zowel ondernemers als overige belanghebbenden wanneer er door de raad vastgesteld beleid ligt. Vooruitlopend op deze bijeenkomst worden het collegebesluit, de samenvatting van de reacties en het beleid naar de diverse ondernemersverenigingen en overige partijen, die zijn geconsulteerd of hebben gereageerd, gestuurd.

Verder zal de vaststelling van het beleid via de Stadshart nieuwsbrief en een openbare bekendmaking in de Flevopost gecommuniceerd worden. Een concept persbericht is tevens toegevoegd.

Concept Publicatie



.. 2010, FLEVOPOST

OPENBARE BEKENDMAKING

Burgemeester en Wethouders maken bekend dat op ..2010 besloten is de 'Winkelstructuur Lelystad 2020' aan de raad voor te leggen. Deze ligt vanaf ..2010 voor een periode van zes weken ter inzage in de Stadswinkel op de Meent en is tevens beschikbaar op <http://www.lelystad.nl/ondernemersbeleid>.

Voor nadere informatie kan desgewenst contact op worden genomen met mevrouw L. Evers, afdeling Economie & Vastgoedontwikkeling van de gemeente Lelystad, doorkiesnummer 0320-278787 of L.evers@lelystad.nl.



College stelt raad voor om nieuwe detailhandelvisie vast te stellen

Gemeente Lelystad heeft de afgelopen tijd gewerkt aan een nieuw detailhandelsbeleid. Dit beleid moet handvatten geven voor toekomstige ontwikkelingen. Zo spelen er een aantal zaken in het Stadshart, het Lelycentre, maar ook de Botter en de nieuwe woonwijk Warande. Het college gaat de raad daarom voorstellen om de kaders van de nieuwe visie vast te stellen ten aanzien van de detailhandel in Lelystad.

Lelystad zet in op een evenwichtige voorzieningenstructuur, waarbij de verschillende winkelgebieden complementair zijn en ieder een eigen taak binnen de structuur vervult. Kwaliteit gaat boven kwantiteit en nieuwe ontwikkelingen leveren altijd een bijdrage aan de verbetering van de winkelstructuur. Open staan en ruimte bieden voor de dynamiek in de detailhandel en het accommoderen van schaalvergroting leiden tot een sterkere concurrentiepositie en opent de deuren naar een sterkere bovenregionale functie. Echter, altijd centraal moeten de begrippen leefbaarheid en levensvatbaarheid staan.

Om te komen tot deze visie zijn er een aantal uitgangspunten in het beleid opgenomen, waaronder:

- Het versterken van vooral de lokale verzorgingsfunctie van het voorzieningsapparaat als geheel en het Stadshart in het bijzonder.
- Het versterken van de bovenlokale aantrekkingskracht van Palazzo.
- Streven naar een ondersteunend cluster voor perifere detailhandel met een lokale verzorgingsfunctie.
- Het versterken van de bovenregionale en unieke functie van Batavia Stad.
- Streven naar een duurzame aanbodstructuur, bestaande uit ook op langere termijn levensvatbare, elkaar aanvullende winkelgebieden. Waar mogelijk moet synergie tussen centra worden opgezocht.

Een belangrijk uitgangspunt is de detailhandelsstructuur, zodat elk winkelgebied een eigen profiel en taak krijgt. Zo vormt het koopmotief een belangrijk fundament voor toekomstige ontwikkelingen, evenals het verzorgingsgebied. Ontwikkelingen die het recreatief winkelen ondersteunen, behoren in eerste instantie in het Stadshart een plek te krijgen. In diezelfde lijn worden aanvragen voor laagfrequente aankopen ondergebracht op Palazzo of de daarvoor aangewezen bedrijventerreinen.

Noot voor de redactie: Voor meer informatie over het persbericht kunt u contact opnemen met Elaine Bezemer, communicatieadviseur gemeente Lelystad, telefoonnummer 0320-278269/06-21590259 of per e-mail e.bezemerkoopman@lelystad.nl