



# DETAILHANDELSSTRUCTUURVISIE GEMEENTE WIJCHEN

## EN TOEKOMSTVISIE CENTRUM WIJCHEN







Foto: Dick Vogelzang

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109  
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

E [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl)

W [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)



Opdrachtgever:  
Contactpersoon:

Gemeente Wijchen  
Mevrouw S. Langens

Projectteam DTNP:

De heer W. Frielink  
De heer P. Bos

Fotograaf:

Dick Vogelzang

Projectnummer: 2198.1120

Datum: 20 januari 2022

# DETAILHANDELSSTRUCTUURVISIE GEMEENTE WIJCHEN

## EN TOEKOMSTVISIE CENTRUM WIJCHEN







	<b>Voorwoord</b>			
<b>0</b>	<b>Managementsamenvatting</b>	<b>1</b>		
<b>1</b>	<b>Context en Analyse</b>	<b>3</b>		
1.1	Inleiding	4		
1.2	Ligging en positie	5		
1.3	Huidig voorzieningenaanbod	8		
1.4	Landelijke trends	10		
<b>2</b>	<b>Toekomstig haalbaar programma</b>	<b>14</b>		
2.1	Impact landelijke trends in Wijchen	15		
2.2	Marktruimteberekening	16		
2.3	Conclusie marktruimte	19		
<b>3</b>	<b>Visie detailhandelsstructuur</b>			<b>20</b>
3.1	Ambities en uitgangspunten			21
3.2	Visie winkelstructuur			22
3.3	Aanbevelingen			25
3.4	Beleidsregels			27
<b>4</b>	<b>Toekomstvisie centrum Wijchen</b>			<b>30</b>
4.1	Analyse Wijchen-Centrum			32
4.2	Visie centrum Wijchen			38
4.3	Aanbevelingen centrum			41
	<b>Bijlagen</b>			<b>44</b>
	Bijlage 1: Ondernemersenquête			45
	Bijlage 2: Middelgrote centra onderzoek			55



# Inhoudsopgave





**Nick Derks**  
Wethouder Economie

## **Wijchen=Samen Ondernemen**

Eind 2020 hebben wij de Economische Visie 2020-2030 aan u gepresenteerd met ook de titel Wijchen=Samen Ondernemen. Deze titel is veelzeggend voor hoe wij door Samen te Ondernemen ook Samen Ontdekken en ook Samen Genieten. De drie slogans die Wijchen typeren. Door COVID-19 is daar Wijchen=Samen Sterk aan toegevoegd.

### **Samen doen**

Ook de Detailhandelstructuurvisie en Toekomstvisie Centrum Wijchen is samen met winkeliers, pandeigenaren, horeca en direct betrokkenen gemaakt. Wij als gemeente kunnen het niet alleen. We willen het ook niet alleen. Door COVID-19 is de afgelopen periode voor iedereen zeer zwaar. De detailhandel en horeca worden naast verschillende andere ondernemers zwaar getroffen.

### **Een vernieuwde blik**

De huidige detailhandelsvisie dateerde uit 2015. Tijd voor een nieuwe visie, want afgelopen jaren is er veel veranderd in de winkelcentra en dit zet de komende jaren door. Denk aan de invloed van online winkelen. Maar ook aan mooie ontwikkelingen zoals Tussen Kasteel en Wijchens Meer, de transformatie van Hart van Zuid en de woningbouwopgave van 2.700 woningen tot 2030. Vandaar dat we als gemeente samen met betrokken partijen hebben gekeken hoe we Wijchen samen sterker kunnen maken. In deze visie kijken we graag samen naar de toekomst. De winkelcentra in Wijchen zijn nog steeds goed gevuld met winkels en horeca. Er wordt steeds meer samen gewerkt tussen de winkelcentra onderling. Het centrummanagement is zeer actief en de pandeigenaren in het centrum hebben zich verenigd door een Bedrijven Investeringszone (BIZ). Een belangrijke basis om samen klaar te zijn voor een mooie toekomst!





### **Aanleiding en proces**

Winkels, horeca, cultuur en andere publieke functies zijn een voorwaarde voor attractieve centra en vormen het hart van leefbare dorpen en wijken. Om sterker uit de coronacrisis te komen en weer over actueel beleid te beschikken, heeft de gemeente Wijchen aan DTNP opdracht gegeven de detailhandelsstructuurvisie te actualiseren en een reëel haalbare visie op het centrum van Wijchen te ontwikkelen.

### **Proces**

Om te komen tot voorliggende detailhandels- en toekomstvisie is een zorgvuldig proces doorlopen, waarbij een zo breed mogelijke groep belanghebbenden is betrokken. Verdeeld over twee klankbordgroepen (één voor de detailhandelsstructuurvisie en één voor de toekomstvisie voor het centrum) is in gesprek gegaan over het op te stellen beleid. Onder alle ondernemers uit de gemeente Wijchen is een ondernemersenquête gehouden, waarin zij hun winkelgebied en hun eigen bedrijfslocatie konden beoordelen en gewenste acties konden beschrijven. Onder bezoekers van het centrum van Wijchen is een bezoekersonderzoek uitgevoerd.

### **Hoe staat Wijchen ervoor?**

De detailhandelsstructuur staat er op dit moment relatief goed voor in vergelijking met andere centra en gemeenten. Dit uit zich onder andere in relatief beperkte leegstand. Tegelijkertijd zijn er ook, met name aan de randen van het centrum, transformaties zichtbaar van publiekgerichte functies (zoals winkels) naar minder of niet-publieksgerichte functies (zoals wonen en kantoren). Dit is een signaal dat in Wijchen, net als in de rest van Nederland, sprake is van een afnemende winkelmarkt.

### **Welke trends en ontwikkeling zijn relevant voor Wijchen?**

De winkelmarkt verandert snel. Veranderend ruimtelijk koopgedrag van consumenten (meer online, meer in grote steden winkelen en minder in lokale dorpscentra) leidde er toe dat met name middelgrote centra sterk onder druk kwamen te staan. Buurt-/wijkcentra en dorpscentra (voor boodschappen en eenvoudige niet-dagelijkse aankopen) en grote binnensteden (een dagje stad) bleven het juist nog goed doen. Wijchen-Centrum zit op het kantelpunt tussen een groot dorpscentrum en een middel-

groot centrum: de boodschappenfunctie is belangrijk, maar er is ook nog een relatief uitgebreid niet-dagelijks aanbod. Juist doordat het zich op dit kantelpunt bevindt, is het de afgelopen jaren relatief goed gegaan in het centrum. Dit is echter geen vanzelfsprekendheid. De nog steeds voortdurende coronacrisis heeft reeds in gang gezette ontwikkelingen versterkt (bijvoorbeeld online boodschappen doen), waardoor ook het centrum van Wijchen geconfronteerd wordt en zal worden met nieuwe uitdagingen. Het niet-dagelijkse winkel-aanbod zal verder afnemen.

Diezelfde trends en ontwikkelingen leiden er ook toe dat de wijkwinkelstructuur van Wijchen een relatief goede uitgangspositie heeft, met in iedere wijk (ten minste) een supermarkt als belangrijkste trekker. Voor Zuiderpoort, en in beperktere mate voor Wijchen-Noord, ligt er een modernisatie-opgave.

### **Wat speelt er in Wijchen?**

In de gemeente Wijchen zijn meerdere woningbouwontwikkelingen. De gemeente gaat er op dit moment van uit dat tot 2030 er 2.700 extra

## **o Managementsamenvatting**



woningen worden bijgebouwd, wat, in combinatie met het kleiner worden van de gemiddelde huishoudensgrootte, zou leiden tot 45.435 inwoners in 2030. Het is op dit moment echter onduidelijk in hoeverre alle woningbouwplannen in dit tempo worden gerealiseerd. Doordat het tempo van realisatie van deze woningbouwopgave grote invloed heeft op het draagvlak voor voorzieningen, is in het rapport gerekend met twee scenario's: een 'zeker' scenario dat uitgaat van een stabilisatie van het aantal inwoners tot 2030 (waarvoor met de verwachte huishoudensverdunding ook al ca. 700 woningen bijgebouwd moeten worden tot die tijd) en een meer onzeker scenario waarin de gemeente doorgroeit tot 45.435 inwoners in 2030.

### Welke marktruimte voor uitbreiding van het winkelaanbod is er?

Gelet op de onzekerheid over het realisatietempo van de woningbouwplannen, in combinatie met de onzekerheid omtrent ontwikkelingen in de winkelmarkt en de bouwsector, én gezien het feit dat winkelontwikkelingen plaatsvinden voor een langere termijn (en niet voor een korte termijn) acht DTNP het onverstandig om (te) positief te rekenen. Voor de komende jaren adviseert DTNP uit te gaan van een 'zeker' scenario (zie p. 16-19), waarbij sprake is van evenwicht tussen vraag en aanbod in de dage-

lijkse winkelsector (supermarkten, versspeciaal-zaken en drogisten). In de detailhandelsstructuurvisie wordt er met dit scenario gewerkt.

**Pas op termijn mogelijke discussie over nieuwe supermarkt**  
Op het moment dat er meer zicht ontstaat in het realisatietempo van de woningbouwplannen en over de ontwikkelingen in de dagelijkse winkelsector, en substantiële woningbouw is gerealiseerd, kan heroverwogen worden of er dan aanleiding is voor het toevoegen van een extra supermarkt in Wijchen. Op dat moment zal opnieuw de marktruimte voor supermarkten moeten worden onderzocht, op basis van de dan beschikbare data en kennis, en een locatie-afweging gemaakt moeten worden (i.r.t. spreiding supermarkten, gewenste totale detailhandelsstructuur én woningbouwlocaties).

### Welke kernopgaven zijn leidend?

Eind 2020 heeft de gemeenteraad van Wijchen de 'Economische visie Wijchen 2020-2030' vastgesteld. Daarin zijn drie kernopgaven opgenomen die relevant zijn voor de detailhandelsstructuurvisie en waarbij wordt aangesloten.

1. Een krachtig centrum Wijchen met goede voorzieningen;
2. Het toekomstbestendig houden van winkelgebieden;
3. Mensen verleiden om Wijchen vaker en langer te bezoeken.

### Welke detailhandelsstructuur wordt geadviseerd?

Op basis van de kernopgaven, de huidige situatie, relevante trends en ontwikkelingen en

de marktruimte, wordt voor de toekomst de volgende detailhandelsstructuur geadviseerd:

- **Wijchen-Centrum** als hoofdcentrum van de gemeente met het grootste en meest diverse aanbod aan winkels. Ook voor sectoren als horeca, cultuur en dienstverlening is het centrum de belangrijkste locatie;
- **Drie gelijkwaardige buurtcentra** die primair gericht zijn op dagelijkse winkelaankopen: Zuiderpoort/Hart van Zuid, Wijchen-Noord en Hof van Achterlo;
- **Steunpunt Alverna** met een supermarktvoorziening die gericht is op dit dorp;
- **Twee thematisch geclusterde PDV-locaties:** de woonboulevard aan de Graafseweg-zone en doe-het-zelf rondom de rotonde Nieuweweg.

### Wat betekent dit voor nieuwe ontwikkelingen?

Aan nieuwe ontwikkelingen die passen binnen de genoemde detailhandelsstructuur (maar die niet passen binnen het bestemmingsplan) kan op basis van dit document medewerking worden verleend. Initiatieven buiten deze detailhandelsstructuur, of initiatieven in een winkelgebied maar die er toe leiden dat de beschreven functie en positie van dat winkelgebied worden overschreven, passen in principe niet binnen de beoogde structuur. Geadviseerd wordt daar geen medewerking aan te verlenen.





# 1 Context en Analyse



## 1.1 Inleiding

### Aanleiding

Winkels, horeca, cultuur en andere publieke functies zijn een voorwaarde voor attractieve centra en vormen het hart van leefbare dorpen en wijken\*. Om sterker uit de coronacrisis te komen en weer over actueel beleid te beschikken, heeft de gemeente Wijchen aan DTNP opdracht gegeven de detailhandelsstructuurvisie te actualiseren en een reëel haalbare visie op het centrum van Wijchen te ontwikkelen. Het opstellen van deze visie is mede mogelijk gemaakt door de subsidieregeling 'Steengoed Benutten' vanuit de Provincie Gelderland.

De huidige detailhandelsvisie van de gemeente Wijchen dateert uit 2015. Voor het centrum van Wijchen is in 2012 een centrumvisie opgesteld en in 2016 een gebiedsperspectief 2030. In het centrum van Wijchen en in de detailhandelssector als geheel is sindsdien veel veranderd. Bovendien heeft de coronacrisis een aanzienlijke impact op ondernemingen en op het aankoopgedrag van consumenten.

\* Meer hierover is te lezen in ['Dynamiek door Beleid - Hoe de overheid de winkelstructuur vitaal houdt'](#).

