

RETAILVISIE CENTRUM OOSTERBEEK

14 JUNI 2021



CENTRUM OOSTERBEEK

14 JUNI 2021

Status:
Definitief

Datum:
14 juni 2021

Een product van:
Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Winkelen
Lieke Korthout MSc
Drs. Toine Hooft

Voor meer informatie: Drs. Toine Hooft, th@stedplan.nl

Review:
Dr. Aart Jan van Duren

In opdracht van:
Gemeente Renkum en Rialto Vastgoedontwikkeling B.V.



Projectnummer: 20200322
Referentie: 20200322 Oosterbeek Centrum Retailvisie_140621

INLEIDING EN SAMENVATTING	7
1 CENTRUM OOSTERBEEK IN BEELD EN CIJFERS	11
1.1 HET (WINKEL)AANBOD	
1.2 DE CONSUMENT	
1.3 INTRODUCTIE LEEFSTIJLEN	
2 FUNCTIONEREN EN PERSPECTIEF CENTRUM OOSTERBEEK	18
2.1 HUIDIG FUNCTIONEREN	
2.2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	
2.3 HET PERSPECTIEF	
3 SPECIFICATIE MARKTMOGELIJKHEDEN	25
3.1 DETAILHANDEL	
3.2 OVERIGE (PUBLIEKS)FUNCTIONIES	
3.3 CONCLUSIES MARKTMOGELIJKHEDEN	
4 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL ONTWIKKELKADER	30
4.1 REFLECTIE OP AFBAKENING CENTRUM	
4.2 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL WENSBEELD	
4.3 ONTWIKKELLOCATIE ABN AMRO PAND	
4.4 ADVIES INVULLING OVERIGE STRATEGISCHE ONTWIKKELLOCATIES	
BIJLAGE 1 DEFINITIES	
BIJLAGE 2 DISTRIBUTIEVE TOETS	

INLEIDING EN SAMENVATTING

De gemeenteraad heeft op 27 mei 2020 de Ruimtelijke visie Centrum Oosterbeek vastgesteld. In de ruimtelijke visie wordt ingezet op:

- een compact winkelgebied met herkenbare Oosterbeekse grandeur;
- twee herkenbare en karakteristieke hotspots - het Raadhuisplein en Plein1946/Weverstraat -, waarbij aan het Raadhuisplein meer publieksvoorzieningen gewenst zijn; en
- het toevoegen van woningen.



FIGUUR 1 WEERGAVE VAN DE RUIMTELIJKE VISIE CENTRUM OOSTERBEEK

Bron: Ruimtelijke visie Centrum Oosterbeek april 2020

Het centrum van Oosterbeek kent met een aantal panden die leeg staan of op de nominatie voor herinvulling of herontwikkeling, zoals het voormalig pand van ABN Amro aan het Raadhuisplein. Rialto Vastgoedontwikkeling B.V. heeft voor het ABN Amro pand een concreet verzoek ingediend voor herontwikkeling.

De gemeente Renkum en Rialto Vastgoedontwikkeling hebben Bureau Stedelijke Planning gevraagd een verdiepende retailanalyse en -visie te maken voor, in aanvulling of als oplegger op de ruimtelijke visie. In deze retailvisie is het ruimtelijk-functioneel wensbeeld voor Oosterbeek Centrum geschetst, als ook voor de belangrijke strategische (ontwikkel)locaties, het ABN Amro-pand voorop. De retailvisie fungeert als spoorboekje voor de verdere ontwikkeling van Centrum Oosterbeek. Met als doel inwoners en bezoekers een attractief en levendig centrum te bieden, waar (lokale) ondernemers een goede boterham kunnen verdienen.

UITKOMSTEN IN EEN NOTENDOP >>

Unieke propositie Centrum Oosterbeek: hoge bestedingskracht, gevarieerd aanbod in een fraai decor

Centrum Oosterbeek neemt een unieke positie in de regio in.

- De bestedingskracht is hoog; het gemiddelde inkomen ligt maar liefst 32% boven het landelijk gemiddelde.
- Het (winkel)aanbod in het centrum is omvangrijk voor een plaats van deze omvang en functie, gevarieerd, met lokale ondernemers - de 'coleur locale' - die het verschil maken.
- Dit alles in een fraai decor: historische en karakteristieke panden, met veel groen.

Centrum Oosterbeek functioneert naar behoren, maar dient te anticiperen op toekomstige ontwikkelingen

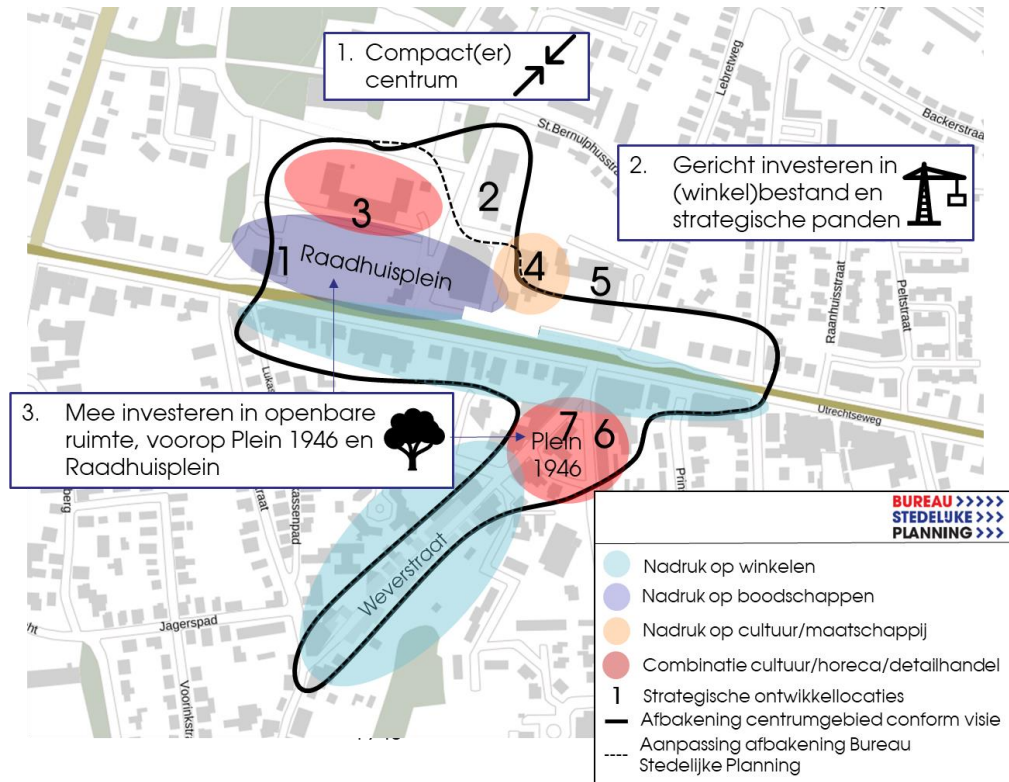
Centrum Oosterbeek presteert alleszins redelijk, zo blijkt uit eerdere analyses zoals Koopstromen, corona en vooruitzichten in de regio Arnhem-Nijmegen (januari 2021) en navraag bij retailers. Maar, er is wel wat aan de hand. Centrum Oosterbeek is uiteraard ook gevoelig voor:

- de coronacrisis, en daarmee gepaard gaande lock down en gedwongen sluiting van non-food winkels, diensten, cultuur en horeca;
- al langer lopende trends, zoals internetwinkelen, die in coronatijd een versnelling heeft gekregen, en;
- daarmee het risico op oplopende leegstand.

Gezamenlijk investeren loont!

Dat vraagt dat gemeente en vastgoedpartijen in actie komen en gezamenlijk investeren, om zo het bijzondere karakter en unieke positie van Centrum Oosterbeek te waarborgen. Concreet:

1. Een **compact(er) centrum**, met daarbuiten geen winkels, en daarbinnen optimalisatie van het winkelbestand (de supermarkten en enkele niches als woonaccessoires/cadeau, bloemist/tuin, en vintage en/of design woonwinkel of antiekzaak) en **meer accent op niet-winkelfuncties**, zoals:
 - a. (bijzondere) horecaconcepten als een barista bar, grand café, de betere ijssalon of lunchroom, en gemende concepten (blurring, traiteur, verkoop)
 - b. ambacht en diensten (terug) in de winkelstaat
 - c. kunst, cultuur en ontspanning, waarbij verplaatsing van het filmhuis en bibliotheek naar meer prominente plek in het centrum past
 - d. wonen boven winkels, (flexibele) werkplekken en maatschappelijke functies
2. Gericht investeren in het **(winkel)bestand en strategische (ontwikkelings)panden**. Het primaat ligt hiervoor bij vastgoedpartijen, waarbij de gemeente de kaders schetst.
3. Het mee-investeren van de gemeente in de **openbare ruimte, het Raadhuisplein en Plein1946/Weverstraat voorop**, met een hoogwaardige verblijfskwaliteit en herkenbare Oosterbeekse grandeur.



FIGUUR 2 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL WENSBEELD EN ADVIES CENTRUM OOSTERBEEK: DE JUISTE FUNCTIE OP DE JUISTE PLEK

Bron: Bureau Stedelijke Planning

ABN Amro de locatie voor supermarktontwikkeling

Er zijn, naast de herkenbare en karakteristieke hotspots - het Raadhuisplein en Plein1946/Weverstraat -, een zevental strategische (ontwikkel)locaties, die met een juiste invulling een extra impuls aan het centrum geven. Een daarvan is het voormalig ABN Amro-pand aan het Raadhuisplein. Het Raadhuisplein is het belangrijkste bronpunt van parkeren. Deze locatie leent zich daarmee voor de toevoeging van een (extra) supermarkt. De supermarkt zorgt voor een grote en continue klantenstroom, waar ook de andere centrumondernemers van meeprofiteren. Het voormalig ABN Amro-pand is de enige locatie waar de supermarkt nu aan het Raadhuisplein kan landen. Omdat er geen ruimte is voor een vijfde supermarkt in Oosterbeek, maar wel voor optimalisatie van een van de bestaande supermarkten tot een full-service supermarkt, betreft het een verplaatsing en uitbreiding van een van de supermarkten gelegen aan de Utrechtseweg (Coop of Aldi). Alternatieve functies hebben veel minder spin-off en doen geen recht aan de ambities van het Raadhuisplein als hotspot.

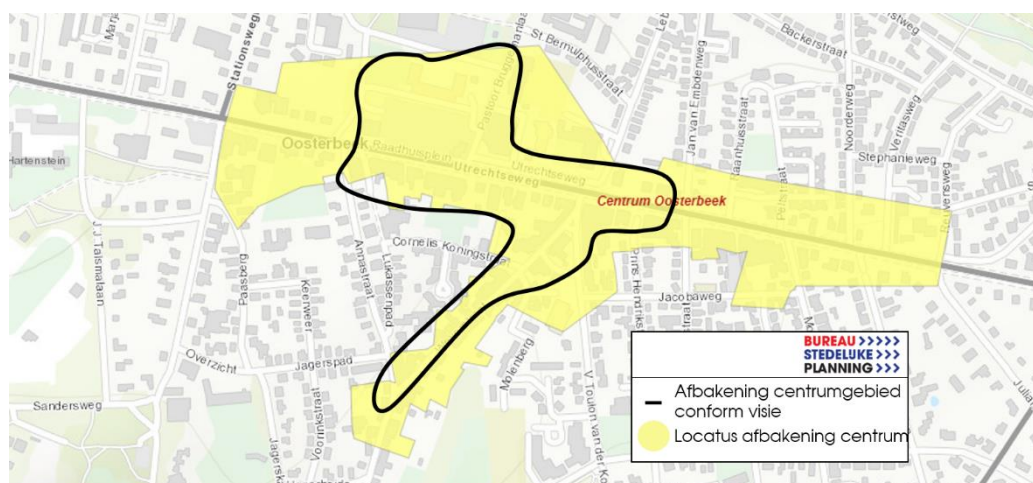
Een supermarkt aan het Raadhuisplein brengt een grote en continue klantenstroom met zich mee waar de rest van het plein en de andere centrumondernemers van kunnen profiteren. Deze stroom is bij vestigen van een supermarkt groter en constanter dan bij het vestigen van een andere publieksvoorzieningen. Naast de supermarkt zijn nog meer publieksvoorzieningen aan het Raadhuisplein gewenst om het plein te activeren tot hotspot en ontmoetingsplek, nabij de supermarkt, de plint van het gemeentehuis en aan de randen en op het plein.

Het is een uitdaging om de functionaliteit (bronpunt parkeren) te combineren met de fun (beleving, ontmoeting, groen), maar hiervoor zijn wel goede voorbeelden in het land te vinden.

1 CENTRUM OOSTERBEEK IN BEELD EN CIJFERS

In dit eerste hoofdstuk zijn de feiten en cijfers van Centrum Oosterbeek gepresenteerd.

N.B.: Bij de beschrijving en analyse van het (winkel)aanbod is uitgegaan van de cijfers en afbakening van Locatus, de belangrijkste leverancier van winkelvastgoeddata in Nederland. Locatus hanteert een iets ruimere afbakening voor het centrum van Oosterbeek, zie onderstaande afbeelding. Alle gebruikte cijfers (niet alleen de data van Locatus, maar ook koopstroomgegevens) en analyses hebben dan ook betrekking op deze (ruimere) afbakening van Centrum Oosterbeek door Locatus.



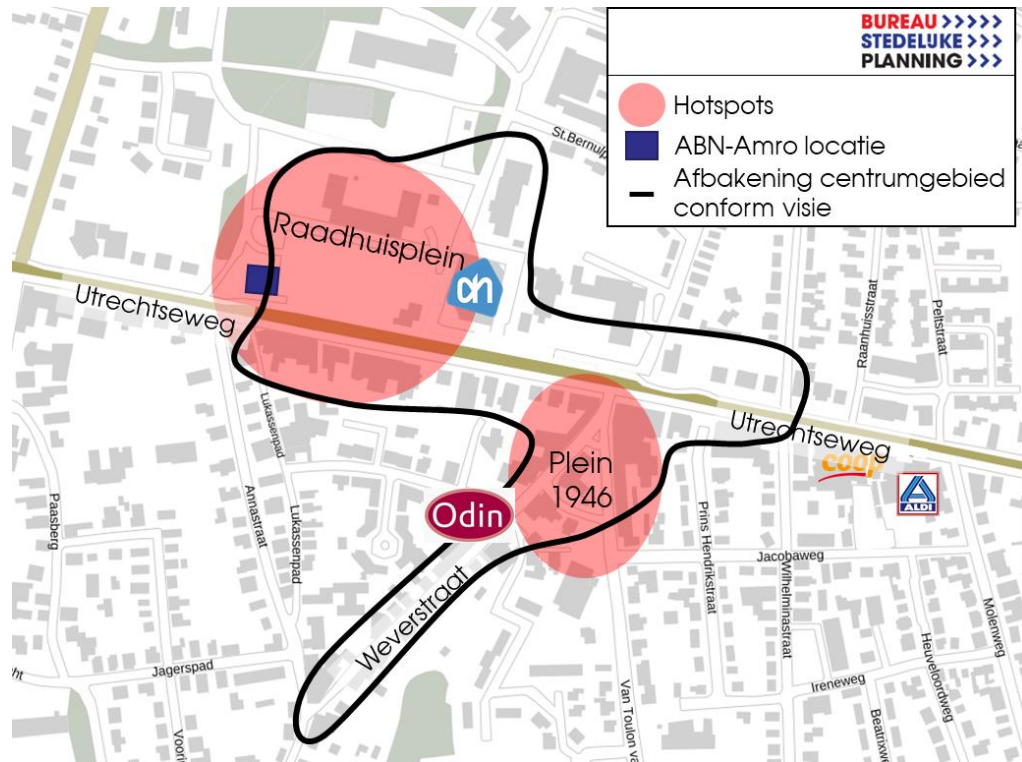
FIGUUR 3 AFBAKENING CENTRUM LOCATUS EN CENTRUMVISIE

Bron: Ruimtelijke visie Centrum Oosterbeek en Locatus

1.1 HET (WINKEL)AANBOD

Oosterbeek is gelegen in de gemeente Renkum, ten westen van de stad Arnhem. Het centrum van Oosterbeek bestaat uit twee delen, een deel gelegen aan de noordkant van de Weverstraat en het aangrenzende deel van de Utrechtseweg. De supermarkten Albert Heijn, Coop en Aldi zijn alle drie gesitueerd aan de Utrechtseweg. Supermarkt Odin is tevens in Oosterbeek gevestigd in de Weverstraat. De Weverstraat huisvest daarnaast kleinere speciaalzaken en horecagelegenheden.

In onderstaand figuur is Centrum Oosterbeek, de supermarktstructuur, en de afbakening (conform de ruimtelijke visie) van het centrumgebied en de twee hotspots - het Raadhuisplein en Plein 1946 - uit de ruimtelijke visie te zien.

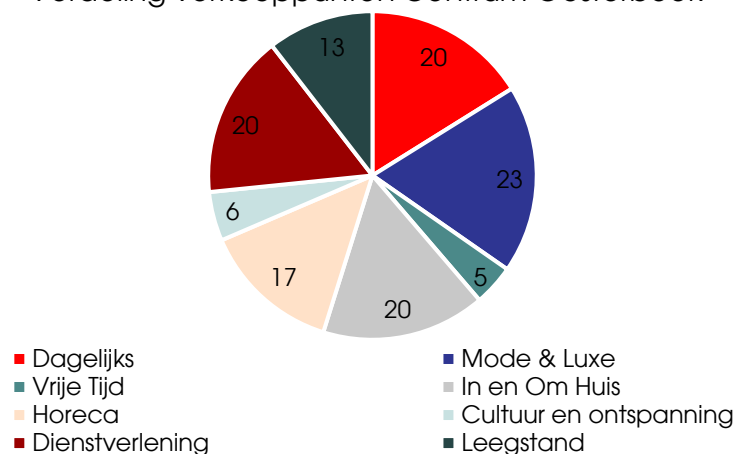


FIGUUR 4 CENTRUMGEBIED OOSTERBEEK O.B.V. RUIMTELIJKE VISIE CENTRUM OOSTERBEEK

Bron: Achtergrondkaart: PDOK; Informatie: Ruimtelijke visie Centrum Oosterbeek; Bewerking: Bureau Stedelijke Planning

Centrum Oosterbeek heeft 127 verkooppunten in de consumentgerichte voorzieningen (inclusief leegstand).¹ Van het aanbod in Centrum Oosterbeek is 23% onderdeel van een filiaal, wat lager is dan gemiddeld in de benchmark (30%). Dit duidt op een onderscheidend aanbod², wat ook onderschreven wordt door diverse stakeholders in het gebied.

Verdeling verkooppunten Centrum Oosterbeek



FIGUUR 5 VERDELING VERKOOPPUNTEN IN CENTRUM OOSTERBEEK (IN BIJLAGE 1 ZIJN DEFINITIES WEERGEGEVEN)

Bron: Locatus maart 2021 (meeste data betreffen mei 2020), bewerking Bureau Stedelijke Planning

¹ Bron: Locatus bronbestand veldwerkdatum mei 2020

² Bron: Vitaliteitsbenchmark Gelderland: Oosterbeek in beeld

DETAILHANDEL >>

Supermarkten

In het centrum van Oosterbeek zijn drie reguliere supermarkten gevestigd, te weten Albert Heijn, Aldi en Coop. Daarnaast is er een Odin supermarkt in het centrum gevestigd, die een meer specialistisch karakter heeft (kleinschalige biologische supermarkt). Het aanbod aan supermarkten in Oosterbeek is hiermee complementair te noemen: het vult elkaar aan.

Detailhandel overig dagelijks en niet-dagelijks

Naast een aantrekkelijk dagelijks aanbod met vier supermarkten en diverse speciaalzaken (o.a. Jantien Timmer en de Notenwinkel), heeft het centrum van Oosterbeek ook een vrij gevarieerd niet-dagelijks aanbod. Het niet-dagelijks aanbod bestaat uit de bekende ketens (zoals Hema en Blokker) maar tevens uit een ruim aanbod lokale ondernemers die het centrum kleuren (o.a. kledingzaak Noah, Be One en Skins Cosmetics). Dit niet-dagelijkse aanbod is niet compleet maar wel heel attractief vanwege het gevarieerde aanbod met krachtige lokale ondernemers. Voor de grote niet-dagelijkse aankopen kan de consument naar Arnhem Centrum.

OVERIGE PUBLIEKSVOORZIENINGEN >>

Naast detailhandel kent Centrum Oosterbeek ook overige publieksvoorzieningen³. Zo is aan het einde van de Weverstraat Filmhuis Oosterbeek gevestigd en zijn er diverse horecagelegenheden en dienstverleners in het centrum gevestigd. In de ruimtelijke visie wordt horeca vaak benoemd als een publiekstrekkende functie die de hotspots (Plein 1946 en Raadhuisplein) kan versterken.

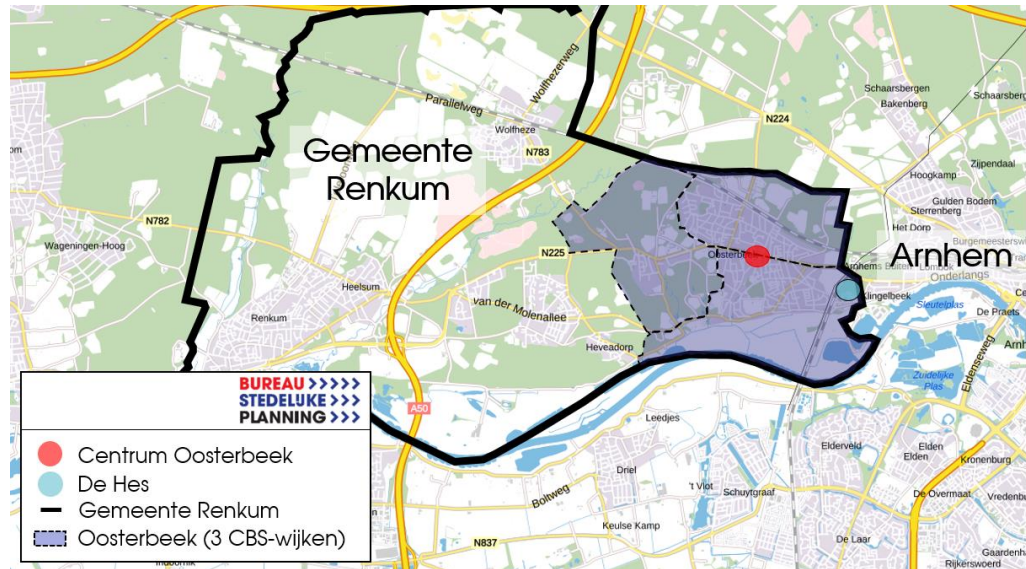


LINKS: ALBRICHT KUNSTGALERIE (UTRECHTSEWEG) RECHTS: FILMHUIS OOSTERBEEK (WEVERSTRAAT)

³ Onder overige publieksvoorzieningen verstaan wij horeca, dienstverlening en leisure (cultuur en ontspanning). Voor definities van deze categorieën, verwijzen wij naar Bijlage 1.

1.2 DE CONSUMENT

Uit koopstroomgegevens (zie ook volgend hoofdstuk) en klantenherkomstgegevens blijken de retailvoorzieningen de helft van de omzet uit Oosterbeek zelf te trekken (onderstaande 3 CBS-wijken, zijnde het primair verzorgingsgebied) en is een aanzienlijke toevloeiing, vooral vanuit Arnhem Noord en de overige wijken in de gemeente Renkum (secundair verzorgingsgebied).