### Doel

Doel is te komen tot een samenhangende visie op de winkelstructuur van gemeente Wijchen die:

- Inspeelt op veranderende consumentenvoorkeuren en -gedrag en voorziet in een toekomstbestendige detailhandelsstructuur;
- Aan de gemeente kaders biedt voor het te voeren beleid, het creëren van randvoorwaarden en het toetsen van marktinitiatieven;
- Voor het centrum van Wijchen een ruimtelijk-functioneel ontwikkelingskader geeft en uitdaagt tot nieuwe investeringen op de juiste locatie;
- Kansen en aanbevelingen voor alle winkelgebieden in Wijchen formuleert voor de diverse stakeholders (ondernemers, eigenaren, centrummanagement, gemeente etc.).

### Leeswijzer

Dit rapport vertrekt in hoofdstuk 1 vanuit een duiding van de lokale context en een ruimtelijk-economische analyse van de huidige detailhandelsstructuur van de gemeente. In hoofdstuk 2 wordt bekeken wat het toekomstig haalbaar (winkel) programma is voor Wijchen. Op basis van de uitgangspunten uit de analyse volgt in hoofdstuk 3 de beschrijving van de gewenste detailhandelsstructuur op gemeenteniveau. In hoofdstuk 4 wordt specifiek voor het centrum van Wijchen een concrete toekomstvisie geschetst en worden aanbevelingen voor uitvoeringsprojecten gedaan.

### Proces

Om te komen tot voorliggende detailhandels- en toekomstvisie is een zorgvuldig proces doorlopen, waarbij een zo breed mogelijke groep belanghebbenden is betrokken. Verdeeld over twee klankbordgroepen (één voor de detailhandelsstructuurvisie en één voor de toekomstvisie voor het centrum) is in gesprek gegaan over het op te stellen beleid. Daarnaast is onder alle ondernemers uit de gemeente Wijchen een ondernemersenquête gehouden waarin zij hun winkelgebied en hun eigen bedrijfslocatie konden beoordelen en gewenste acties konden beschrijven. Onder bezoekers van het centrum van Wijchen is een bezoekersonderzoek uitgevoerd (zie bijlage).



Wijchenaren ontmoeten elkaar in het centrum

Foto: Dick Vogelzang

## 1.2 Ligging en positie

### Ligging in de regio

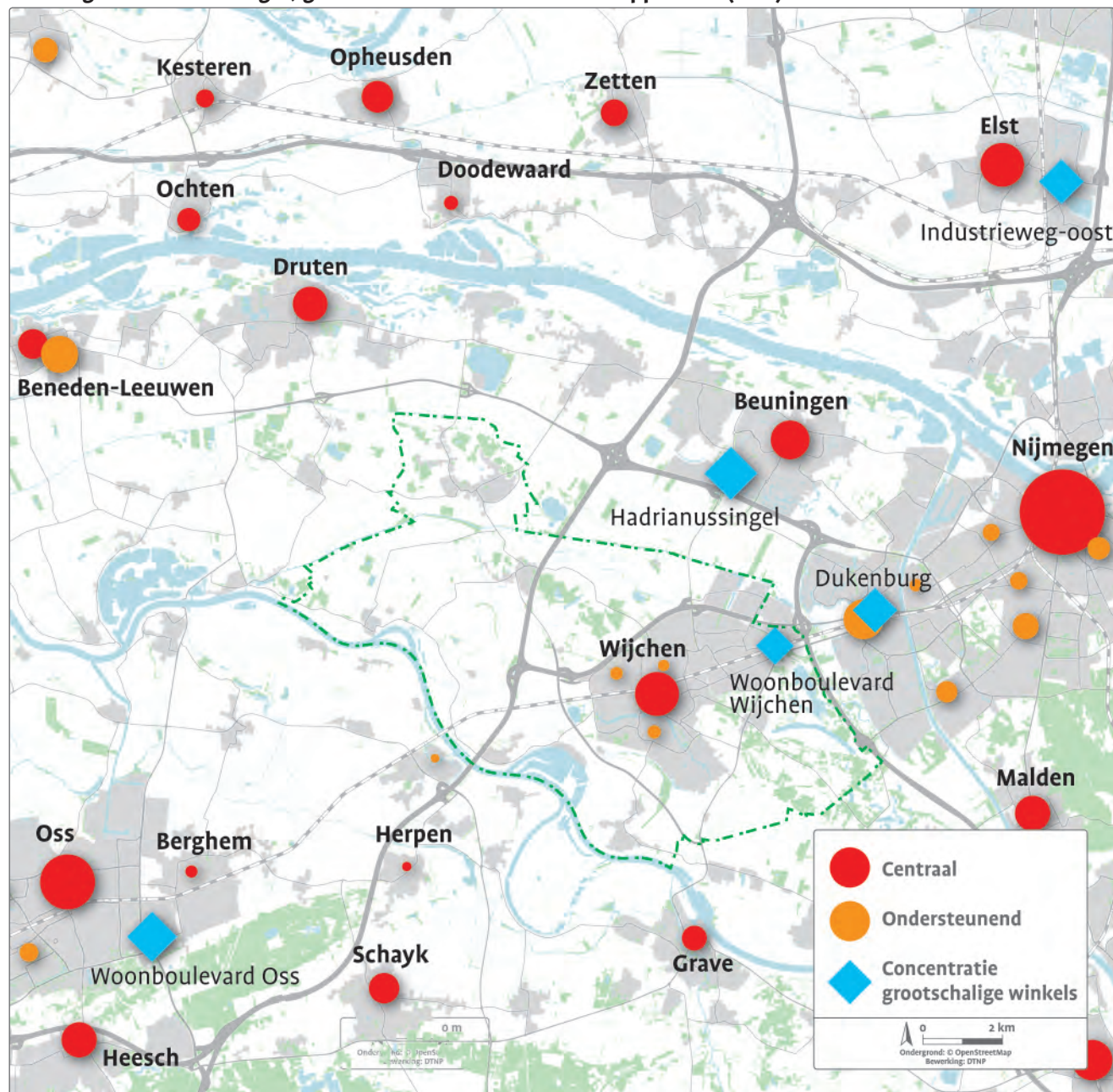
De gemeente Wijchen (ca. 41.100 inwoners) ligt in de provincie Gelderland op het snijvlak van het Land van Maas en Waal (ten westen) en het Rijk van Nijmegen (ten oosten). Ten zuiden grenst de gemeente aan de provincie Noord-Brabant. Wijchen is via de A50 en A73 goed bereikbaar per auto en beschikt dankzij het treinstation over een snelle OV-verbinding met Nijmegen en Oss. Aan de oostgrens van de gemeente ligt recreatiegebied de Berendonck, met daarbij Thermen Berendonck, en er liggen plannen voor de ontwikkeling van recreatiepark Wighenerhorst tot een vakantieresort.

### Kernen binnen de gemeente

Binnen de gemeente is het dorp Wijchen (ca. 33.600 inwoners) in alle opzichten de grootste kern, zo ook wat betreft het voorzieningenaanbod in (en buiten) het centrum. Berg-haren (ca. 1.800 inw.) en Alverna\* (ca. 2.600 inw.) zijn na het dorp Wijchen de grootste inwonerconcentraties. De kleinere dorpen Hernen, Balgoij, Batenburg, Niftrik en Leur en het buitengebied tellen samen circa 3.150 inwoners. Al deze kleinere kernen zijn sterk op Wijchen georiënteerd.

\* In formele zin onderdeel van de kern Wijchen.

Winkelgebieden in de regio, geschaald naar m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo)





## Regionaal winkelaanbod

Wijchen is met 106 winkels in het centrum het grootste dorpscentrum van de regio, met een sterke maar lokale aantrekkingskracht op met name inwoners uit de eigen gemeente. De woonboulevard van Wijchen heeft, meer dan het centrum, een regionaal-verzorgende functie.

Nijmegen oefent als grote stad ook een sterke aantrekkingskracht uit op inwoners van Wijchen. Naast het grote centrum van Nijmegen (ca. 389 winkels) liggen de (winkel)centra Dukenburg, Druten, Beuningen, Malden en Grave in de directe omgeving van de gemeente. Een aantal van deze centra hebben een beperkte aantrekkingskracht op inwoners van Wijchen:

- Dukenburg (ca. 56 winkels) is overdekt en beschikt met een recent vernieuwde Albert Heijn XL en Amazing Oriëntal over een onderscheidend supermarktaanbod;
- Beuningen-Centrum (66 winkels) heeft met vier supermarkten een zeer compleet boodschappenaanbod;
- Grave beschikt met vier supermarkten ook over een zeer compleet boodschappenaanbod, waaronder een Nettorama.



Het kasteel als 'eye-catcher' van de gemeente

Foto: Dick Vogelzang



Wijchen is het grootste dorpscentrum in de regio

Foto: Dick Vogelzang

## Woningbouw- en bevolkingsontwikkeling

In Wijchen vinden diverse woningbouwprojecten plaats. In Huurlingsedam zullen in fase 3 op korte termijn naar verwachting 250 woningen worden bijgebouwd. Wijchen-West, bij de Vormerse Plas, is de grootste woningbouwlocatie met 650 nieuwe woningen in de eerste fase. Daarnaast heeft de provincie Gelderland een verzoek van de gemeente Wijchen om bovenop de bestaande regionale afspraken nog eens 870 extra woningen mogen toevoegen aan Wijchen-West en Huurlingsedam ingewilligd. In totaal heeft de gemeente Wijchen nu de opgave tot 2030 circa 2.700 woningen worden bij te bouwen. Dit is inclusief de kleinere woningbouwprojecten Kraanvogel, Tussen Kasteel



Woonboulevard met regionale functie

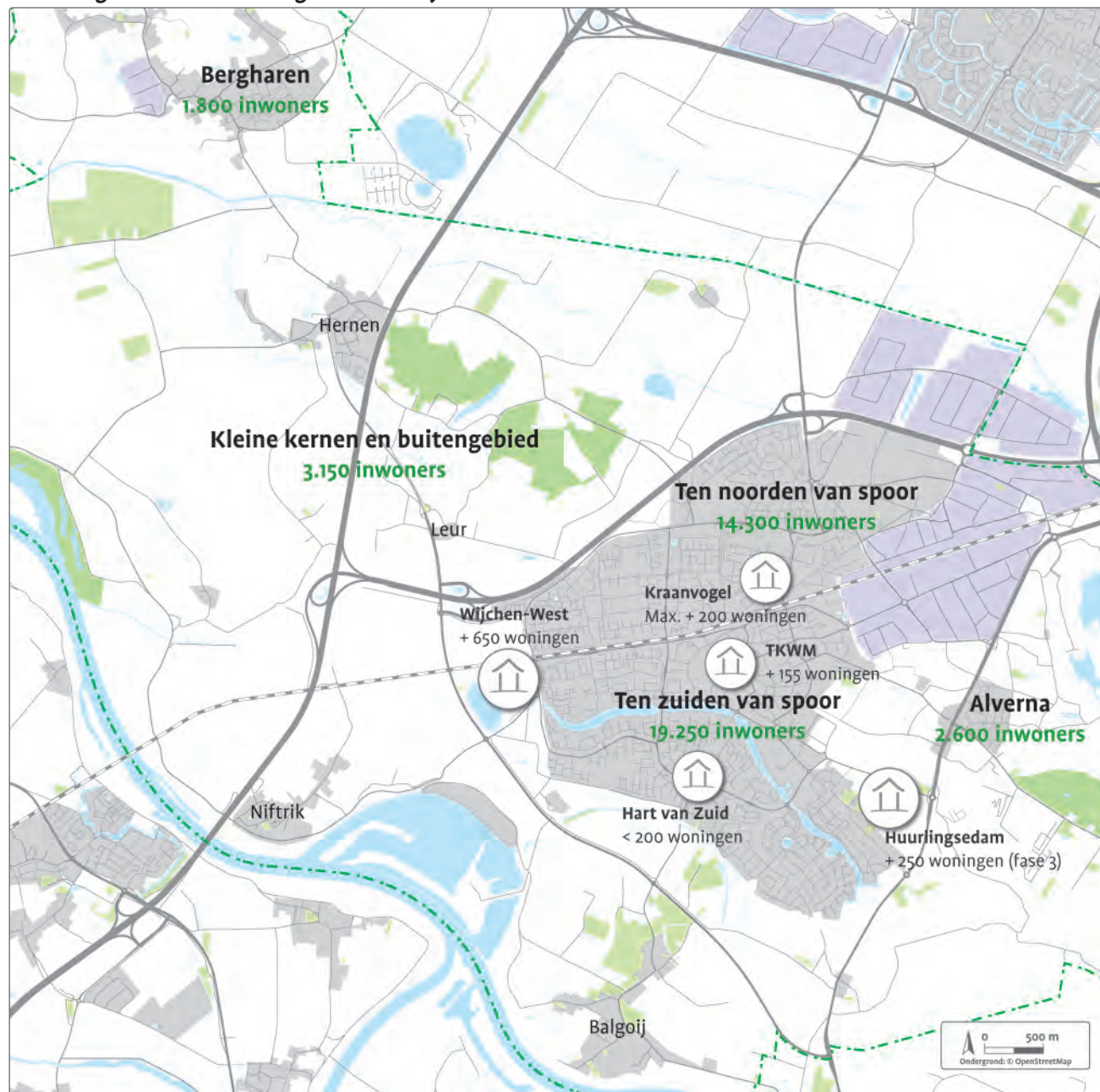
Foto: Dick Vogelzang

en Wijchens Meer, en Hart van Zuid die binnen de bestaande bebouwde kom van Wijchen plaatsvinden. Deze projecten variëren in omvang 155 tot 200 woningen. Ook in de kleinere kernen van de gemeente Wijchen worden nog enkele woningen gebouwd.