FIGUUR 6 GEMEENTE RENKUM EN OOSTERBEEK

Bron: Achtergrondkaart: PDOK; bewerking: Bureau Stedelijke Planning

- In Oosterbeek wonen circa 11.300 inwoners, dit is 36% van het totale aantal inwoners van de gemeente Renkum.
- De leeftijdsopbouw van de inwoners van Oosterbeek wijkt af van de gemiddelde leeftijdsopbouw van Nederland. Gemiddeld wonen er meer ouderen in Oosterbeek. Circa 30% van het aantal inwoners is 65+, waar dit in Nederland 19% is. Het aandeel 45 tot 65-jarigen ligt ook hoger.
- De inwoners van Oosterbeek zijn overwegend welvarend. Gemiddeld verdient een inwoner van Oosterbeek 32% meer dan landelijk en 14% meer dan een gemiddelde inwoner van de gemeente Renkum.

	INW.	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	%65+	HH GROOTE	GEM. INK. PER INW.
Oosterbeek*	11.325	16	9	15	30	30	2,1	€ 33.900
Gemeente Renkum	31.419	14	9	18	31	28	2,1	€ 29.700
Nederland		16	12	25	28	19	2,1	€ 25.700

TABEL 1 DEMOGRAFISCHE KENMERKEN (*OP BASIS VAN 3 CBS-WIJKEN OOSTERBEEK WEST, OOSTERBEEK ZUIDOOST EN OOSTERBEEK NOORDOOST)

Bron: CBS Statline 2020, inkomen betreft 2017 (meest recente gegevens)

BEVOLKINGSPROGNOSE EN WONINGBOUW >>

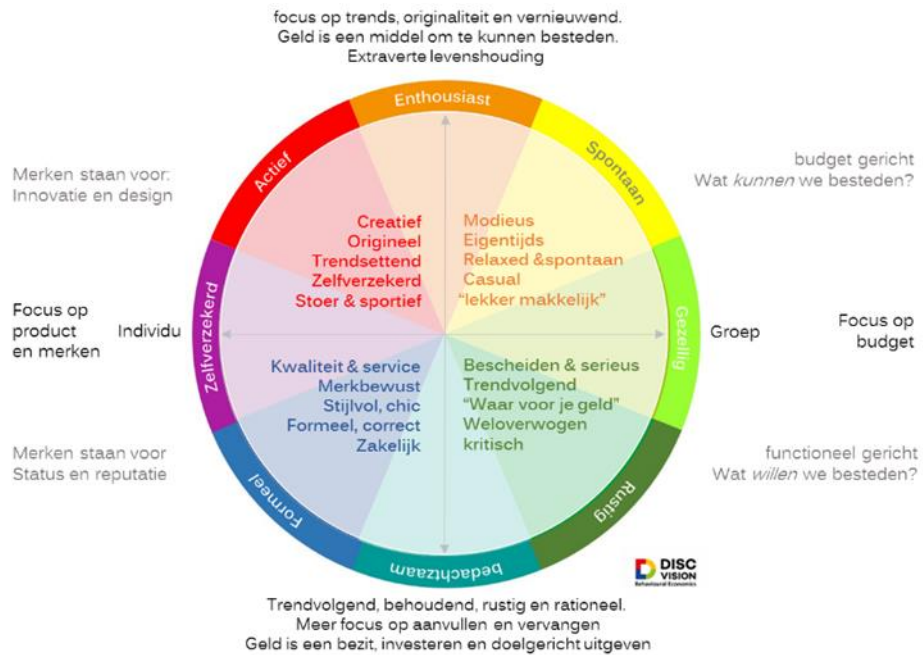
- Het aantal inwoners van de gemeente Renkum zal conform de bevolkingsprognoses van Primos⁴ afnemen tot 30.820 inwoners in 2030. Dit is een afname van bijna 2% in 10 jaar. Deze afname is ongeveer vergelijkbaar met de voorspelde afname de regionale bevolkingsontwikkeling prognose van de provincie Gelderland. Er zijn geen prognoses bekend op het niveau van Oosterbeek.
- Echter, het Rijk, de provincie Gelderland en achttien gemeenten in de regio Arnhem-Nijmegen hebben in de Woondeal Arnhem-Nijmegen vastgelegd om samen snel meer woningen te bouwen. Ruim 20.000 woningen moeten er bijkomen tot 2025.⁵ Er zijn grootschalige complexe gebiedsontwikkelingen, stadsvernieuwingen en versnellingslocaties aangewezen. Twee locaties zijn gelegen in de gemeente Renkum: Doorwerth centrum en De Hes (gelegen aan de rand van Oosterbeek en Arnhem). Deze locaties bieden kansen om op korte termijn (2025) meer woningen te bouwen. Dat maakt dat van bevolkingskrimp vermoedelijk (nog) geen sprake is. In de ruimtelijke visie Centrum Oosterbeek is daarnaast de ambitie uitgesproken om woningen toe te voegen in het centrum van Oosterbeek.

1.3 INTRODUCTIE LEEFSTIJLEN

Een interessante en andere invalshoek om de consument te karakteriseren is de leefstijlbenadering. We gebruiken hiervoor het DISC-model van DISCvision. Dit model gaat uit van vier kwadranten van waaruit mensen opereren. De verdeling van de kwadranten loopt horizontaal van extrovert naar introvert en verticaal van individueel gericht naar groepsgericht. Zodanig ontstaan vier hoofdgroepen die ieder heel specifieke leefstijlkenmerken vertegenwoordigen en worden aangeduid door de kleuren: geel, groen, blauw en rood. Een verdere leefstijldetaillering wordt gemaakt aan de hand van acht klanttypen.

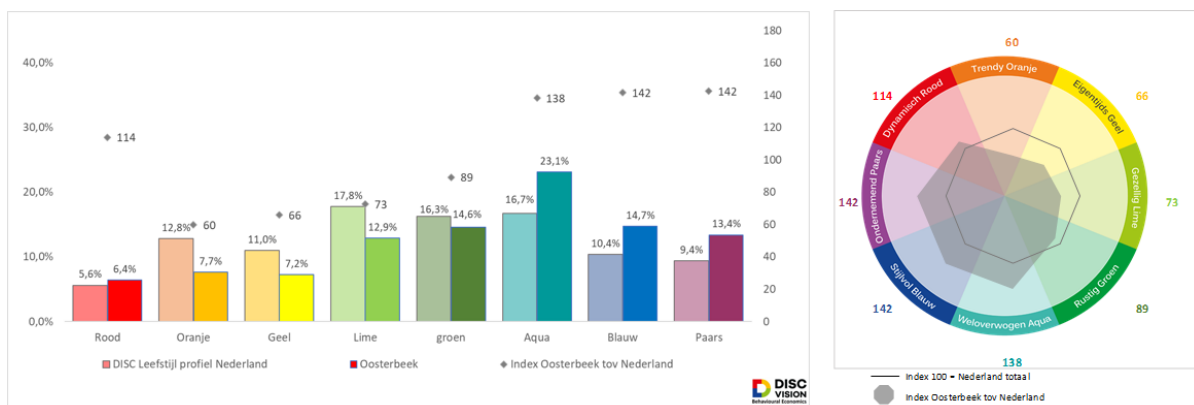
⁴ Bron: <https://primos.abfresearch.nl/jive>

⁵ Bron: <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2020/03/04/snel-20.000-woningen-erbij-door-woondeal-arnhem-nijmegen>



FIGUUR 7 DISC-MODEL MET ACHT KLANTTYPEN
Bron: DISCVision 2021

De belangrijkste doelgroepen in Oosterbeek zijn Aqua (23,1% van de populatie), gevolgd door Blauw, Groen en Paars. In vergelijking met het Nederlands gemiddelde (index NL = 100) springen de volgende drie leefstijlen eruit: Paars (index 142), Blauw (index 142) en Aqua (index 138). De Paarse doelgroep is gefocust op producten en merken en zij hechten waarde aan een goede maatschappelijke positie en willen vernieuwd zijn. Ze hebben vaak de nieuwste en innovatieve producten. De Blauwe leefstijl is vrij merkbewust en stijlvol. De Aqua leefstijl is meer volgend, terwijl de Rode leefstijl echte trendsetters zijn.

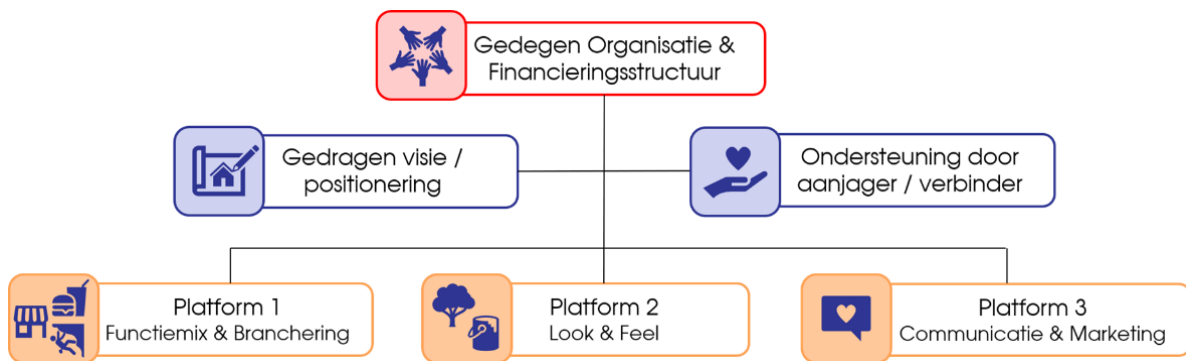


FIGUUR 8 LEEFSTIJLEN OOSTERBEEK
Bron: DISCVision 2021 (het percentage betreft de totale populatie, de index de afwijking van het Nederlands gemiddelde (NL=100))

In de verdere positionering van Centrum Oosterbeek raden we aan (nog) meer de nadruk te leggen op Blauwe en bovenal Paars. Trefwoorden: ondernemend, stijlvol, de nieuwste en innovatieve producten, merkbewust en een goede

maatschappelijke positie. Deze propositie is ook interessant voor Aqua, die vaak een voorbeeld nemen aan Blauw en Paars. Een dergelijke propositie dient verder uitgewerkt te worden in de functie- & branchemix, look & feel (openbare ruimte en gevelbeeld) en marketing & promotie om het winkelgebied verder te versterken (zie onderstaand figuur).

Een vereende krachtinspanning van zowel eigenaren, ondernemers én de gemeente op alle fronten (Functiemix & branchering, look & feel en communicatie & marketing) resulteert in een krachtig winkelgebied.



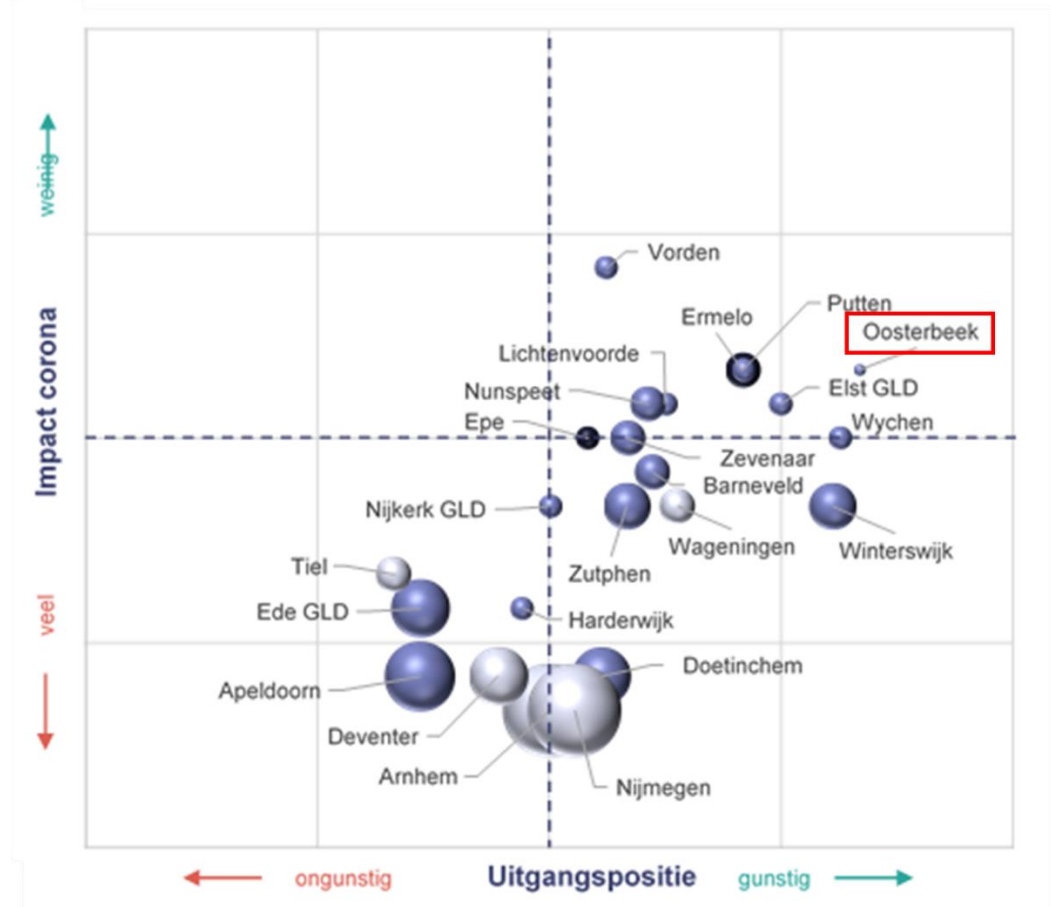
FIGUUR 9 ONTWIKKELMODEL CENTRUM OOSTERBEEK

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Deze twee panden zullen dan niet langer aangegeven worden als (structurele) leegstand.⁶

B. VERGELIJKING GELDERSE WINKELGEBIEDEN >>

Corona heeft impact op winkelgebieden door heel Nederland, dit geldt ook voor Oosterbeek. I&O Research heeft in 2021 een corona-oplegger winkelgebieden gemaakt voor de provincie Gelderland waar de impact van corona op winkelgebieden en het perspectief van deze gebieden wordt geschetst⁷.



FIGUUR 11 BOLLENMATRIX O.B.V. CORONA-OPLEGGER
Bron: I&O Research

Het perspectief voor Centrum Oosterbeek is goed in vergelijking tot de benchmark (middelgrote centrumgebieden in Gelderland). De uitgangssituatie is positief: de leegstand is relatief laag, Oosterbeek is relatief toeristisch en er is sprake van een relatief hoge vloerproductiviteit in vergelijking met de benchmark. Daarnaast ondervindt Oosterbeek Centrum weinig impact van de coronacrisis. Dit heeft meerdere oorzaken: het aandeel vierkante meters winkelruimte in mode is lager

⁶ Omdat tijdens schrijven van dit rapport de panden nog niet in ontwikkeling waren worden ze in dit rapport nog aangegeven als vallend onder structurele leegstand.

⁷ Bron: Corona-oplegger winkelgebieden Gelderland, uitgangssituatie, corona-impact en perspectief januari 2021 I&O Research

dan gemiddeld (19%), het winkelvloeroppervlak voor de dagelijkse sector is hoger dan gemiddeld en de gemiddelde oppervlakte van een winkel is daarnaast lager dan gemiddeld. Centrum Oosterbeek is ook een kleiner centrum, die vaker bezocht werden gedurende de coronacrisis. Alle aspecten maken dat het vooruitzicht voor Centrum Oosterbeek volgens I&O de komende vijf jaar gunstig is.

C. BENCHMARK VERGELIJKBARE DORPSKERNEN >>

In vergelijking met plaatsen van soortgelijke omvang in de regio (zoals Renkum en Westervoort) en plaatsen met een enigszins vergelijkbare signatuur (qua inwoneraantal en profiel en nabijheid van een grote stad, zoals Haren (Gr.), Bunnik, Son, Laren, Vught, Badhoevedorp, Ulvenhout, Bergen (NH) en Blaricum) valt het volgende op:

- Er zijn nauwelijks winkels buiten Centrum Oosterbeek gevestigd, in tegenstelling tot de meeste andere benchmarkplaatsen.
- Mede daarom kent het Centrum Oosterbeek een zeer omvangrijk en divers winkelareaal, zowel in dagelijkse als niet-dagelijkse detailhandel, en zowel in aantal verkooppunten als in metrage. Een dergelijke omvang zien we eerder terug in centra van soortgelijke plaatsen die qua inwoneraantal tweemaal zo groot zijn.
- Niet elke referentieplaats huisvest een bibliotheek. Wanneer er een bibliotheek aanwezig is in een referentieplaats, ligt deze vrijwel altijd in het centrumhart. In Oosterbeek ligt de bibliotheek enigszins los van het centrum.
- Het aanbod aan horeca en andere publieksvoorzieningen is ook bovengemiddeld voor een plaats van deze omvang, maar blijft wel achter bij de meeste benchmarkplaatsen met een vergelijkbare signatuur. Hier liggen kansen voor specifieke deelsegmenten.
- Het ontbreekt Centrum Oosterbeek aan een (culturele) (toeristische) trekker, zoals bijvoorbeeld het kunstmuseum. Aanknopingspunten liggen er mogelijk in het thema de Slag om Arnhem, waarvoor Oosterbeek internationaal bekend is (het Airborne Museum en de Airborne Begraafplaats zijn te bezoeken), en de wetenswaardigheid dat het Nederlands eerste kunstenaarskolonie was. Zo zijn in de 19e-eeuwse Bernulphuskerk de kruiswegstaties van schilder Jan Toorop te bezichtigen.
- Vaak is er in het centrum een centraal plein, waar publieksfuncties logischerwijs samenkomen en horeca met terras prominent aanwezig is. In het centrum van Oosterbeek is er een centraal plein: het Raadhuisplein, maar hier staat nu niet de verblijfsfunctie maar de parkeerfunctie voorop.

2.2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

Centrum Oosterbeek functioneert momenteel goed, beter dan de meeste andere vergelijkbare centrumgebieden. Ondanks dat is ook dit centrum niet immuun voor





bepaalde trends en ontwikkelingen in het landelijke retaillandschap. Deze trends en ontwikkelingen zijn uiteengezet in dit hoofdstuk.

CORONACRISIS >>

Het effect in beeld

Het uitbreken van de Coronacrisis in maart 2020 heeft een aantal al eerder in gang gezette trends in de retail op scherp gezet. De ruimtelijke (fysieke) aankopen namen verder af en de consument is in mindere mate georiënteerd op de grote centrale winkelgebieden (binnensteden) en heeft een grotere online koop oriëntatie en koopt dichterbij huis (er wordt minder 'gewinkeld'). De crisis treft juist minder de (kleinere) winkelgebieden die meer gericht zijn op dagelijkse boodschappen en dichterbij huis zijn. Ook wijkcentra en grootschalige concentraties konden tijdens de coronacrisis rekenen op een grotere bezoekersstroom. De grootschalige locaties profiteerden tot de tweede lockdown in december 2020 van de omzetgroei in bouwmarkten, tuincentra en meubelzaken. Alles bij elkaar zijn er in de fysieke detailhandel meer verliezers dan winnaars. De grote vraag is welke effecten na de coronacrisis blijvend zijn, en dus structureel te noemen, en welke effecten zullen verdampen.

WELKE TRENDS KOMEN ER NOG MEER OP RETAILGEBIEDEN AF? >>

TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	
 <p>MIX VAN VOORZIENINGEN In centrumgebieden is er sprake van een afnemend belang van winkelen als bezoekenmotief. Een mix van diverse commerciële functies zoals winkels, horeca, kantoren en leisure (in combinatie met maatschappelijke voorzieningen die ruimte bieden aan zorg, onderwijs, sport, kunst en cultuur en buurtvoorzieningen, en woningen) leidt tot dynamiek in een gebied.</p>	 <p>VERNIEUWING EN BLURRING Horeca maakt meer en meer een onderdeel uit van andere sectoren. Anderzijds is er ook binnen de sector sprake van vervaging. Horecagelegenheden mengen verschillende functies of veranderen hun concept naar tijdstip.</p>
 <p>VERDERE TOENAME INTERNET WINKELN Internetwinkelen neemt inmiddels al een groot deel van de non-food bestedingen in. Ook in de dagelijkse sector neemt het aandeel internetbestedingen toe. Door de</p>	 <p>HORECA EN LEISURE ZITTEN IN DE LIFT De jarenlange groei van leisure- en horecavoorzieningen is abrupt gestopt door corona. De verwachting is dat er weer groei is na de coronacrisis.</p>

<p>coronacrisis is dit aandeel alleen maar toegenomen en deze trend zal hierna ook blijven toenemen, zowel in de niet-dagelijkse als in de dagelijkse sector.</p>	
 <p>RUIMTELIJKE KWALITEIT De aanwezigheid van groen en aantrekkelijke ontmoetings- en verblijfsplekken zijn belangrijk voor de sfeer van een gebied met een mix van functies.</p>	 <p>FOOD WINT AAN BELANG Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector in verhouding juist een steeds grotere stempel op (winkel)gebieden.</p>

2.3 HET PERSPECTIEF



FIGUUR 12 DE KRACHT VAN CENTRUM OOSTERBEEK
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Centrum Oosterbeek neemt een unieke positie in de regio in.

- Er is een hoog bestedingspotentieel/koopkracht - het gemiddelde inkomen ligt 32% boven het landelijk gemiddelde.
- Het (winkel)aanbod in het centrum is omvangrijk voor een plaats van deze omvang, gevarieerd, met lokale ondernemers - de 'couleur locale' - die het verschil maken. Dit komt mede door de goede organisatiegraad van de ondernemers (actieve ondernemersvereniging en reclamebelasting).

- Dit alles in een fraai decor: historische en karakteristieke panden, met veel groen.

De kracht van Oosterbeek wordt ook onderschreven door de stakeholders die geconsulteerd zijn tijdens dit onderzoek.

Centrum Oosterbeek trekt ook bezoekers van buiten Oosterbeek. Dit heeft te maken met bovengenoemde punten, die zorgen voor een unieke positie voor Centrum Oosterbeek in de regio. Maar ook het unieke groene karakter rondom Oosterbeek zoals De Veluwezoom en de Stuwwal zijn landschapstrekkers die bezoekers naar Oosterbeek en omgeving trekken.

Centrum Oosterbeek presteert alleszins redelijk, zo blijkt uit eerdere analyses zoals Koopstromen, corona en vooruitzichten in de regio Arnhem-Nijmegen (januari 2021) en navraag bij retailers. Maar, er is wel wat aan de hand. Centrum Oosterbeek is uiteraard ook gevoelig voor:

- de coronacrisis, en daarmee gepaard gaande lock down en gedwongen sluiting van non-food winkels, diensten, cultuur en horeca;
- al langer lopende trends, zoals internetwinkelen, die in coronatijd een versnelling heeft gekregen, en;
- daarmee het risico op oplopende leegstand.

Ook kent Centrum Oosterbeek ook zwakke punten: de openbare ruimte is vrij stenig en onaantrekkelijk, de vrij drukke Utrechtseweg is een barrière in het winkelgebied en sommige beeldbepalende gebouwen in Oosterbeek staan leeg (denk aan de voormalig panden van ABN Amro, Postkantoor en Rabobank). Parkeren is in de ruimtelijke visie en gesprekken niet genoemd als zwak (of sterk) punt van het centrum. Wel is het gewenst om bij nieuwe ontwikkelingen parkeermogelijkheden te creëren, en bovenal de kwaliteit van het parkeren te vergroten, zonder aan functionaliteit in te boeten. Dit geldt overigens niet alleen voor de auto, maar ook andere vervoersmiddelen als de fiets.