De bevolkingsprognose van de gemeente Wijchen is nog niet aangepast op de actuele versnelling van woningbouwplannen. De bevolkingsprognose voorspelt nog een lichte bevolkingsdaling voor de gemeente Wijchen tot circa 40.300 inwoners in 2030 en 39.900 in 2040.\* Die krimp kan verklaard worden door de toenemende vergrijzing en huishoudensverduunning.

Indien álle actuele woningbouwplannen (+2.700 woningen) tot 2030 worden gerealiseerd, dan gaat de gemeente Wijchen uit van een 45.435 inwoners in de gemeente in 2030. Daarbij is rekening gehouden met huishoudensverduunning tot gemiddeld 2,175 in 2030.

### Verdeling inwoners over de gemeente Wijchen



\* Primos prognose op Druten-Wijchen in Cijfers (2021), Bevolking.



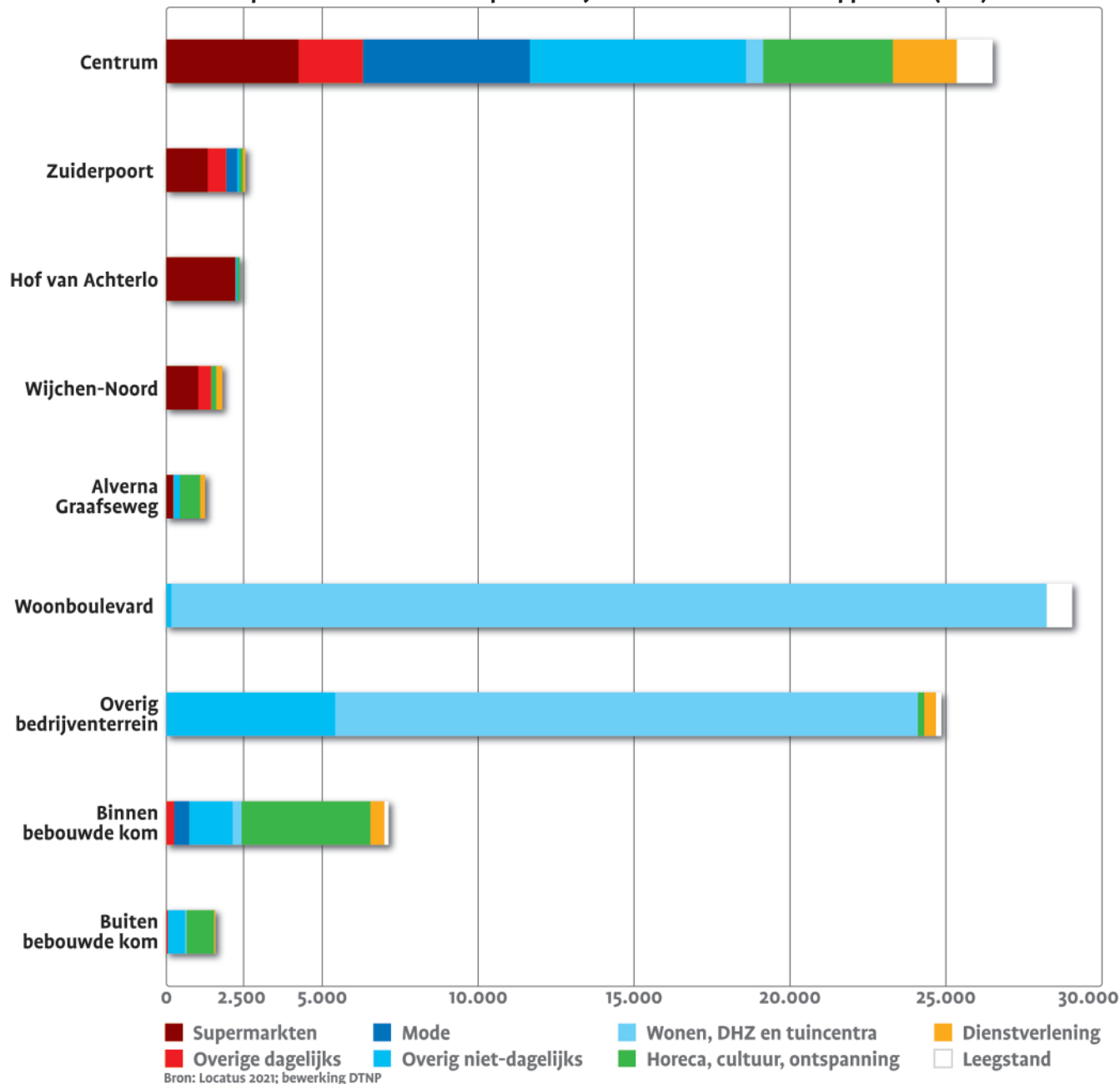
### 1.3 Huidig voorzieningenaanbod

Publieksfuncties in de gemeente Wijchen concen-  
treren zich grotendeels binnen de gelijknamige  
woonplaats. In het centrum van Wijchen is  
verreweg het meest diverse voorzieningenaanbod  
te vinden, met daarin ook nagenoeg al het mode-  
aanbod in de gemeente. Hier zijn met de Albert  
Heijn (1.600 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo)),  
Jumbo (1.400 m<sup>2</sup> wvo) en Lidl (1.100 m<sup>2</sup> wvo) drie  
reguliere supermarkten en één kleinere specialis-  
tische supermarkt (Tayba, 180 m<sup>2</sup> wvo) gevestigd.  
Verder bevinden zich in het centrum 21 overige  
dagelijkse winkels, 47 modezaken en 34 overige  
niet-dagelijkse winkels, waaronder de Hema en  
de Action. Behalve het winkelaanbod zijn er in het  
centrum van Wijchen 31 horecazaken en 32  
dienstverleners te vinden (zie verder hoofdstuk 4).

Buiten het centrum is het dagelijkse winkelaanbod  
met name geclusterd in drie kleinere winkelcen-  
tra.

- In Zuiderpoort bevindt zich één supermarkt  
(Jumbo, 1.300 m<sup>2</sup> wvo) en daarnaast een  
compleet overig dagelijks aanbod, zoals een  
bakker, slagerij, kaasboer, groentewinkel en  
een drogist. Ook zit hier modezaak terStal en  
is er enige horeca (pizzeria en cafetaria).
- Hof van Achterlo beschikt met Aldi (900 m<sup>2</sup>  
wvo) en Jan Linders (1.300 m<sup>2</sup> wvo) over twee

Aanbod publieke functies woonplaats Wijchen in m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo)

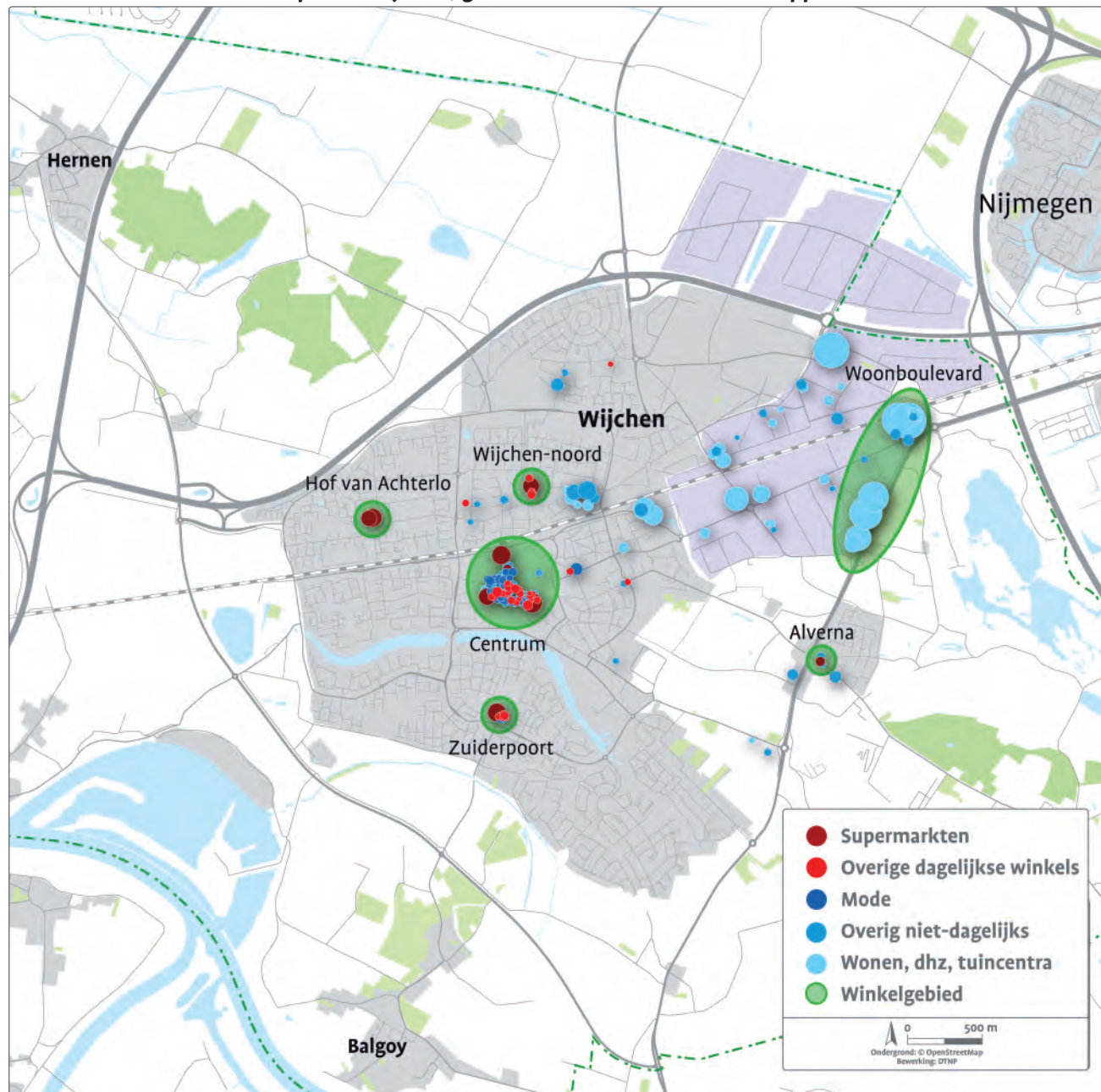


supermarkten. Een kapper en snackbar completeren dit winkelcentrum.

- In Wijchen-Noord is één supermarkt (Coop van 1.000 m<sup>2</sup>) aanwezig. Evenals in Zuiderpoort zijn ook hier een aantal overig-dagelijkse winkels te vinden, zoals een drogisterij, vershal 'Boontjes' en bakkerij Holland. Daarnaast zijn hier o.a. een copy-shop, twee kappers, een snackbar en een Chinees restaurant gevestigd.
- Op de bedrijventerreinen zijn met name grootschalige winkels gevestigd uit de branches wonen, doe-het-zelf en tuincentra. Aan de Woonboulevard Wijchen zijn, met o.a. Eltink, Tilders en Zen Lifestyle, meubelzaken van aanzienlijke omvang te vinden. Langs de Nieuweweg bevinden zich o.a. de Praxis en Stella, en op bedrijventerrein Zesweg heeft o.a. Tuinwereld (6.200 m<sup>2</sup> wvo) een vestiging. Verder bevinden zich aan de Kraanvogelstraat nog enkele winkels, waaronder fietsenzaak Smulders en Boerenbond.

Buiten de kern Wijchen is het aantal publieke functies zeer beperkt; in Bergharen is, met vier winkels, drie horecazaken en twee dienstverleners, nog het meest diverse aanbod aanwezig. Niftrik beschikt met De Haar Keukens over een niet-dagelijkse winkel van 1.500 m<sup>2</sup> wvo.

### Winkelaanbod binnen woonplaats Wijchen, geschaald naar m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak





## 1.4 Landelijke trends

In deze paragraaf wordt beschreven welke landelijke trends er spelen in de detailhandels- en horecasector. In hoofdstuk 2 wordt vanuit deze landelijke trends de vertaalslag gemaakt naar de lokale situatie in Wijchen.

### Consument winkelt steeds meer online

Het afgelopen decennium is het aandeel aankopen dat online wordt gedaan sterk gestegen. In 2011 werd nog circa 11% van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector online gedaan. Inmiddels is dit aandeel al opgelopen tot ongeveer 25%. In de dagelijkse (boodschappen)sector is het aandeel online-bestedingen vooral de laatste paar jaar snel toegenomen (afgelopen twee jaar ongeveer verdubbeld) tot

circa 5%. Deze toegenomen oriëntatie van de consument op webwinkels leidt tot een verminderde behoefte aan fysieke winkels.

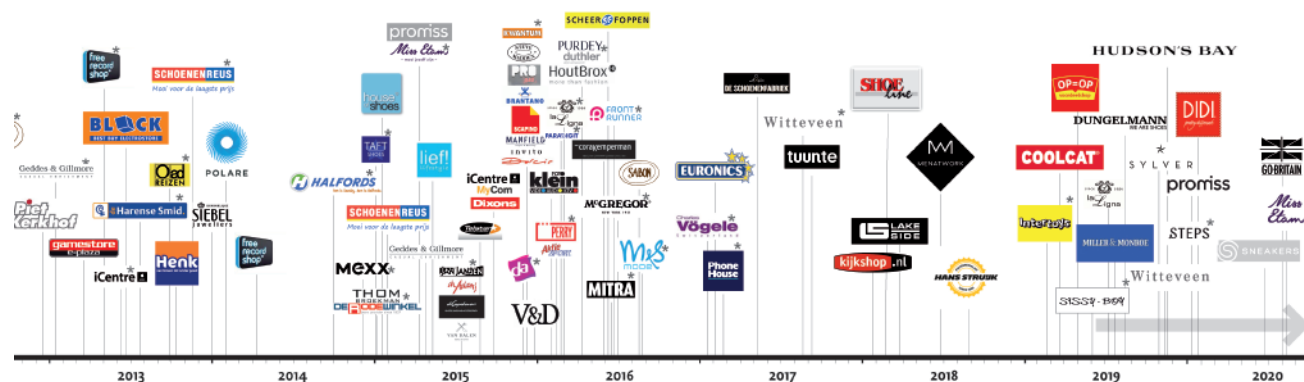
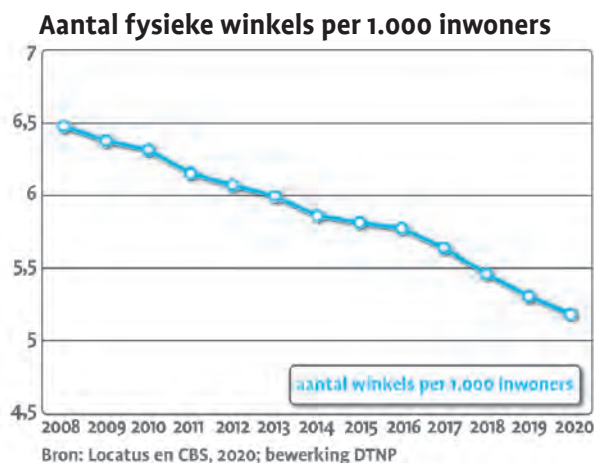
Op de 'faillissementstijdlijn' (zie figuur onderaan de pagina) valt dan ook te zien dat er de laatste jaren diverse grote winkelketens zijn omgevalen, met name uit het middensegment.

### Piek in horeca-aanbod was al bereikt

Om binnen centra de overgang te maken van 'place to buy' naar 'place to be' waren horecavestigingen een geliefde nieuwe invulling voor vrijkomende winkelruimte. Bovendien was er, mede door de gunstige economische situatie voor de coronacrisis, vanuit de consument lange tijd een groeiende behoefte aan horeca-bezoek. Het aantal horecavestigingen bleef dan

ook lange tijd groeien, maar de laatste jaren bleek de rek eruit en vlakke de groei af. Hoewel het horeca-aanbod de laatste tien jaar in totaliteit dus is toegenomen, waren er wel verschillen te zien tussen verschillende sectoren binnen de horeca:

- Het aantal restaurants, lunchrooms en hotels zat in de lift. De consument van vandaag heeft meer dan vroeger behoefte aan horeca die gedurende de hele dag te bezoeken is en waar zowel gegeten als gedronken kan worden.
- Door deze veranderende behoefte van de consument neemt de dranksector (o.a. cafés) al jarenlang in omvang af.



### Middelgrote centra tussen tafellaken en servet

De impact van de hiervoor beschreven trends verschilt sterk per type centrumgebied.

- Voor boodschappen en andere frequente benodigdheden brengt de consument nog altijd graag een bezoek aan het dorps- of wijkcentrum, zolang dit voldoet aan de eisen van een aantrekkelijk aanbod en bezoekgemak.
- Voor de totaalbeleving van een recreatief 'dagje stad' bezoekt de consument graag de grote centra waar het bijzondere aanbod te vinden is en waar er naast winkels ook

diverse andere voorzieningen en horeca te vinden zijn.

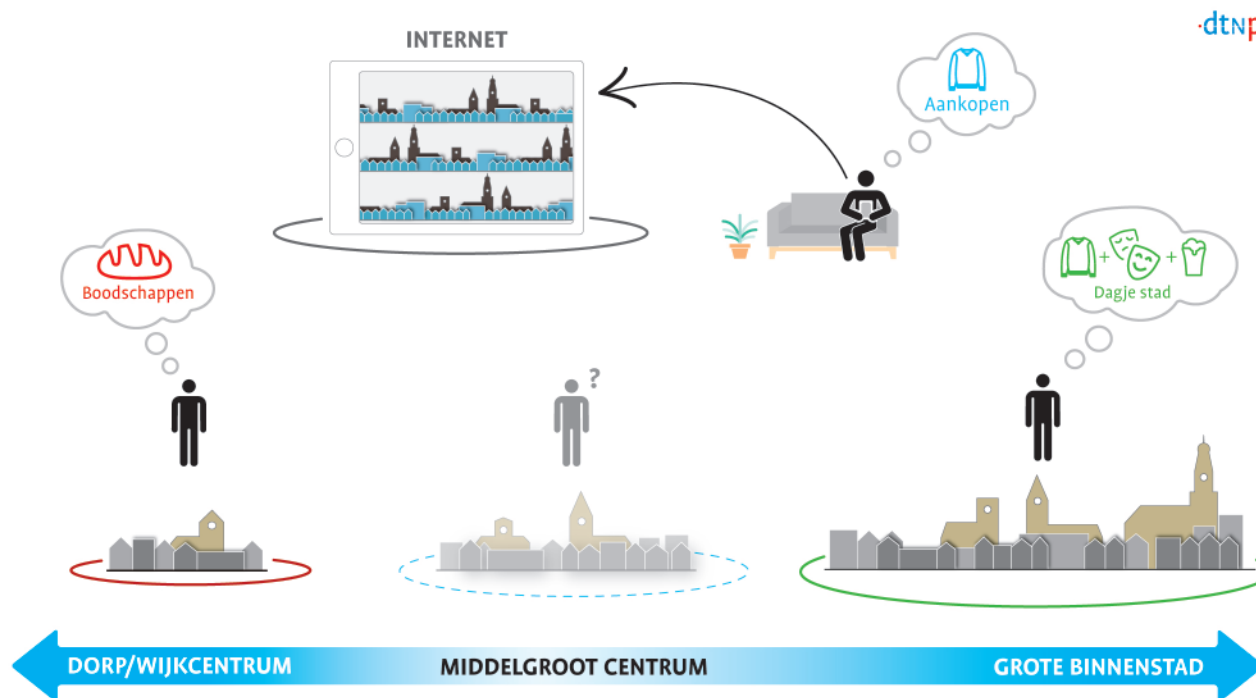
- Veel middelgrote centra bieden niet het bezoekgemak en de nabijheid van het dorps-/wijkcentrum en hebben niet het bijzondere, recreatieve aanbod van de grote stad. Deze centra vallen veelal tussen tafellaken en servet en hebben bovengemiddeld te kampen met toenemende leegstand, verminderde levendigheid en lagere investeringsbereidheid.

### Combinatiebezoek supermarkten

Supermarkten zijn voor dorps- en wijkcentra veruit de belangrijkste functie. Ook in Wijchen is het doen van boodschappen of een andere doelgerichte aankoop het meest voorkomende bezoekmotief (zie bijlage Middelgrote Centra Onderzoek). Supermarkten trekken duizenden bezoekers per week, meer dan elke andere centrumfunctie. Overige voorzieningen kunnen profiteren van de grote bezoekersaantallen van supermarkten, mits de supermarkt goed gelegen is. In Wijchen is het aantal bezochte voorzieningen per bezoek aan het centrum de laatste jaren afgenomen (zie bijlage), net als in veel andere centra.

Uit door DTNP uitgevoerd onderzoek (zie figuur volgende pagina) onder circa 3.700 respondenten in 25 dorps- en wijkcentra in Nederland blijkt dat circa 50% van de consumenten het supermarktbezoek combineert met een of meer andere dagelijkse en niet-dagelijkse winkels in hetzelfde winkelgebied. Dit geldt zowel voor service- als voor discountsupermarkten. Het onderzoek toont aan dat het aandeel supermarktbezoekers dat ook andere winkels bezoekt, toeneemt naarmate meer winkels dicht bij de supermarkt liggen. Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen.

Consumentengedrag in periode 2010-2021





## Coronacrisis versnelt ontwikkelingen

In het algemeen kan gesteld worden dat de hiervoor beschreven ontwikkelingen door de coronacrisis nog eens in een versnelling zijn geraakt. Per branche of sector zijn er echter wel sterke verschillen.

- In de detailhandelssector profiteren webwinkels, doe-het-zelfzaken en supermarkten het meest van de coronacrisis. Modewinkels krijgen de grootste klappen.
- Binnen de horecasector is de fastservice-sector er redelijk in geslaagd de schade te beperken. Restaurants en cafés hebben het

aanzienlijk zwaarder door de coronamaatregelen.

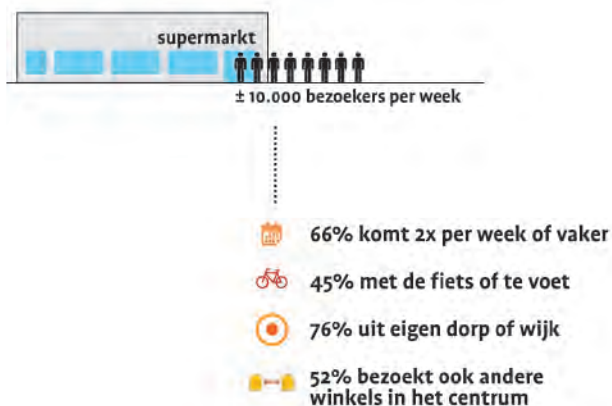
Naast de verschillen per branche is het effect van de coronacrisis ook verschillend per type winkelgebied.

- Wijk- en buurtcentra zijn (nog) beter gaan functioneren doordat de boodschappenfunctie hier vaak dominant aanwezig is. Juist tijdens de coronacrisis zijn consumenten vaker en dichter bij huis boodschappen gaan doen.