Dat vraagt:

- **Scherpe(re) keuzes**, waar wel of geen winkels, waarbij per saldo minder winkels en winkelmeters nodig zijn in de toekomst.
N.B.: Meer woningen in en rondom het centrum zorgt direct voor meer bestedingen en dus draagvlak voor (winkel)voorzieningen. In het centrumhart dient op de begane grond echter terughoudend te worden omgegaan met transformatie naar woningen, om te voorkomen dat grote gaten ontstaan in het winkelbestand. Op de verdiepingen zijn woningen uiteraard wel gewenst.
- **Compact(er) centrum**, met daarbuiten geen winkels, en daarbinnen optimalisatie van het winkelbestand en meer accent op niet-winkelfuncties. Zie hiervoor de marktmogelijkheden het volgende hoofdstuk.

- **Gerichte en gezamenlijke investeringen in het (winkel)bestand/strategische panden én de openbare ruimte.** Het primaat voor investeringen in panden ligt bij de vastgoedeigenaren, waarbij de gemeente de kaders stelt. Het primaat voor investeringen in de openbare ruimte ligt bij de gemeente, het Raadhuisplein en Plein1946/Weverstraat voorop, met een hoogwaardige verblijfskwaliteit en herkenbare Oosterbeekse grandeur. Een sneeuwbaaleffect treedt op als meerdere strategische locaties tot ontwikkeling worden gebracht en gelijktijdig de openbare ruimte aangepakt.

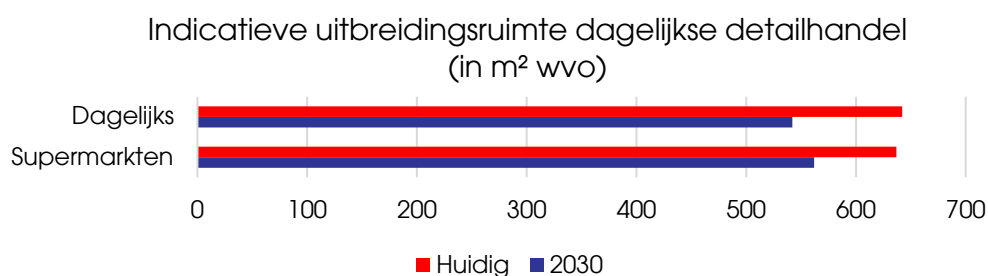
3 SPECIFICATIE MARKTMOGELIJKHEDEN

In dit hoofdstuk is de marktruimte gespecificeerd voor de verschillende publieksvoorzieningen in Centrum Oosterbeek. Voor detailhandel wordt door middel van een distributieplanologische berekening (DPO) in kaart gebracht of er marktruimte is voor uitbreiding van het aanbod. Voor de overige publieksvoorzieningen wordt op basis van dichtheden bekeken wat de marktruimte is.

3.1 DETAILHANDEL

Door middel van een distributieve berekening (DPO) kan zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een indicatieve uitspraak worden gedaan over de ontwikkelmogelijkheden in het detailhandelsaanbod. Uitbreidingsruimte van het aanbod kan worden verklaard door te verwachten groei van het bevolkingsdraagvlak (dus meer bestedingen), door een bovengemiddeld functioneren van het huidig aanbod (hoge vloerproductiviteit) en/of door een groei in ambitie: een hogere maar wel te verantwoorden binding en toevloeiing. Deze factoren kunnen samen resulteren in ontwikkelingsmogelijkheden in het aanbod.

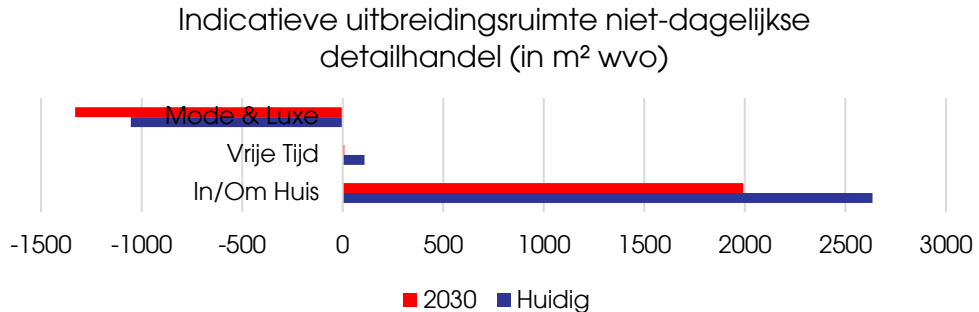
De volledige distributieve toets is opgenomen in Bijlage 2. Hieronder de uitkomsten samengevat voor de dagelijkse sector en de supermarktsector.



FIGUUR 13 UITKOMSTEN DPO DAGELIJKSE DETAILHANDEL
Bron: Bureau Stedelijke Planning

In de dagelijkse sector en supermarktsector zijn er mogelijkheden voor uitbreiding van het aanbod. Met uitbreiding en vernieuwing wordt de attractiviteit van het centrum verhoogt, wat tevens zorgt voor een hogere binding en toevloeiing (meer klanten in het gebied). Dit werkt weer positief uit op de overige detailhandel in het centrum. De uitbreidingsruimte is echter niet zo groot dat er een nieuwe moderne supermarkt gerealiseerd kan worden. Er zijn supermarkten die uit de voeten kunnen met dit metrage, maar juist doordat Oosterbeek nu twee supermarkten heeft met een suboptimale oppervlakte voor een full-service supermarkt, ligt

optimalisatie van het huidige aanbod meer voor de hand. Op deze manier wordt de huidige detailhandelsstructuur versterkt.



FIGUUR 14 UITKOMSTEN DPO DAGELIJKSE DETAILHANDEL
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Door de toename van internetbestedingen zal er in de toekomst minder vraag zijn naar fysieke winkels in de niet-dagelijkse sector.

Niet-dagelijkse detailhandel omvat de branchegroepen Mode & Luxe, Vrije Tijd en In/Om Huis. De koopstromen voor de niet-dagelijkse detailhandel zijn enkel bekend voor de gehele niet-dagelijkse sector, waardoor een vertekend beeld ontstaan wanneer deze een-op-een worden vertaald naar de branchegroepen. De positieve uitkomst voor In & Om Huis is wat overschat (pakt dus iets minder positief uit), terwijl Mode & Luxe waarschijnlijk iets minder negatief is. Dat neemt niet weg dat er beperkt ruimte is voor een enkele toevoeging in de branche In/Om Huis. Denk hierbij aan woonaccessoires/cadeau, bloemist/tuin, en vintage en/of design woonwinkel of antiekzaak. Voor de branche Mode & Luxe moet worden geanticipeerd op een overschot aan meters.

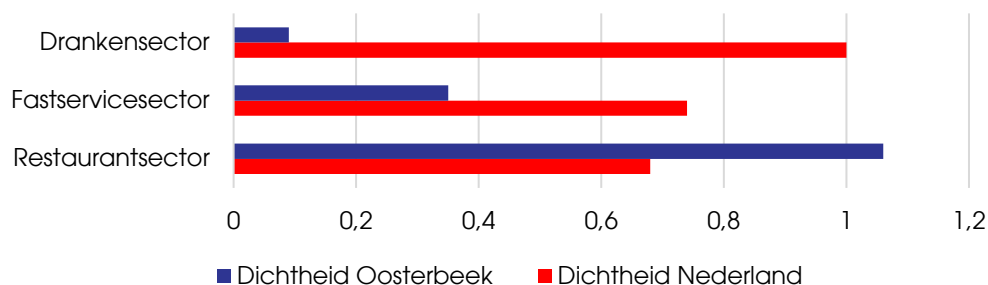
3.2 OVERIGE (PUBLIEKS)FUNCTIONIES

HORECA >>

De behoefte aan horecagelegenheden is berekend door middel van een dichthedenanalyse. Uit deze analyse blijkt dat Oosterbeek (Centrum) een lagere horecadichtheid kent dan gemiddeld in Nederland. De dichtheid in Oosterbeek is 1,5 horecagelegenheden per 1.000 inwoners ten opzichte van 2,4 horecagelegenheden per 1.000 inwoners in Nederland.

Er kan een onderscheid worden gemaakt tussen drie categorieën horeca: de drankensector, fastservicesector en restaurantsector.

Horecadichtheden per sector (aantal vkp per 1.000 inwoners)



FIGUUR 15 HORECADICHTHEDEN OOSTERBEEK EN NEDERLAND

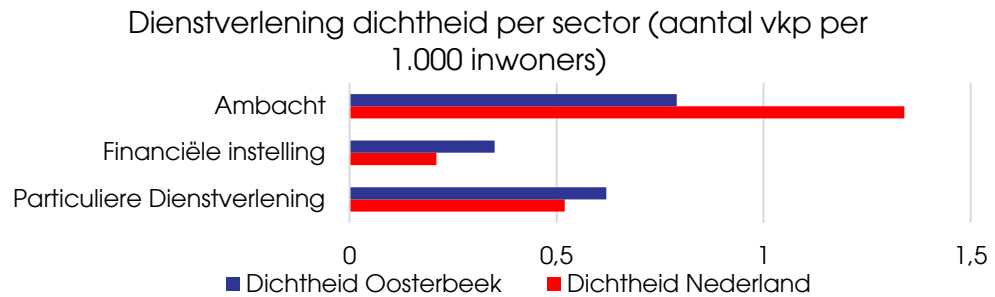
Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. Locatus

De drankensector en fastservicesector zijn ondervertegenwoordigd in Centrum Oosterbeek, de restaurantsector oververtegenwoordigd. Dit biedt mogelijkheden tot uitbreiding van de horecagelegenheden in Centrum Oosterbeek.

Cijfermatig is op basis van de landelijke dichtheden nog ruimte voor circa 4 fastservice horecagelegenheden (zoals lunchrooms en ijssalons) en voor circa 10 horecagelegenheden in de drankensector (zoals een koffiezaak of grand café). Er kunnen naar verwachting daadwerkelijk 5 tot 10 horecagelegenheden worden toegevoegd, circa de helft van de cijfermatige potentie, rekening houdend met de effecten van coronacrisis. Er is, gezien de dichtheden, onder de bewoners van Oosterbeek veel behoefte aan restaurants. Het is daarom denkbaar dat nog enkel (onderscheidend) aanbod in de restaurantsector wordt gerealiseerd gezien de sterke positie van de restaurantsector.

AMBACHT EN DIENSTVERLENING >>

De behoefte aan ambacht en dienstverlening is eveneens geanalyseerd aan de hand van een dichthedenanalyse. Uit de analyse blijkt dat er enige uitbreidingsruimte is voor ambacht, zoals kapsalons, kleermaker, (schoen)reparatie, stomerij, schoonheidsspecialist en dergelijke. Op basis van de landelijke dichtheden is er nog marktruimte voor circa 6 verkooppunten in deze categorie. Deze analyse zegt echter niets over het draagvlak dat in Oosterbeek is voor het vergoten van de ambachtelijke sector.



FIGUUR 16 DICHTHEDEN DIENSTVERLENING OOSTERBEEK EN NEDERLAND

Bron: Bureau Stedelijke Planning

LEISURE >>

De behoefte aan leisure met een (boven)regionale functie (Cultuur en Ontspanning & Vermaak) laat zich moeilijk kwantificeren. De behoefte is namelijk sterk afhankelijk van een concreet initiatief en is locatie- en case specifiek. In algemene zin kan een (culturele) (toeristische) trekker een bijzondere signatuur geven aan het centrum. Denk bijvoorbeeld aan een kunst- of educatief museum. Aanknopingspunten liggen er mogelijk in het thema de Slag om Arnhem, waarvoor Oosterbeek internationaal bekend is (het Airborne Museum en de Airborne Begraafplaats zijn te bezoeken), en de wetenswaardigheid dat het Nederlands eerste kunstenaarskolonie was.