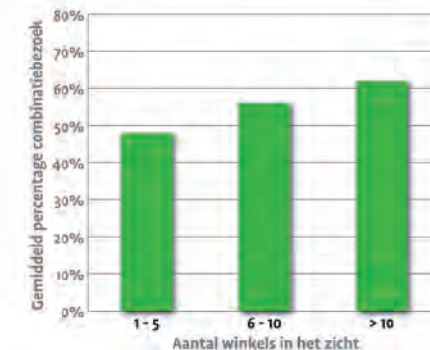
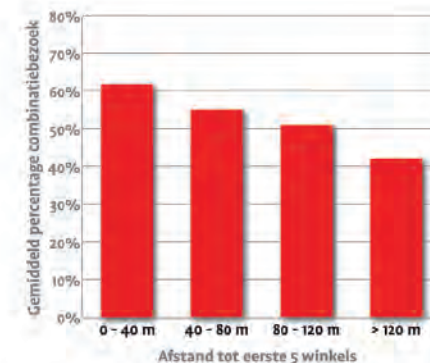
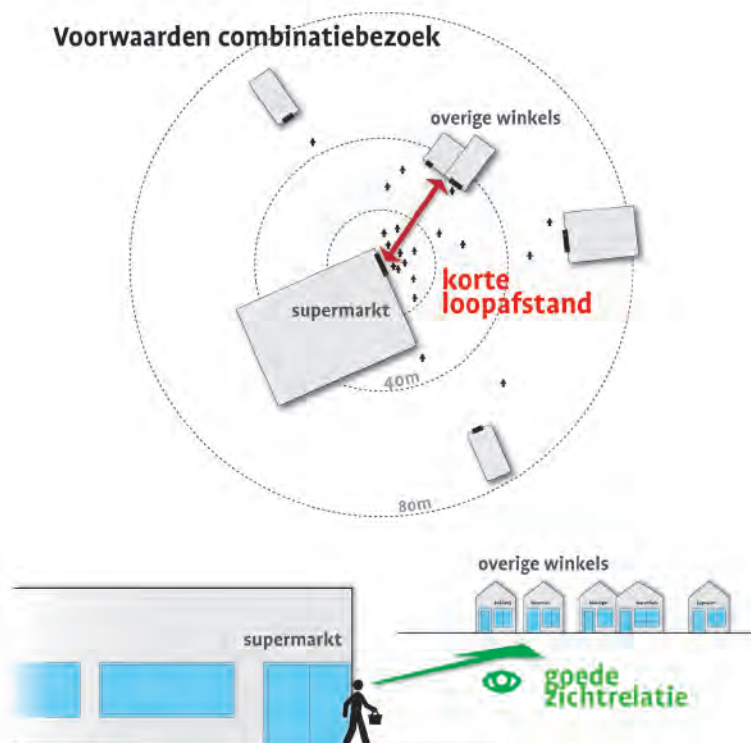
AH vervult trekkersfunctie bij Marktpromenade

## Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland



Bron: DTNP (2021), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

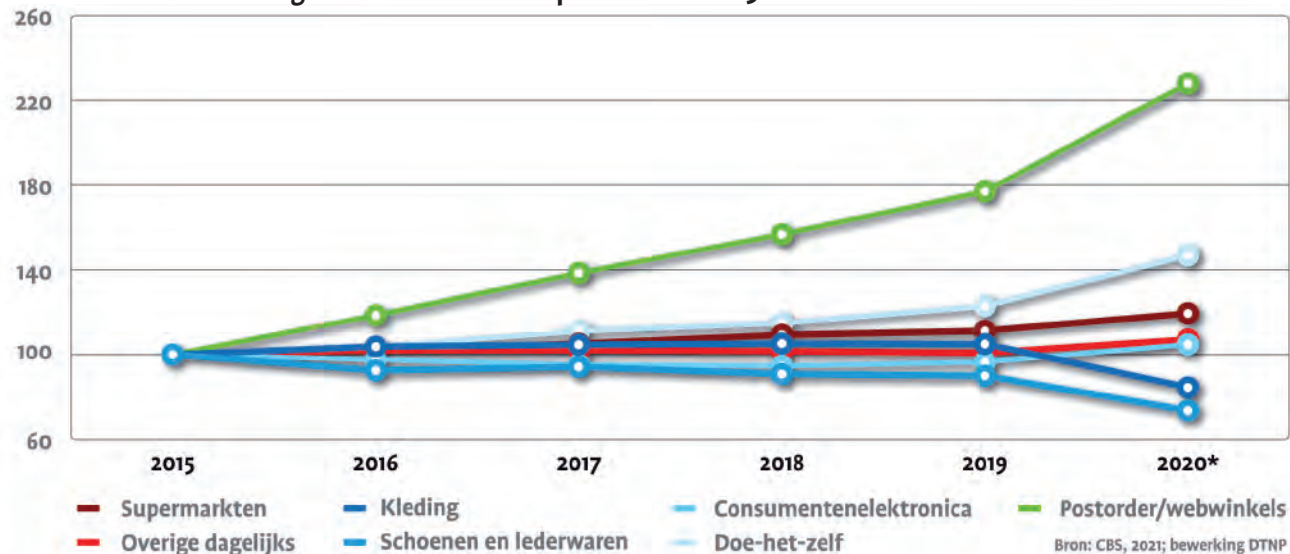
## Voorwaarden combinatiebezoek



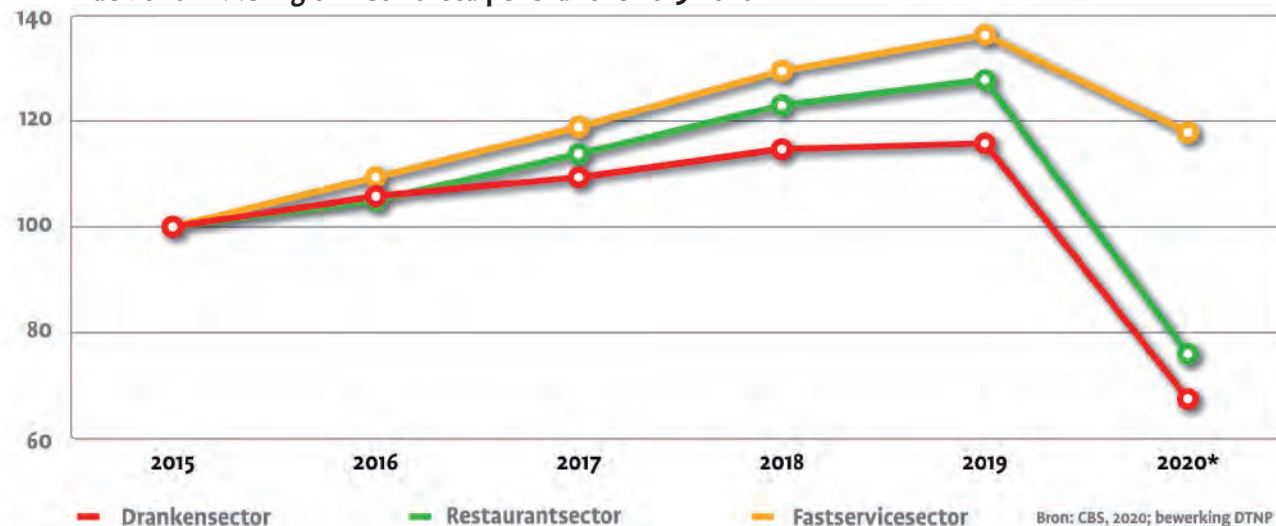
- Grote steden met een ruim recreatief voorzieningenaanbod hebben een grote klap gekregen. Verwacht wordt echter dat juist deze centra ook het meest veerkrachtig zullen zijn ná de coronacrisis, wanneer o.a. de horeca en cultuursector weer bezocht kunnen worden.
- De middelgrote centra zullen de meeste negatieve gevolgen ervaren. Consumenten hebben tijdens de coronacrisis, waarschijnlijk voor een groot deel blijvend, nog beter hun weg weten te vinden naar online-winkelen. De fysieke niet-dagelijkse winkels ondervinden hier de meeste hinder van. Juist de middelgrote centra hebben vaak een oververtegenwoordiging van dit niet-dagelijkse winkelaanbod, zonder daarbij over het zeer grote modeaanbod te beschikken dat de grote steden zo veerkrachtig maakt.

Wijchen-Centrum bevindt zich op het snijvlak tussen grotere dorpscentra en kleinere middelgrote centra. Het centrum heeft zich, in tegenstelling tot veel middelgrote centra, tot nu toe goed staande weten te houden. Dit is echter geen vanzelfsprekendheid.

Index ontwikkeling omzet detailhandel per branche 2015-2020



Index ontwikkeling omzet horeca per branche 2015-2020







## 2 Toekomstig haalbaar programma

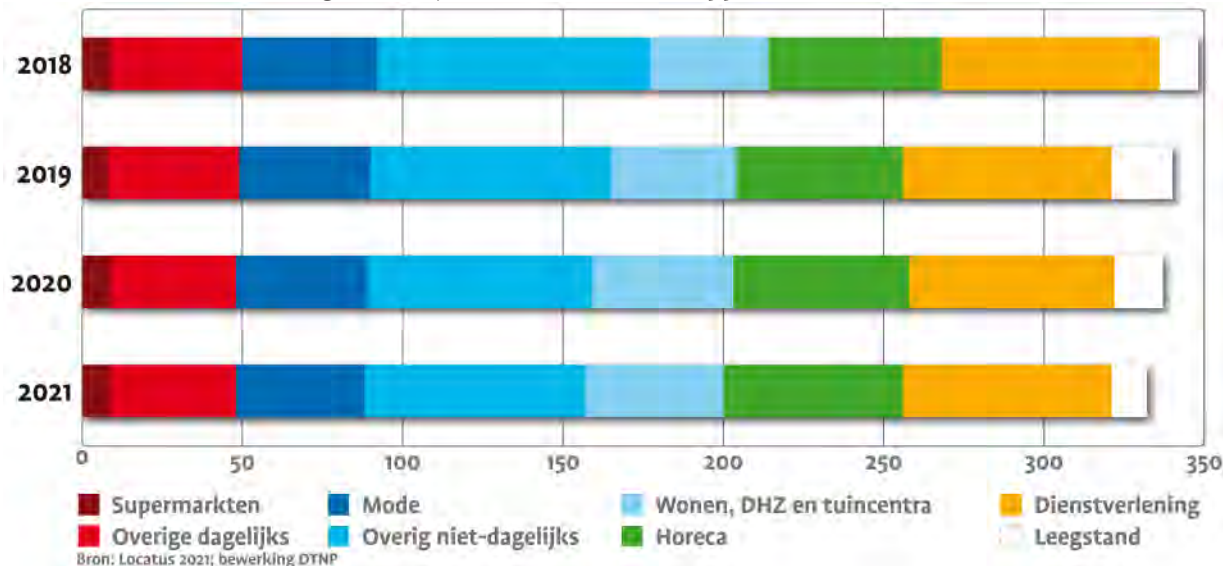


## 2.1 Impact landelijke trends in Wijchen

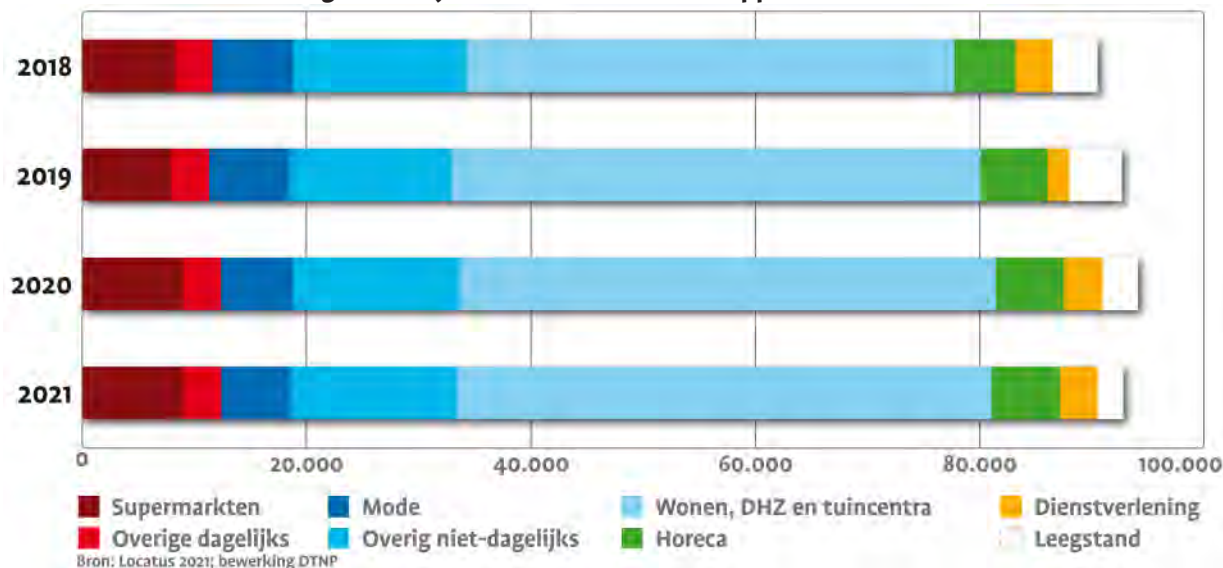
De in hoofdstuk 1 beschreven landelijke trends zijn op lokale schaal ook zichtbaar in de gemeente Wijchen. De ontwikkeling van het voorzieningenaanbod in de kern Wijchen laat zien dat het totale aantal verkooppunten de laatste jaren terugloopt en dat dit komt door een afname van het aantal winkels in de mode- en overige niet-dagelijkse branches. Het aanbod aan dagelijkse winkels, horecazaken en dienstverlening is stabiel. Het feit dat de leegstand niet is toegenomen toont aan dat er transformatie plaatsvindt van commercieel vastgoed naar niet-commerciële functies. Een voorbeeld hiervan is het pand van de voormalige Bristol op de hoek van de Spoorstraat en transformatie van het Aldi-pand naar kantoorpand voor ALEX advocaten.

In tegenstelling tot de ontwikkeling in aantal verkooppunten is het voorzieningenaanbod in m<sup>2</sup> wvo wel toegenomen, met name door een toename van het volumineuze aanbod (wonen, DHZ en tuincentra). De krimp in het mode-aanbod is ook in m<sup>2</sup> wvo zichtbaar. Tot slot is het supermarktaanbod tussen 2019 en 2020 toegenomen door de komst van de Lidl. Wel is in dezelfde periode de Coop in Woezik gesloten.

Aanbodontwikkeling kern Wijchen in aantal verkooppunten



Aanbodontwikkeling kern Wijchen in m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak





## 2.2 Marktruimteberekening

Bovenstaande aanbodontwikkeling toont aan dat het voorzieningenaanbod in de gemeente Wijchen in vergelijking met de landelijke (neerwaartse) trends relatief goed op peil bleef en dat de leegstand laag is. Om een kwantitatieve inschatting te maken van de mate waarin deze transformatie ook in de toekomst nodig blijft, is een marktruimteberekening gemaakt. Met een dergelijke berekening kan ook bekeken worden of er behoefte is aan nieuwe marktinitiatieven. Uit dit zogenaamde 'Distributie-Planologisch Onderzoek' wordt (voor de dagelijkse sector) duidelijk wat het toekomstig haalbare winkelprogramma zal zijn voor de gemeente Wijchen.

### Marktruimte dagelijkse winkelsector

Voor de dagelijkse winkelsector is de meest betrouwbare indicatie van de marktruimte te geven.

#### Uitgangspunten

- De Primos-bevolkingsprognose voor de gemeente Wijchen op 'Druuten-Wijchen in Cijfers' is achterhaald: er wordt daarin geen rekening gehouden met de woningbouwversnellingsambitie. De gemeente Wijchen gaat uit van 45.435 inwoners in 2030 bij realisatie van alle huidige woningbouwplannen (+2.700)

tot 2030. Het is op dit moment echter onduidelijk in hoeverre alle woningbouwplannen in dit tempo worden gerealiseerd\*. Doordat het tempo van realisatie van deze ambities grote invloed heeft op het draagvlak voor voorzieningen, is in het rapport gerekend met twee scenario's: een 'zeker' scenario dat uitgaat van een stabilisatie van het aantal inwoners (waarvoor met de verwachte huishoudensverdunding ook al ca. 700 woningen bijgebouwd moeten worden tot die tijd) en een meer onzeker scenario waarin de gemeente doorgroeit tot 45.435 inwoners in 2030.

- Inkomenscorrectie: het gemiddeld inkomen per inwoner in Wijchen is met € 25.900 nagenoeg gelijk aan het landelijk gemiddelde van € 26.000. Dit minimale verschil is doorberekend in de bestedingen per hoofd.
- Aandeel online: het aandeel online lag in de dagelijkse sector in Wijchen in 2016 rond de 1%\*\*\*, wat destijds normaal was in Nederland. Voor 2025 is het aandeel online op 7,5% geschat, mede op basis van vergelijkbaar koopstromenonderzoek in de Randstad

\* Gelet op onder andere doorlooptijden planontwikkeling, bouwcapaciteit aannemers, beschikbaarheid grondstoffen, oplopende bouwkosten, bezwaarprocedures en ervaringen bij andere grootschalige woningbouwontwikkelingen.

\*\* I&O Research/Ecorys (2016), Kopen@Regio Arnhem-Nijmegen.

(2016 en 2018) en recente versnellingen door corona. Gezien de onzekerheid voor de ontwikkeling van het online boodschappen doen op de lange termijn is een bandbreedte aangehouden van 10-15% online aandeel voor 2030. Gelet op de snelle ontwikkelingen voor de coronacrisis (elke twee jaar een verdubbeling van het markt-aandeel) en de versnelling als gevolg van de coronacrisis, achten wij 15% waarschijnlijker dan 10%. Deze online aankopen zijn in de som verwerkt door een (tweede) correctie uit te voeren op de winkelomzet per hoofd.



Aandeel online neemt toe in dagelijkse sector

Foto: Dick Vogelzang

**Koopkrachtbinding:** de koopkrachtbinding staat voor de mate waarin de dagelijkse winkels er in slagen de inwoners uit het verzorgingsgebied aan zich te binden. In 2016 is het Koopstromenonderzoek regio Arnhem-Nijmegen uitgevoerd\*. Hier is voor de hele gemeente Wijchen een koopkrachtbinding gemeten van 89% voor de bestedingen in fysieke dagelijkse winkels. Voor de som is deze binding vanaf 2020 licht naar boven bijgesteld op 90% vanwege de komst van de nieuwe Lidl die de variëteit in het supermarktaanbod van Wijchen heeft vergroot. Gezien de supermarktontwikkelingen die er

spelen in o.a. Grave, het nabije aanbod in Dukenburg (AH XL) en de komst van de nieuwe Plus-supermarkt in Overasselt is 90% binding in de toekomst naar verwachting het maximaal haalbare.

**Koopkrachttoevloeiing:** De toevloeiing is het aandeel van de omzet dat verdiend wordt met bestedingen van consumenten van buiten de gemeente Wijchen. Uit het in 2016 uitgevoerde Koopstromenonderzoek Arnhem-Nijmegen bleek deze toevloeiing ongeveer 10% te zijn\*. Sindsdien heeft Wijchen haar functie als aantrekkelijke boodschappenlocatie behouden

(o.a. bezogemak), maar een toevloeiing van boven de 10% lijkt gezien de ontwikkelingen in en om Wijchen niet reëel.

**Vloerproductiviteit:** In Nederland bedragen de gemiddelde bestedingen per m<sup>2</sup> in de dagelijkse winkelsector € 7.577 \*\*. Ook in Wijchen moet deze landelijk gemiddelde vloerproductiviteit als ondergrens worden gezien, om consumenten een kwalitatief goed aanbod en serviceniveau te kunnen bieden.

\* I&O Research/Ecorys (2016), Kopen@Regio Arnhem-Nijmegen.

\*\* Retail Insiders (2021), Omzetkengetallen 2020

### Indicatieve marktruimteberekening voor de dagelijkse winkelsector in de gemeente Wijchen\*

	2025	2030 (stabiel aantal inwoners)	2030 (snelle groei inwonertal)
a Aantal inwoners in gemeente Wijchen	41.150	41.150	45.435
b Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet), gecorrigeerd voor gemiddeld inkomen in Wijchen	€ 2.466 (met 7,5% online)	€ 2.266 à € 2.399 Effect internet (met 10 à 15% online)	€ 2.266 à € 2.399 (met 10 à 15% online)
c Koopkrachtbinding	90%	90%	90%
d Verwachte winkelomzet verzorgingsgebied (excl. btw) $a * b * c$	€ 91,3 mln	€ 83,9 à € 88,9 mln	€ 92,7 à € 98,1 mln
e Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing	10%	10%	10%
f Totale winkelomzet (excl. btw) $d / (1 - e)$	€ 101,5 mln	€ 93,2 à 98,7 mln	€ 103,0 à 109,0 mln
g Gemiddelde winkelomzet per m <sup>2</sup> wvo (excl. btw)	€ 7.577	€ 7.577	€ 7.577
h Potentieel winkelaanbod $f / g$	ca. 13.400 m <sup>2</sup> wvo	ca. 12.300 à 13.000 m <sup>2</sup> wvo	ca. 13.600 à 14.400 m <sup>2</sup> wvo
i Huidig winkelaanbod	ca. 12.400 m <sup>2</sup> wvo	ca. 12.400 m <sup>2</sup> wvo	ca. 12.400 m <sup>2</sup> wvo
j Indicatie uitbreidingsruimte $h - i$	ca. 1.000 m <sup>2</sup> wvo	ca. -100 à +600 m <sup>2</sup> wvo	ca. 1.200 à 2.000 m <sup>2</sup> wvo

\* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van Retail Insiders (2021), 'Omzetkengetallen 2020 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

**Vetgedrukt:** de meest waarschijnlijke kant van de bandbreedte, gelet op de recente (ver)snel(de) ontwikkelingen online.



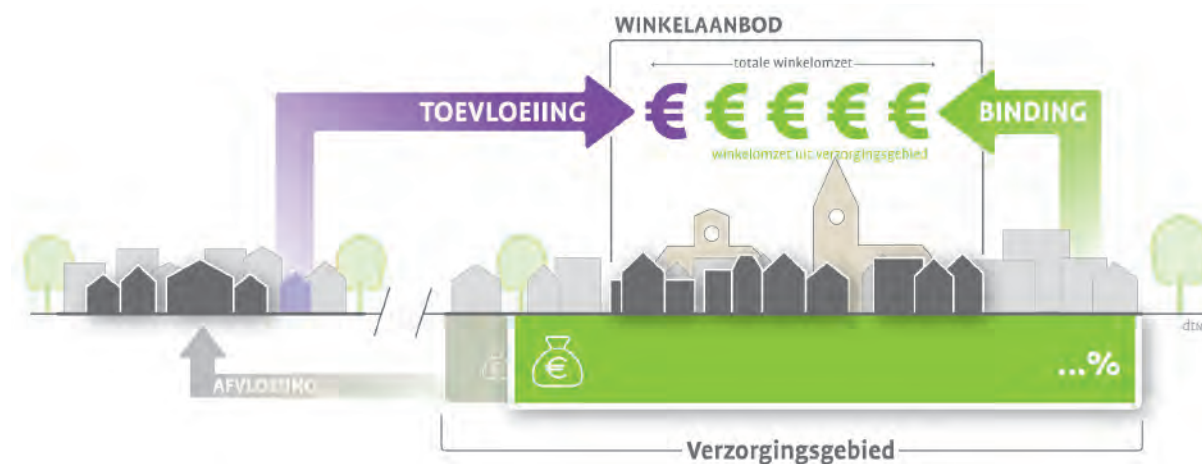
**Resultaat:** Uit de som komt voor 2025 kwantitatief gezien enige uitbreidingsruimte naar voren (circa 1.000 m<sup>2</sup>). Voor de langere termijn hangt de marktruimte in belangrijke mate af van het realisatietempo van de huidige woningbouwambities. Groeit de gemeente Wijchen door tot bijna 45.500 inwoners in 2030, dan ontstaat er ruimte voor het toevoegen van 1.200 à 2.000 m<sup>2</sup> wvo (komt in omvang overeen met de toevoeging van een supermarkt), blijft het aantal inwoners stabiel tot 2030, dan daalt de marktruimte tot -100 à +600 m<sup>2</sup> wvo (geen ruimte voor een extra supermarkt). Onze inschatting is dat de lage kant van de bandbreedtes de meest reële aannames zijn.

### Niet-dagelijkse winkelsector

In het koopstromenonderzoek dat in 2016 is uitgevoerd in de regio Arnhem-Nijmegen is ook gekeken naar de koopstromen in de niet-dagelijkse sector.

- Hieruit bleek dat de gemeente Wijchen een relatief sterke koopkrachtbinding van 59% heeft binnen deze sector. Na de grote steden Arnhem en Nijmegen is dit de hoogste binding binnen de onderzochte regio. De aanwezigheid van de woonboulevard in Wijchen levert een belangrijke bijdrage aan deze hoge binding. Daarnaast zijn de omvang en de diversiteit van het niet-dagelijkse aanbod in het centrum van Wijchen voor Wijchenaren

### Schematische weergave koopkrachtbinding en -toevoeiing



Dagelijks aanbod in het centrum van Wijchen



Divers niet-dagelijks aanbod in Wijchen-Centrum

Foto: Dick Vogelzang

voldoende aantrekkelijk om niet altijd naar de grote stad uit te wijken.

- De koopkrachttoevloeiing van de niet-dagelijkse winkelsector in de gemeente Wijchen bedraagt 25%. Dit is voor een dorp als Wijchen een 'normaal' aandeel. Het centrum van Wijchen is overwegend lokaalverzorgend, de woonboulevard oefent echter wel een regionale aantrekkingskracht uit op bijvoorbeeld inwoners van Nijmegen.
- Voor de niet-dagelijkse sector is een kwantitatieve marktruimteberekening minder eenduidig te maken dan voor de dagelijkse sector. De verschillen tussen de verdienmodellen van de verschillende branches binnen niet-dagelijkse sector zijn dusdanig groot dat er al snel een vertekend beeld ontstaat. Voor deze sector is het daarom relevanter om naar de landelijke en lokale ontwikkelingen te kijken. Deze trends tonen duidelijk aan dat de behoefte aan fysieke niet-dagelijkse winkels in Wijchen de laatste jaren is afgenomen en dat deze ontwikkeling ook in de toekomst door zal zetten. Binnen de niet-dagelijkse sector staat met name het modisch aanbod onder druk. Het is dan ook evident dat er in de gemeente Wijchen in de toekomst nog een aantal winkels uit dit segment zullen gaan verdwijnen. Hoeveel dit er precies zullen zijn, is echter lastig te voorspellen. →

## 2.3 Conclusie marktruimte

De gemeente Wijchen kent momenteel weinig leegstand, mede doordat vrijgekomen winkelpanden in het verleden al zijn getransformeerd naar niet-commerciële functies. De hoofdconclusie daarmee is dat Wijchen over een goede uitgangssituatie beschikt voor een vitale detailhandelsstructuur in de toekomst.