De behoefte aan draagvlakvolgende leisure kan wel worden berekend. Dit betreft voorzieningen met een korte reisbereidheid, zoals fitness. Deze voorziening is gericht op inwoners van de buurt.

INWONERS	GEMIDDELDE DICHTHEID FITNESS (VKP PER 1.000 INW)	MARKTRUIMTE	HUIDIG AANBOD	UITBREIDINGSRUIMTE IN VKP
11.325	0,22	2	3	0

TABEL 2 INDICATIEVE UITBREIDINGSRUIMTE FITNESS IN CENTRUM OOSTERBEEK

Bron: Bureau Stedelijke Planning o.b.v. Locatus

Momenteel zijn er conform Locatus drie fitnessgelegenheden gevestigd in Oosterbeek (met uitzondering van de nichesportscholen), Slimmer Fit XL, Fit & Wellness Center Oosterbeek en de Fitnessloods. Daarnaast zijn er meerdere sportfysio's gevestigd en sportscholen in de nichemarkt (o.a. sportstudio Locomotion en Everyday Fit). Dit maakt dat er in beginsel geen uitbreidingsruimte is voor een extra fitnesscentrum in Centrum Oosterbeek, hooguit een nicheconcept (bijvoorbeeld gecombineerd met sport, fysio, diëtist e.d.). Wanneer het aantal fitnesslocaties daadwerkelijk uitgebreid gaat worden, moet er echter goed gekeken worden naar de benodigde randstructuren (parkeren e.d.) die nodig

zijn voor het realiseren van deze uitbreidingen en of dat deze randstructuren voldoende aanwezig zijn.

WONEN, WERKEN EN MAATSCHAPPELIJKE FUNCTIES >>

Hoewel geen onderdeel van deze retailvisie en derhalve niet geanalyseerd biedt een centrumgebied van een toekomst een veel bredere verscheidenheid aan functies dan alleen detailhandel en andere publieksfuncties. Door onder meer het wonen boven winkels te stimuleren, werkplekken en diverse ambachten terug te brengen in het straatbeeld (al dan niet in hybride concepten), als ook maatschappelijke functies of kunst in panden onder te brengen gaat het centrum nog meer bruisen.

3.3 CONCLUSIES MARKTMOGELIJKHEDEN

FUNCTIE		POTENTIE	AANTAL M ² OF VKP
Detailhandel	Dagelijks	+	550 – 650 m ² wvo
Detailhandel	Niet-Dagelijks	0	Beperkte mogelijkheden In/Om Huis woonaccessoires/cadeau, bloemist/tuin, en vintage en/of design woonwinkel of antiekzaak.
Horeca	Restaurant- en drankensector	++	5-10 verkooppunten, bijzondere concepten zoals barista bar, grand café, de betere ijssalon of lunchroom, en gemende concepten (blurring, traiteur, verkoop)
Dienstverlening	Dienstverlening en ambacht	+	Ca. 6 verkooppunten zoals kapsalons, kleermaker, (schoen)reparatie, stomerij, schoonheidsspecialist en dergelijke
Leisure	Cultuur en ontspanning	+	Kunst en cultuur is verrijking voor centrum. Denk ook verplaatsing filmhuis en/of bibliotheek naar meer prominente plek centrum, of het vestigen van een museum of educatiefcentrum, indien haalbaar.
Overig	Wonen, werken, maatschappelijk		Stimuleren wonen boven winkels, werkplekken en ambachten (hybride concepten), maatschappelijke functies en kunst in panden.

TABEL 3 MARKTMOGELIJKHEDEN VOOR CENTRUM OOSTERBEEK
Bron: Bureau Stedelijke Planning

4 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL ONTWIKKELKADER

In dit hoofdstuk is de ruimtelijke vertaalslag gemaakt naar Centrum Oosterbeek. Er is een reflectie gegeven op de afbakening van het centrumgebied in de ruimtelijke visie, een ruimtelijk-functioneel wensbeeld geschetst en specifiek advies gegeven voor de enkele (strategische) ontwikkellocaties in het centrum geanalyseerd.

4.1 REFLECTIE OP AFBAKENING CENTRUM

Een vitaal centrum voor Oosterbeek vraagt om scherpe keuzes. Het centrum moet voorbereid zijn op de toekomstige ontwikkelingen. Dit begint met het afbakenen van het centrumgebied om het concentreren van winkelfuncties te bevorderen.

De afbakening in de ruimtelijke visie van Centrum Oosterbeek is al veel scherper dan de door Locatus gebruikte afbakening, die veel te ruim is⁸. De ruimtelijke visie heeft de nadruk gelegd op twee belangrijke gebieden: het Raadhuisplein en Plein 1946. De afbakening van het centrumgebied omvat het Raadhuisplein en Plein 1946 en neemt ook een deel van de Utrechtseweg en de Weverstraat mee. De supermarkten Coop en Aldi vallen buiten deze afbakening.

Naar aanleiding van ons onderzoek blijkt dat de afbakening conform de ruimtelijke visie (zie figuur 3) een logische afbakening is van het centrumgebied. Buiten deze afbakening moeten zoveel mogelijk panden getransformeerd worden naar andere functies dan retail. Daarnaast moet worden gekeken naar mogelijkheden om retailers buiten de afbakening te verplaatsen naar leegstaande panden binnen het centrumgebied (een voorbeeld betreft de verplaatsing van een supermarkt naar het ABN Amro-pand, de bibliotheek naar de St. Bernulphus Kerk of het Filmhuis naar het voormalige Postkantoor).

De afbakening, zoals geconstateerd in figuur 3, wordt enkel nog wat aangepast naar aanleiding van de strategische ontwikkellocatie 'Rabobank'. De nieuwe functie van de Rabobank, als wooncomplex, maakt dat het centrumgebied nog iets kan inkrimpen. In de volgende paragraaf wordt deze inkrimping duidelijk en wordt ook gekeken naar de andere strategische ontwikkellocaties en hoe deze in te vullen.

⁸ Locatus geeft aan: De afbakening van winkelgebieden is in de praktijk niet onder strakke definities te vangen. Het is de taak van de buitendienst om de begrenzing van een winkelgebied te bepalen. Onderlinge samenhang van de winkels is hier het belangrijkste uitgangspunt. Als leidraad wordt genomen dat in een winkelgebied: 1) vaste detailhandelsverkoopplaatsen met aaneengesloten fronten voorkomen of, indien dit niet het geval is, 2) verkoopplaatsen incidenteel op minder dan 50 meter van elkaar zijn gelegen of indien ze meer dan 50 meter van elkaar zijn en 3) gelegen synergie voor elkaar hebben c.q. uit het koopgedrag van bezoekers een onderlinge samenhang blijkt.

4.2 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL WENSBEELD



FIGUUR 17 DE JUISTE FUNCTIE OP DE JUISTE PLEK
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Op basis van de positie van Oosterbeek Centrum en de marktanalyses is een globaal beeld geschetst van de (toekomstige) functies van Oosterbeek Centrum. De Weverstraat en het zuidelijk deel van de Utrechtseweg zijn momenteel met name in gebruik door winkels, ook in de toekomst is het reëel dat winkels hier domineren. Het Raadhuisplein is door de aanwezigheid van de Albert Heijn, de grootte hoeveelheid parkeren en het nieuwe initiatief (ABN Amro-pand), het meest geschikt voor bestendiging en versterking van de boodschappenfunctie. Dit in combinatie met een nieuwe, levendigheid brengende invulling van het monumentale raadhuis. De individuele ontwikkellocaties worden besproken in de volgende en laatste paragraaf van dit hoofdstuk.

CONCLUSIE >>

Oosterbeek heeft veel potentie om zowel nu, als in de toekomst, een aantrekkelijk centrumgebied te zijn, met meer dan alleen winkels. Met de nieuwe afbakening van het centrumgebied is de eerste stap naar een compact centrum gezet. De juiste invulling van een aantal strategische ontwikkellocaties zorgen daarnaast voor een levendig centrum.

4.3 ONTWIKKELLOCATIE ABN AMRO PAND

Een van de strategische ontwikkellocaties betreft het ABN Amro-pand aan het Raadhuisplein. In deze paragraaf is beschreven welke (publieks)functie het meeste meerwaarde heeft voor dit pand. De overige ontwikkellocaties worden besproken in de volgende paragraaf.

De ontwikkeling van de ABN Amro-locatie is een belangrijk onderdeel van deze visie. Op deze locatie zijn functies als kantoor, wonen, detailhandel (supermarkt, overig dagelijks en niet-dagelijks), horeca en cultuur mogelijk. Momenteel zijn er voor deze locatie plannen voor de realisatie van een supermarkt. Deze functie sluit het beste aan bij het ABN Amro-pand vanwege:

- Locatie uitgangspunten, gelegen aan een centraal parkeerplein met veel parkeermogelijkheden en prima bereikbaarheid met alle vervoersmiddelen.
- Economische spin off / traffic is groot. Een supermarkt zorgt voor continue klantenstroom, waar andere ondernemers van mee profiteren.
- Ambities, het Raadhuisplein als hotspot en levendig plein en een compacter centrum.

Andere functies zijn hier ook mogelijk, maar sluiten in mindere mate aan op de ambities van de gemeente, hebben een lagere economische spin-off en genereren minder traffic.

Uit de analyses blijkt dat er ruimte is voor optimalisatie van het huidige supermarktaanbod in Oosterbeek, maar niet voor een nieuwe vestiging. In Oosterbeek zijn Aldi en Coop momenteel gelegen buiten de afbakening van het centrumgebied. Beide supermarkten geven aan dat ze suboptimaal gevestigd zijn. De hoofdingang van de winkels zijn gelegen aan de achterzijde van het pand, aan de Jacobaweg. Hierdoor is de zichtbaarheid aan de Utrechtseweg, met name voor Aldi, niet goed. Door de locatie aan de Jacobaweg is de bereikbaarheid tevens niet optimaal, doorgaand verkeer op de Utrechtseweg moet de woonwijk in om de parkeerplekken van de winkels te bereiken. Daarnaast zijn er ook niet voldoende parkeerplekken.

Beide supermarkten hebben een te klein vloeroppervlak voor de maatstaven van een moderne supermarkt. Momenteel is schaalvergroting de trend in de supermarktwereld: er is sprake van enerzijds uitval aan de onderkant (de kleine reguliere, buurt- en dorpsverzorgende supermarkten) en anderzijds opwaardering aan de bovenkant (vergroting/relocatie). Naar de huidige maatstaven zijn full-service supermarkten van minder dan 1.200 m² wvo te klein en hebben een te weinig gedifferentieerd aanbod om aantrekkelijk te blijven voor de consument. De Aldi is 741 m² wvo groot en de Coop heeft een oppervlakte van 723 m² wvo en beide supermarkten zijn hiermee te klein om de consument goed te kunnen bedienen.

Dit maakt dat het voor de hand ligt dat de locatie ABN Amro, ruimte biedt voor een verplaatser die op deze locatie een grotere supermarkt kan realiseren en tevens beter bereikbaar en zichtbaar is. Verplaatsing van de supermarkt resulteert in het compacter maken van het centrum. De verplaatsing van de supermarkt kan echter enkel doorgang vinden als de achter te laten vestiging een nieuwe invulling krijgt niet zijnde supermarkt en er geen leegstand ontstaat. Deze locatie is gelegen in een aanloopgebied, waardoor in principe elke functie mogelijk is maar geanticipeerd dient te worden op een afname van detailhandelsruimte in de toekomst.