Specifiek voor de dagelijkse sector is er qua omvang momenteel een toekomstbestendige marktsituatie; in ieder geval tot 2030 is de huidige omvang 'krap genoeg' om de groei in online winkelen op te kunnen vangen zonder onder de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit te hoeven functioneren. Als gevolg van een *mogelijk* substantiële toename van de bevolking ontstaat er mogelijk op termijn ruimte voor een extra supermarkt in Wijchen. Het realisatietempo voor de plannen van de grote woningbouwlocaties die tot substantiële

Indien toch een berekening wordt gemaakt voor de niet-dagelijkse sector in het centrum van Wijchen, dan berekenen we een toekomstig **overaanbod van circa 1.000 m<sup>2</sup> vvo**. Deze berekening gaat met veel onzekerheden gepaard en is derhalve niet in dit rapport opgenomen. De resultaten bevestigen de verwachtingen die voortkomen uit de landelijke trends en ontwikkelingen.

groei van het aantal inwoners zullen leiden, is echter nog onzeker. Gelet op deze onzekerheid, in combinatie met de onzekerheid omtrent ontwikkelingen in de winkelmart en de bouwsector, én het feit dat winkelontwikkelingen plaatsvinden voor een langere termijn (en niet een korte termijn), acht DTNP het onverstandig om (te) positief te rekenen. Voor de komende jaren adviseert DTNP uit te gaan van het 'zekere' scenario, waarbij sprake is van evenwicht tussen vraag en aanbod (-100 à +600 m<sup>2</sup> vvo). In het vervolg van deze detailhandelsvisie wordt er ook met dit scenario gewerkt. Daarbij merken we op dat ook voor dit 'zekere' scenario, woningbouw (+700 tot 2030) en dus inspanning nodig is.

Binnen de niet-dagelijkse sector valt gezien de trends en ontwikkelingen wél enige krimp te verwachten, met name in het mode-aanbod.

### **Pas op termijn mogelijke discussie over nieuwe supermarkt**

Op het moment dat er meer zicht ontstaat in het realisatietempo van de woningbouwplannen en over de ontwikkelingen in de dagelijkse winkelsector, en substantiële woningbouw is gerealiseerd, kan heroverwogen worden of er dan aanleiding is voor het toevoegen van een extra supermarkt in Wijchen. Op dat moment zal opnieuw de marktruimte voor supermarkten moeten worden onderzocht, op basis van de dan beschikbare data en kennis, en een locatie-afweging gemaakt moeten worden (i.r.t. spreiding supermarkten, gewenste totale detailhandelsstructuur én woningbouwlocaties).





### 3 Visie detailhandelsstructuur



## 3.1 Ambities en uitgangspunten

### Ambities

Eind 2020 heeft de gemeenteraad van Wijchen de 'Economische visie Wijchen 2020-2030' vastgesteld. Daarin is de volgende ambitie uitgesproken voor Wijchen in 2030:

*“Een **levendige, innovatieve** en **duurzame** economie waar door **gezamenlijk investeren** in een **excellent ondernemers- en vestigingsklimaat**, **samenwerking én duurzaam ondernemerschap** een bijdrage wordt geleverd aan het prettig ondernemen, werken, wonen, recreëren voor ondernemers, inwoners van gemeente Wijchen en bezoekers”.*

In de visie zijn drie kernopgaven opgenomen die relevant zijn voor de detailhandelsstructuurvisie. Deze kernopgaven laten we ook leidend zijn bij de detailhandelsstructuurvisie. Zo sluiten beide beleidsstukken goed op elkaar aan.

1. Een krachtig centrum Wijchen met goede voorzieningen;
2. Het toekomstbestendig houden van winkelgebieden;
3. Mensen verleiden om Wijchen vaker en langer te bezoeken.

### Uitgangspunten

Uit hoofdstuk 1 (analyse) en hoofdstuk 2 (toekomstig haalbaar programma) volgen de volgende uitgangspunten:

- Wijchen kent momenteel relatief weinig leegstand en heeft daarmee een gunstige uitgangspositie. Het is dan ook de ambitie dit zo te houden;
- Winkels horen in (de bestaande) winkelgebieden. Daarbuiten wordt zeer restrictief omgesprongen met nieuwe vestigingen of uitbreidingen van winkels.
- In de dagelijkse winkelsector wordt vooralsnog uitgegaan van een balans tussen het huidige aanbod en de vraag in 2030. Alleen bij realisatie van substantiële woningbouw tot die tijd ontstaat mogelijk op termijn marktruimte voor uitbreiding. Op dit moment zijn er daar nog te veel onzekerheden voor en wordt uitgegaan van géén grote toevoegingen aan het aanbod;
- Van het voorzieningenaanbod zal het niet-dagelijkse winkelaanbod de grootste klappen krijgen, zowel door de tijdelijke effecten van de coronacrisis als door de structurele trends in de detailhandel;
- Ook andere sectoren, zoals de horeca en cultuur, ondervonden (en ondervinden) ernstige hinder van de coronacrisis. Het aantal faillissementen lijkt landelijk gezien tot dusver mee te vallen.

### Voorgaand beleid

De beleidsnotitie Detailhandel uit 2015 is het meest actuele beleidsstuk waarin ruimtelijk-economische keuzes zijn gemaakt over het te voeren detailhandelsbeleid en de te versterken detailhandelsstructuur op gemeente niveau.

Deze beoogde detailhandelsstructuur bestond destijds uit:

- Hoofdwinkelgebied Wijchen-Centrum (dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel en buurtoverstijgende voorzieningen);
- Drie buurtcentra met een nadruk op dagelijkse voorzieningen: Zuiderpoort, Wijchen-Noord (Tunnelweg) en Hof van Achterlo;
- Buurtsteunpunten Woezik en Alverna;
- Bestaande perifere locaties voor grootschalig aanbod in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en/of tuin.



## 3.2 Visie winkelstructuur

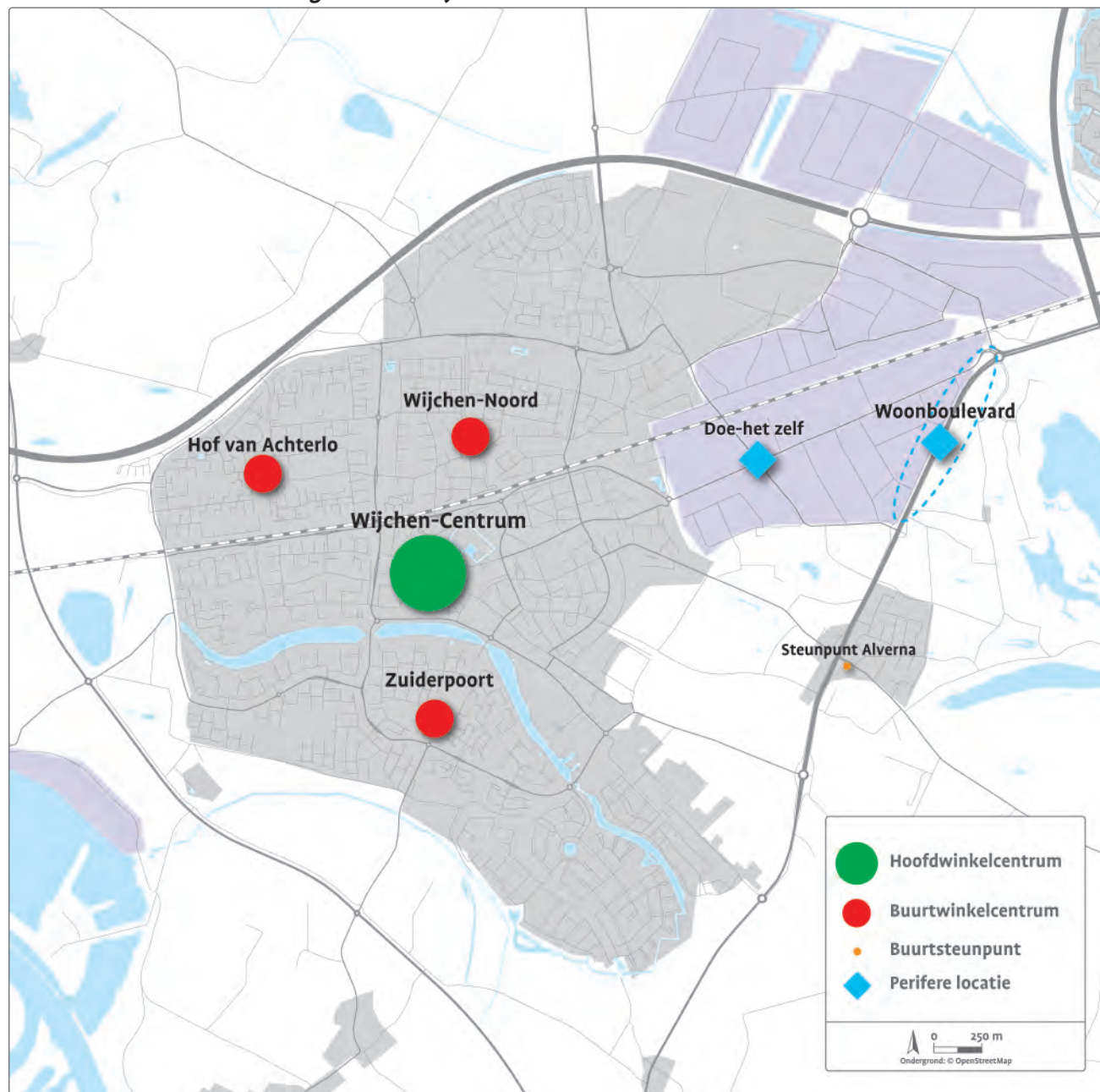
Gebaseerd op deze ambities en uitgangspunten wordt voor de toekomst ingezet op de volgende detailhandelsstructuur:

- **Wijchen-Centrum** als hoofdcentrum van de gemeente met het grootste en meest diverse aanbod aan winkels. Hier kan de Wijchenaar alles krijgen, van boodschappen tot mode, en van parfum tot leuke woonaccessoires. Ook voor de sectoren als horeca en dienstverlening is het centrum de belangrijkste locatie;
- **Drie gelijkwaardige buurtcentra** die primair gericht zijn op dagelijkse winkelaankopen: Zuiderpoort/Hart van Zuid, Wijchen-Noord en Hof van Achterlo;
- **Steunpunt Alverna** met een supermarktvoorziening die gericht is op dit dorp;
- **Twee thematisch geclusterde PDV-locaties:** de woonboulevard aan de Graafseweg-zone en doe-het zelf rondom de rotonde Nieuweweg.

### Primaat bij het centrum van Wijchen

Binnen de gewenste detailhandelsstructuur functioneert het centrum van Wijchen nadrukkelijk als hét hoofdcentrum van de gemeente. Daar is een compleet aanbod te vinden en moet ook in de toekomst alles te krijgen zijn. Dankzij het ruime en diverse winkelaanbod, de aanwezige horeca en de culturele trekpleisters is het centrum ook dé

### Visie detailhandelsstructuur gemeente Wijchen



ontmoetingsplek bij uitstek. Het centrum van Wijchen is centraal gelegen in de compacte kern; met de fiets is iedere inwoner van het dorp binnen 10 minuten in het centrum en met de auto zelfs binnen 6 à 7 minuten. De overige winkelcentra in de kern vooral moeten voorzien in de 'dagelijkse boodschap' voor de omliggende buurt en het hoofdcentrum dienen te ondersteunen. In hoofdstuk 4 wordt verder op het centrum van Wijchen ingezoomd.

### **Zuiderpoort: een compleet winkelcentrum**

In winkelcentrum Zuiderpoort/Hart van Zuid is een compleet winkelaanbod aanwezig met een supermarkt, een totaalpakket verzaken, een drogisterij en fastservicehoreca. Dit aanbod past bij de wijkfunctie die Zuiderpoort vervult voor veel van de buurten ten zuiden van het meer. Het sluit ook goed aan op andere wijkvoorzieningen rondom het winkelcentrum (o.a. sporthal, wijkcentrum, basisscholen). De inzet is om dit diverse aanbod in de toekomst te behouden; een modernisatieslag van het vastgoed is wel gewenst. Vanwege de ondersteunende functie die het winkelcentrum vervult én vanwege de nabijheid van dit hoofdcentrum is één supermarkt van moderne maatvoering (ca. 1.500 m<sup>2</sup> wvo, dus een beperkte uitbreiding) op deze locatie voldoende.