Hoewel in de Ruimtelijke visie voor het centrum van Oosterbeek is opgenomen dat het Raadhuisplein een groene ontmoetingsplek moet worden, is hier wel de meeste parkeerruimte aanwezig in het centrum. Dit maakt dat het een logische plek is voor supermarkten. De parkeerplaats is nu stenig, maar kan groener worden gemaakt zodat de uitstraling verbetert. Het verhoogde gemeentehuis, met de verhoogde boulevard, wordt een ontmoetingsplek. Het is, met het oog op een supermarkt aan dit plein, wenselijk dat de parkeerfunctie van het Raadhuisplein blijft bestaan. Er dient daarnaast aandacht te worden besteed aan het aantrekkelijker maken van de hotspot van Oosterbeek: een aantrekkelijk plein waar ontmoeting centraal staat. Er moet worden gezocht naar een goede balans tussen beide functies. Het Oude Dorp in Houten is een referentie op kleinere schaal.



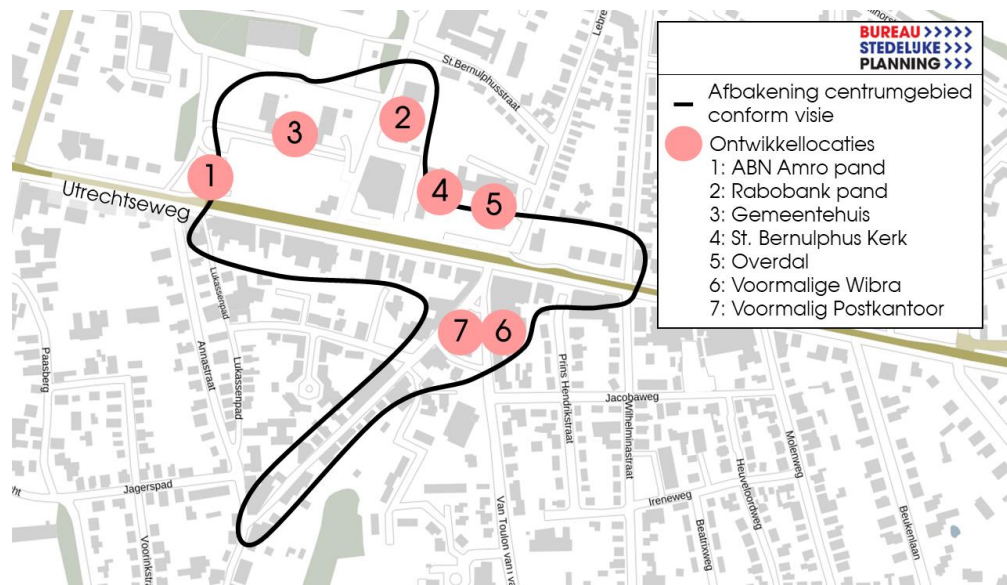
FIGUUR 18 LINKS: HUIDIGE ABN AMRO LOCATIE, MIDDEN: REFERENTIEBEELD VAN GROENE PARKEERPLAATSEN, RECHTS: HUIDIGE PARKEERSITUATIE
Bron: Bureau Stedelijke Planning

N.B.: Bij de herontwikkeling van het ABN Amro-pand en de herinrichting en herinvulling van het Raadhuisplein dient ook Albert Heijn nadrukkelijk betrokken te worden. Albert Heijn is de belangrijkste publiekstrekker; autoklanten maken ook veelvuldig gebruik van het Raadhuisplein als parkeerfaciliteit. Het gaat dan om:

- versterking van de entree van de supermarkt en de relatie met Raadhuisplein en de Utrechtseweg, en
- het optimaliseren van de parkeergelegenheid rondom Albert Heijn en de verkeersafwikkeling, voor alle vervoersmiddelen (auto, fiets en voetganger).

4.4 ADVIES INVULLING OVERIGE STRATEGISCHE ONTWIKKELLOCATIES

In deze paragraaf is per ontwikkellocatie beschreven welke (publieks)functies de meeste meerwaarde hebben voor welke locatie en waar transformatie eventueel aan de orde is.



FIGUUR 19 STRATEGISCHE ONTWIKKELLOCATIES IN OOSTERBEEK CENTRUM

Bron: Bureau Stedelijke Planning, mede o.b.v. Ruimtelijke visie Centrum Oosterbeek

2. RABOBANK LOCATIE >>

Het voormalige kantoor van Rabobank ligt ten noorden van de Albert Heijn. De locatie ligt verhoogd ten opzichte van Albert Heijn, waardoor het geen geheel vormt met Albert Heijn. Daarnaast heeft het Rabobankpand ook geen directe verbinding met het Raadhuisplein, hier ligt het pand te ver voor naar het noorden. Het Rabobank pand kan dan ook niet bijdragen aan het verlevendigen van de hotspot Raadhuisplein. Het is ook geen locatie die de consument toevallig passeert, omdat het pand niet direct aan de Utrechtseweg is gelegen. Gezien de opgave om woningen toe te voegen in het centrum, ligt transformatie naar woningen voor dit pand voor de hand.

Dit betekent tevens dat de centrumafbakening op dit onderdeel kan worden aangepast. Het voormalige pand van de Rabobank huisvest dan geen specifieke centrumfuncties meer.

3. GEMEENTEHUIS (RAADHUISPLEIN) >>

Het gemeentehuis is een uniek monument met een bijzondere uitstraling en gelegen aan het Raadhuisplein. Momenteel heeft het Raadhuisplein een

evenementenbestemming (o.a. de kermis en de markt vinden hier plaats). Buiten deze evenementen om is het Raadhuisplein nog geen ontmoetingsplek. Om het Raadhuisplein de ontmoetingsplek te laten worden van Oosterbeek, dienen in de plint van het gemeentehuis functies te worden toegevoegd die het (langer) verblijven van de consument in het centrum stimuleren. Het gemeentehuis ligt hoger dan de parkeerplaatsen, waardoor het verhoogde deel een boulevard kan worden met een mix aan functies, zoals horeca, cultuur en detailhandel. Blurring van diverse functies in het pand kan hier de nodige levendigheid brengen: bakker met lunchroom, kapper die tevens kleding verkoopt of een boekwinkel met een koffiezaak.



FIGUUR 20 LINKS: HUIDIGE 'BOULEVARD' RAADHUISPLEIN, MIDDEN REFERENTIEBEELD: TRAP MET TERRAS (GENT), RECHTS: DE BAKKERSWINKEL (BLURRING: BAKKER EN HORECA)

Bron: Links: Bureau Stedelijke Planning, midden: Vai.be, rechts: debakkerswinkel.nl

4. ST. BERNULPHUS KERK EN OVERDAL (4 EN 5) >>

Op de huidige locatie van Overdal wordt de komende jaren een nieuw zorgcentrum gebouwd. Naast het zorgcentrum staat de St. Bernulphus kerk. Op steeds meer plekken in Nederland krijgen kerken nieuwe invullingen omdat het aantal kerkleden en kerkbezoeken in afneemt. Ook in Oosterbeek kan de kerk een nieuwe functie krijgen. In veel gevallen krijgen kerken in Nederland een maatschappelijke/culturele functie om vast te houden aan de maatschappelijke functie die de kerk heeft. Oosterbeek kan hier leren van Vught waar de kerk getransformeerd is tot het culturele hart. Zeven Vughtenaren hebben een plan voor de kerk bedacht en daarbij de Vughtse bevolking en ondernemers betrokken⁹. Uiteindelijk is de bibliotheek een belangrijk onderdeel van de kerk geworden, heeft het Vughts Museum hier een plek gekregen, zijn er verschillende ruimtes die kunnen worden gehuurd voor cursussen en zijn diverse sociale organisaties (Welzijn Vught, Stichting Anders Bezig Zijn) regelmatig actief in de kerk. De verplaatsing van de nu buiten het centrumgebied gevestigde bibliotheek naar de kerk en de achtergebleven locatie transformeren naar woningbouw, is een scenario wat voor Oosterbeek denkbaar is. Een bibliotheek in combinatie met andere culturele/maatschappelijke functies heeft een ontmoetingsfunctie voor bewoners en bezoekers, wat zorgt voor een levendige en aantrekkelijke plek. Dit wordt dan ook het liefst gefaciliteerd op een plek die deze levendigheid kan gebruiken: het centrum.

⁹ Op de site <https://www.herbestemming.nu/projecten/depetrus-vught>, staan leerpunten beschreven die van belang zijn bij de herbestemming van de kerk.



FIGUUR 21 LINKS: DE PETRUS VUGHT, MIDDEN: CULTUREEL CENTRUM BERKEL-ENSCHOT (VOORMALIG KLOOSTER), RECHTS: EXPOSITIE IN DE BERKHOUTERKERK

Bron: Links: depetrus.nl; Midden: <https://www.hemelseetenendrinken.nl/over>, rechts: berkhouterkerk.nl

6. WIBRA LOCATIE >>

De Wibra locatie bevindt zich midden in het centrumgebied, aanpalend aan Plein 1946. De gemeente Renkum heeft in de ruimtelijke visie voor het centrum de ambitie uitgesproken om van Plein 1946 een hotspot te maken. Hierbij moet ook het voormalige postkantoor moet een nieuwe functie krijgen die publiek aantrekt. Bij een hotspot hoort een levendig en aantrekkelijk gebied, publieksfuncties kunnen hieraan bijdragen. De begane grond van deze locatie zal daarom in onze ogen beschikbaar moeten blijven voor commerciële voorzieningen als detailhandel, horeca of dienstverlening. Dit om te voorkomen dat er gaten binnen het centrumgebied ontstaan, zeker op een locatie die als hotspot wordt aangewezen. Wanneer één pand transformeert naar wonen, volgen er meerderen.

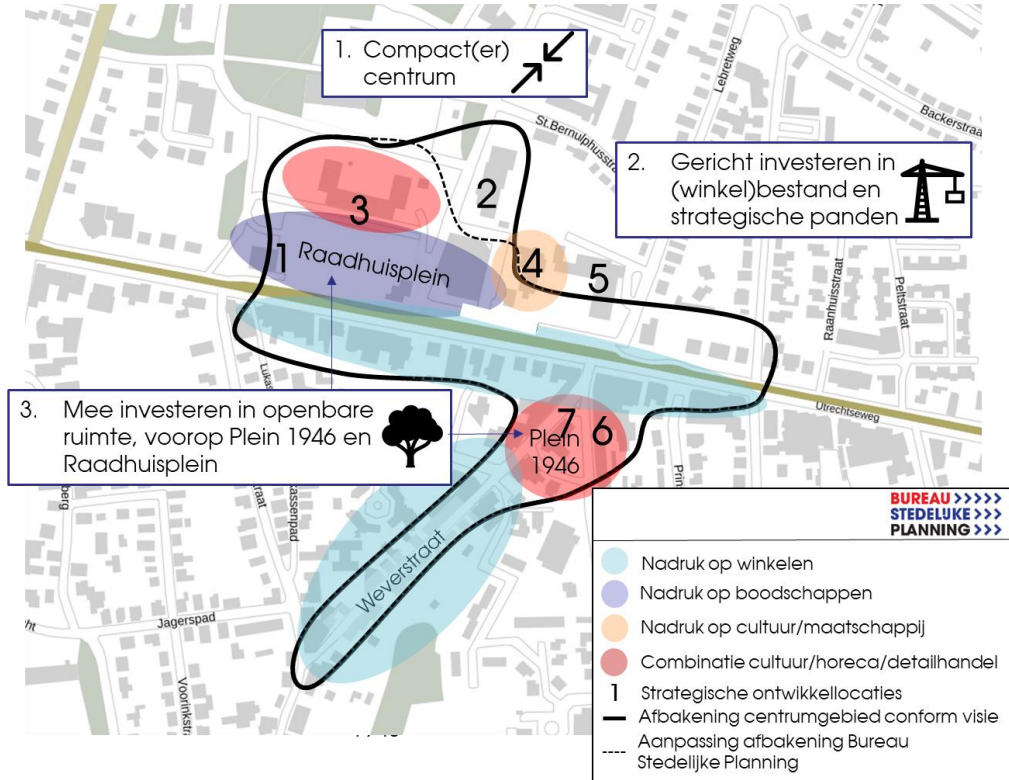
7. OUDE POSTKANTOOR >>

Het oude postkantoor bevindt zich op een belangrijke locatie in Centrum Oosterbeek, Plein 1946, de toekomstige hotspot van het centrum. In onze ogen kan dit een levendige plek worden, mits de locatie een invulling krijgt die levendigheid creëert. Een combinatie van diverse functies is hier dan ook gewenst, zoals een Filmhuis, waar voorafgaand aan de film gegeten kan worden of achteraf een drankje gedronken. Een verplaatsing van het Filmhuis, die nu buiten het centrumgebied ligt, is wenselijk. Omdat het Postkantoor zo'n centrale locatie in het gebied heeft, is een informatiepunt voor toeristen ook mogelijk.

CONCLUSIE >>

Centrum Oosterbeek heeft veel potentie om zowel nu, als in de toekomst, een aantrekkelijk centrumgebied te zijn. Met de nieuwe afbakening van het centrumgebied is de eerste stap naar een compacter centrum gezet. Met de juiste invulling van een aantal strategische (ontwikkel)locaties, passend binnen het

ruimtelijk-functioneel wensbeeld, wordt een extra impuls gegeven aan het centrum.



FIGUUR 22 RUIMTELIJK-FUNCTIONEEL WENSBEELD EN ADVIES CENTRUM OOSTERBEEK: DE JUISTE FUNCTIE OP DE JUISTE PLEK

Bron: Bureau Stedelijke Planning

BIJLAGE 1 DEFINITIES

BEDRIJFSVLOEROPPERVLAKTE (M² BVO)

De bedrijfsvloeroppervlakte (BVO) is de totale vloeroppervlakte van een kantoor, winkel, bedrijf of voorziening met inbegrip van de daartoe behorende magazijnen en overige dienstruimten. Reguliere verhouding 0,8 m² wvo : 1,0 m² bvo.

COMMERCIELE DIENSTVERLENING (LOCATUS – DIENSTEN)

Tot de commerciële dienstverlening (ook wel Diensten) behoren de hoofdbranches Verhuur, Ambacht, Financiële instelling en Particuliere dienstverlening. Hiertoe vallen de volgende verkooppunten: Videotheek, Autoverhuur, Rijwielverhuur, Gereedschap verhuur, Verhuur Overig, Edelsmid, Schoenreparatie/Sleutels, Kapper, Tattoo/Piercing, Schoonheidsspecialist, Kledingreparatie, Stoffeerderij, Kleermaker, Pottenbakker, Electro reparatie, Drukwerk, Foto-ontwikkelen, Dierentrimsalon, Lijstenmaker, Ambacht overig, Financiële intermediair, Verzekeringswerk, Bank, Postkantoor, Bellen/Internet, Fotostudio, Makelaardij, Autowasserij, Autopoetsbedrijf, Fietsenstalling, Stomerij/Wassalon, Reisbureau, Uitzendbureau, Uitvaart, Diensten overig.

DAGELIJKSE SECTOR

Winkels in Levensmiddelen en Persoonlijke Verzorging. Dit betreffen onder meer supermarkten, versspeciaalzaken, drogisterijen, parfumeries en apotheken.

DISTRIBUTIEVE BEREKENING

Een veelgebruikt rekeninstrument om (het huidige functioneren en) eventuele indicatieve uitbreidingsruimte voor detailhandel in de toekomst te kunnen duiden. In de distributieve berekening wordt het huidige gevestigde aanbod in een specifieke branche (bijvoorbeeld dagelijkse detailhandel) in het verzorgingsgebied vergeleken met het landelijke gemiddelde. Daarbij wordt de gemiddelde vloerproductiviteit berekend van het verzorgingsgebied gevestigde aanbod. Het verschil tussen de gerealiseerde vloerproductiviteit en de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit bepaalt of de desbetreffende branche boven- of ondergemiddeld functioneert. Het verschil tussen de gerealiseerde en gemiddelde vloerproductiviteit kan worden opgevat als indicatieve uitbreidingsruimte, dan wel overaanbod.

HORECA (LOCATUS – HORECA)

Onder de hoofdbranche horeca vallen de volgende verkooppunten: Café, Koffiehuis, Discotheek, Seks/Nachtclubs, Fastfood, Bezorgen/Halen, Grillroom/Shoarma, Hotel, Hotel-Restaurant, IJssalon, Lunchroom, Pannenkoeken, Café-Restaurant, Restaurant, Partycentrum en Horeca Overig.

KOOPKRACHTAFVLOEIING

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

KOOPKRACHTBINDING

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

KOOPKRACHTTOEVLOEIING

Aandeel van de omzet die van bewoners komt die buiten een bepaald gebied wonen.

KOOPSTROMEN/KOOPORIËNTATIE

Koopkrachtbewegingen door binding, afvloeiing en toevloeiing van koopkracht.

LEEGSTAND

Een unit/verkooppunt/pand met een commerciële bestemming, zonder dat daar een functie is gevestigd. Een leegstaand pand kan in het verleden een winkel zijn geweest, maar ook een andere functie hebben gehad (zoals bijvoorbeeld een ambacht, horeca of dienstverlening). Ook bij eventuele invulling van het pand kunnen naast een winkel ook andere functies gevestigd worden.

LEISURE/VRIJE TIJDSVOORZIENINGEN (LOCATUS – LEISURE)

Tot de Leisure/Vrije Tijd voorzieningen behoren de hoofdbranches Cultuur en Ontspanning. Hiertoe vallen de volgende branches: Bibliotheek, Bioscoop, Galerie, Kunstuitleen, Museum, Theater, Amusementshal, Attractiepark, Casino, Beurs/tentoonstelling, Biljart/Pool, Binnenspeeltuin, Bowling, Dierentuin, Fitness, Kartbaan, Kegelen, Klimwand, Kunstijsbaan, Lasergame, Sauna, Skibaan, Wedkantoor, Zonbank, Zwembad, Amusement overig.

LOCATUS

Locatus is een onafhankelijke commerciële dienstverlener die informatie verzamelt over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven. Veldwerkers bezoeken en onderzoeken jaarlijks alle winkelgebieden in de Benelux. De verzamelde gegevens, zoals (winkel)naam, winkelverkoopvloeroppervlak en branche worden geregistreerd in de database. Er wordt daarnaast ook een indeling in winkelgebieden aan gekoppeld en winkelgebieden worden geclassificeerd.

NIET-DAGELIJKSE SECTOR (REGULIER)

Winkels in Mode & Luxe, Vrije Tijd en Elektronica. Dit betreffen de branches warenhuizen, kleding & mode, schoenen & lederwaren, huishoudelijke & luxe artikelen, juwelier & optiek, antiek & kunst, sport & spel, hobby, media en bruin & witgoed. Deze branches treffen we gewoonlijk aan in de centrale en ondersteunende winkelgebieden.

SUPERMARKT (VOLGENS LOCATUS)

Winkel met een minimaal 5 verschillende soorten dagelijkse artikelen, die elk minimaal 5% van de omzet genereren. Dagelijkse artikelen vormen meer dan 50% van de omzet, maar geen van de groepen levert an sich meer dan 50% van de omzet. Oppervlakte van de winkel is minimaal 150 m².

VLOERPRODUCTIVITEIT

De vloerproductiviteit (omzet (in €) per m² wvo) is een veelgebruikt kengetal om het functioneren van een winkel inzichtelijk te maken.

WINKELVLOEROPPERVLAKTE (M² WVO)

De winkelvloeroppervlakte betreft de winkeloppervlakte die in gebruik is voor de directe verkoop van goederen. Het betreft de voor de klant toegankelijke verkoopruimte van de winkel, horecazaak etc., oftewel de totale bedrijfsvloeroppervlakte minus eventueel kantoor-, personeels- en magazijnruimte, toiletten etc. Reguliere verhouding 0,8 m² wvo : 1,0 m² bvo.

BIJLAGE 2 DISTRIBUTIEVE TOETS

Bij de distributieve berekening voor het onderzoeksgebied zijn de volgende (ken)getallen gehanteerd:

- **Inwonertal.** Voor het draagvlak is uitgegaan van een inwoneraantal in Oosterbeek (CBS-buurtten Oosterbeek West, Oosterbeek Zuidoost en Oosterbeek Noordoost): 11.325 inwoners (CBS Statline 2020). We gaan uit van een afname van de bevolking welke gelijk is aan de gemeente Renkum. Dit betekent dat er in 2030 11.099 mensen woonachtig zijn in Oosterbeek.
- **Bestedingen.** Jaarlijks geldt een bestedingscijfer van € 2.602 per persoon in de dagelijkse sector en € 2.075 per persoon in fysieke supermarkten (exclusief BTW). Dit cijfer is gebaseerd op de meeste recente omzetkengetallen van INretail (2019).¹⁰ Het inkomen van inwoners van Oosterbeek ligt hoger dan het landelijk gemiddelde, waardoor het feitelijke bestedingsbedrag hoger ligt. De bestedingen zijn gecorrigeerd naar het gemiddeld 32% hogere inkomen met een prijselasticiteit van 0,4%. De bestedingen worden constant verondersteld.
- **Koopkrachtbinding.** De koopkrachtbinding voor Oosterbeek is in 2016 onderzocht door het I&O in het koopstromenonderzoek. Voor de dagelijkse sector is deze geverifieerd bij diverse supermarktketens actief in Oosterbeek. De koopkrachtbinding betreft 82%.
- **Koopkrachttoevloeiing.** Voor de koopkrachttoevloeiing gaan wij, op basis van de koopstroomgegevens van I&O, uit van 28% in de dagelijkse sector.
- **Vloerproductiviteit.** De gemiddelde vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde fysieke supermarkt per m² wvo per jaar omzet. In Nederland is de gemiddelde vloerproductiviteit in de dagelijkse sector in 2019 € 7.564 en in supermarkten in 2019 € 8.037 per m² wvo per jaar (exclusief BTW).¹¹
- **Omvang supermarktaanbod.** Het huidige dagelijkse aanbod in Oosterbeek betreft 4.348 m² wvo. Hiervan zijn 3.108 m² in gebruik door supermarkten.

¹⁰ Bron: Omzetkengetallen 2019 INretail en Panteia

¹¹ Born: Omzetkengetallen 2019 INretail en Panteia

PARAMETER	DAGELIJKS		SUPERMARKTEN	
	2020	2030	2020	2030
Jaartal	2020	2030	2020	2030
Inwoners	11.325	11.099	11.325	11.099
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.602	€ 2.602	€ 2.075	€ 2.075
Bestedingspotentieel in € mln	€ 29	€ 29	€ 23	€ 23
Bestedingspotentieel in € mln, incl inkomenscorrectie	€ 33	€ 33	€ 27	€ 26
Koopkrachtbinding (KSO)	82%	82%	82%	82%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 27	€ 27	€ 22	€ 21
Koopkrachttoevoeiing (KSO)	28%	28%	28%	28%
Omzet door toevoeiing in € mln	€ 11	€ 10	€ 8	€ 8
Totale bestedingen in € mln	€ 38	€ 37	€ 30	€ 29
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 7.564	€ 7.564	€ 8.037	€ 8.037
Gerealiseerde vloerproductiviteit	€ 8.681	€ 8.507	€ 9.684	€ 9.491
Haalbaar aanbod in m ² wvo	4.990	4.890	3.745	3.670
Gevestigd aanbod in m ² wvo (Locatus)	4.348	4.348	3.108	3.108
Uitbreidingsruimte in m² wvo	+642	+542	+637	+562

TABEL 4 DISTRIBUTIEVE BEREKENING DAGELIJKSE SECTOR OOSTERBEEK
Bron: Bureau Stedelijke Planning