### **Wijchen-Noord: buurtboodschappen**

Wijchen-Noord vervult ook in de toekomstig gewenste detailhandelsstructuur haar functie als boodschappenlocatie voor het noordoosten van Wijchen. De supermarkt zorgt er, samen met enkele aanvullende functies, voor dat inwoners van de omliggende buurten binnen loopafstand een dagelijks voorzieningenaanbod hebben. Het deel aan de Lepelaarstraat krijgt op korte termijn de benodigde opknopbeurt. Een kleine uitbreiding van de bestaande Coop (indicatie: +200 m<sup>2</sup> wvo) kan deze winkellocatie toekomstbestendiger maken en zo het behoud van de spreiding bewaken.

### **Hof van Achterlo: buurtboodschappen**

Hof van Achterlo vervult in de toekomst haar functie als boodschappenlocatie voor het noordwesten van Wijchen. Eén supermarkt is voldoende om deze rol te vervullen (er zijn er nu twee). Het draagvlak neemt door de woningbouwplannen bij de Vormerse Plas (minimaal +650 woningen) wel toe, maar ook hier geldt: door de centrale ligging van het centrum van Wijchen is een tweede supermarkt bij Hof van Achterlo beleidsmatig geen doel.

### **Buurtsteunpunt Alverna (en andere kleine kernen)**

Alverna kent een hechte lokale gemeenschap. De aanwezige buurtsupermarkt is van duidelijke toegevoegde waarde voor de leefbaarheid van dit dorp. Het is dan ook de ambitie om dit steunpunt in



**Zuiderpoort als compleet buurtwinkelcentrum**

Foto: Dick Vogelzang



**Gevel Lepelaarstraat binnenkort opgeknapt**

Foto: Dick Vogelzang



**Buurtwinkelcentrum Hof van Achterlo**



de benen te houden. Gezien het beperkte verzorgingsgebied is dit echter niet vanzelfsprekend. De revitalisering van Wighenerhorst kan hier wel positief aan bijdragen.

In de andere kleine kernen van de gemeente zijn geen kleine buurtsupers (meer) gevestigd. In de meeste kernen is het draagvlak ook te klein. Indien zich een initiatief voordoet, bijvoorbeeld in Bergharen, dan kan daar in het kader van de leefbaarheid aan meegewerkt worden. Het dient daarbij wel om een klein initiatief te gaan (en dus niet om een grote supermarkt).

### **Thematische clustering op bedrijventerrein**

Op het bedrijventerrein van Wijchen worden twee uitzonderingslocaties aangewezen voor detailhandel die vanwege de aard van de verkochte producten en de omvang van de winkels niet kan 'landen' in de overige winkelcentra. Het gaat hier om winkels die actief zijn in de volumineuze branches wonen, doe-het-zelf en tuin. Voor de toekomstige structuur is ervoor gekozen deze winkels thematisch te clusteren op twee locaties, zodat de aanwezige winkels elkaar ook kunnen versterken en er voor de consument meer samenhangende gebieden kunnen ontstaan om te bezoeken. De ambitie is nieuwvestigings in deze gebieden te stimuleren en terughoudend om te gaan met nieuwe vestigingen daarbuiten.

- In de zichtzone langs de Graafseweg wordt ingezet op het thema wonen. Hier bevindt zich al op meerdere locaties Woonboulevard Wijchen met diverse woon- en meubelzaken. Met het aanwijzen van deze zichtzone als concentratiegebied voor winkels in het thema wonen wordt de ambitie uitgesproken deze 'losse' locaties meer één geheel te laten zijn.
- Rondom de rotonde Nieuweweg-Buys Ballotstraat-Kamerlingh Onnesstraat wordt ingezet op het thema doe-het-zelf. Het profiel dat autonoom daar aan het ontstaan is\*, wordt zo versterkt.

\* O.a. bouwmarkten, de recente opening van Toolstation en bedrijven in (grove) bouwmaterialen.

- Ook in het Kraanvogelgebied ligt een cluster met detailhandel. Momenteel wordt herontwikkeling van dit gebied tot woongebied onderzocht.

### **Winkels buiten de gewenste structuur**

Buiten de hierboven beschreven gewenste detailhandelsstructuur zijn nieuwe detailhandelsvestigingen waarvoor een bestemmingsplanwijziging nodig is ongewenst. Bestaande rechten van verspreid gevestigde winkels worden gerespecteerd en beperkte uitbreiding van deze winkels kan worden ondersteund, indien dit noodzakelijk is om te kunnen vernieuwen/verduurzamen.



**Kraanvogelgebied krijgt mogelijk andere invulling**

Foto: Dick Vogelzang

### 3.3 Aanbevelingen

Met afgevaardigden van elk van de centra uit de gewenste detailhandelsstructuur is gesproken over kansen die specifiek voor hun winkelgebied gepakt kunnen worden. Voor het centrum van Wijchen zijn veel (nieuwe) kansen genoemd (zie hoofdstuk 4). Voor de overige centra gaat het om de volgende kansen:

#### Zuiderpoort

Voor Zuiderpoort is het doel dit winkelcentrum te ontwikkelen tot een aantrekkelijk 'Hart van Zuid'. Aan de hand van de gebiedsvisie kan hier een grondige herontwikkeling van de grond komen. Hierbij wordt het vernieuwde winkelcentrum gecombineerd met onder andere het wijkcentrum, een sporthal, zorgvoorzieningen en een basisschool. Bij de ontwikkeling van het nieuwe Hart van Zuid is het zaak rekening te houden met de beperkte beschikbare markt-ruimte en spreiding van winkels op schaal van de gemeente, en in het bijzonder van de supermarkten (zie ook paragraaf 3.2).

#### Wijchen-Noord

Wijchen-Noord blijft in de toekomst haar rol vervullen als (dagelijks) buurtboodschappen-centrum voor het noordoosten van Wijchen.

Voor het bestendigen van deze functie liggen er een aantal kansen:

1. Het vastgoed aan de Lepelaarstraat verdient een opwaardering, zodat hier weer een aantrekkelijk winkelfront ontstaat. De vastgoedeigenaar heeft dit inmiddels ook gerealiseerd.
2. Voor de ontwikkeling van Wijchen-Noord als geheel is het van belang de vastgoedeigenaren hier meer bij te betrekken en de samenwerking tussen ondernemers en eigenaren te versterken. Ondernemers en eigenaren kunnen ook samen optrekken
3. Wijchen-Noord ondervindt enige overlast van hangjeugd. Deze overlast dient bij de gemeente gemeld te worden, die vervolgens overlastbeperkend kan handelen (preventie, alternatieve locaties, begrip).
4. Wijchen-Noord heeft met name op drukke momenten te maken met logistieke/verkeerskundige opgaven. Dit komt vooral voort uit de parkeersituatie (haaksparkeerplaatsen). Nader onderzoek naar mogelijke oplossingen hiervoor is gewenst.



Werk toe naar een collectieve promotie van winkelcentrum Wijchen-Noord

Foto: Dick Vogelzang



## Hof van Achterlo

Ook Hof van Achterlo functioneert in de toekomstig gewenste structuur als buurtboodschappencentrum. Voor dit winkelcentrum liggen er de volgende twee kansen:

1. Meer complementair gebruik van standplaatsen. Standplaatsen zouden het aanbod van de supermarkten verder kunnen verrijken door de standplaatsmogelijkheden bij Hof van Achterlo breder onder de aandacht te brengen. De bestaande kraampjes zijn al populair.
2. Doordat nagenoeg alle winkelmeters bij Hof van Achterlo worden ingevuld door de twee supermarkten oogt de plint momenteel erg gesloten. Met name bij de parkeerplaatsen kan worden gewerkt aan een aantrekkelijker en meer open gebruik van de glazen pui.

## Woonboulevard

Op het bedrijventerrein wordt toegewerkt naar een thematische clustering van functies, waarbij de woonboulevard één van deze clusters wordt. Er liggen de volgende kansen om dit te realiseren:

1. Voor een duidelijk herkenbare woonboulevard is het van belang toe te werken naar een meer aaneengesloten boulevard langs de Graafseweg. Nieuwe woonwinkels die zich melden bij de gemeente (bijvoorbeeld voor een omgevingsvergunning) of eigenaren worden door de gemeente gewezen op haar ambities tot concentratie aan de woonboulevard. Zij worden ook in contact gebracht met de eigenaar van de woonboulevard. Op deze manier worden de huidige onderbrekingen in de boulevard zoveel mogelijk opgevuld.
2. De uitstraling van de woonboulevard kan worden verbeterd door te investeren in de plekken waar het vastgoed momenteel een laagwaardige uitstraling heeft.
3. De samenwerking met het centrum van Wijchen kan worden versterkt. Bezoekers van de woonboulevard kunnen actief worden doorverwezen naar het centrum en er kunnen gezamenlijke promotieacties worden opgezet.



Verfraaien gesloten plint Hof van Achterlo

Foto: Dick Vogelzang



Werk toe naar aaneengesloten Woonboulevard

Foto: Dick Vogelzang

## 3.4 Beleidsregels

### Vertaling naar bestemmingsplan/omgevingsplan

Met het ruimtelijk detailhandelsbeleid uit paragraaf 3.2 geeft de gemeente duidelijkheid voor marktpartijen over waar investeringen wel en niet zijn gewenst. Om succesvol ruimtelijk detailhandelsbeleid te kunnen voeren, is het van belang dat de visie wordt vertaald in bestemmings-/omgevingsplannen. Dit gebeurt in principe bij de eerstvolgende herziening van een bestemmingsplan of bij het opstellen van het nieuwe omgevingsplan (na vaststelling van de omgevingswet).

Het bestemmingsplan (omgevingsplan) is het meest krachtige instrument dat de gemeente tot haar beschikking heeft om ruimtelijk beleid te voeren. Hierin wordt door middel van bestemmingen en voorschriften structureel bepaald waar wel en waar geen detailhandel is toegestaan. In het bestemmings- (of omgevings)plan kan de gemeente gebieden aanwijzen waar detailhandel mag plaatsvinden. Hoofdstuk 3 en (voor het centrum) 4 geven daar handvatten voor.

### Winkels in winkelgebieden

Buiten de aangewezen winkelgebieden wordt in principe geen (uitbreiding van) detailhandel

toegestaan. Winkels horen per slot van rekening thuis in winkelgebieden. In sommige gevallen kan echter afgeweken worden van deze basislijn. Hieronder gaan we in op de specifieke uitzonderingen voor de gemeente Wijchen.

### Perifere locaties: aard en omvang van goederen

De aard of omvang van goederen die winkels verkopen is ruimtelijk relevant wanneer het gaat om volumineuze goederen. De uitstalling van volumineuze artikelen is vaak moeilijk inpasbaar in reguliere centrumgebieden. Onder andere winkels binnen de volgende branches hebben daar mee te maken:

- detailhandel in volumineuze 'woninginrichtingsartikelen' zoals keukens, badkamers, sanitair, vloeren, zonwering, meubels en jacuzzi's;
- bouwmarkten en andere allround doe-het-zelfzaken;
- tuincentra;
- andere detailhandel in uitsluitend zeer volumineuze artikelen ( $> 1 \text{ m}^3$ ), zoals speeltoestellen;
- detailhandel in grove bouwmaterialen.

Het is niet wenselijk zomaar overal dit type winkels toe te staan. Veiligheid is bijvoorbeeld een zorg met consumentenverkeer op bedrij-

venterreinen. Op de aangewezen locaties op het bedrijventerrein van Wijchen is dit wel goed inpasbaar (reeds ingericht op en in gebruik door winkels).

De genoemde branches zijn in principe ook in centra inpasbaar. Om in aanmerking te komen voor vestiging op het bedrijventerrein moeten ze daarom voldoen aan de volgende criteria:

- van een grote omvang zijn ( $> 1.000 \text{ m}^2$  winkelvloeroppervlak);
- niet dan wel beperkt branchevreemd aanbod verkopen en dit aanbod moet passen bij het hoofdassortiment. Het nevenassortimentsdeel neemt niet meer ruimte in beslag dan  $250 \text{ m}^2$  wvo of 10% van het netto winkelvloeroppervlak. Bovendien mag één afzonderlijke hoofdbranche niet meer dan  $50 \text{ m}^2$  wvo bedragen. De reden hiervoor is dat een oppervlak van  $250 \text{ m}^2$  wvo alsnog zelfstandige aantrekkingskracht uitoefent en dat is niet in lijn met de basisprincipes van het gemeentelijk detailhandelsbeleid. Ongebreidelde verkoop van branchevreemde artikelen op perifere locaties buiten de centra dient te worden voorkomen.

Winkels in de branches wonen en doe-het-zelf kunnen zich vestigen op de twee aangewezen



concentratiegebieden. Voor tuincentra en andere winkels in zeer volumineuze goederen kan naar solitaire perifere locaties worden gekeken als de behoefte daarvoor is aangetoond (regionale afstemming). Hiervoor dient een maatwerkafweging te worden gemaakt.

### **Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit**

Van oudsher vindt detailhandel plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten. De vraag die zich daarbij vaak voordoet is in hoeverre de detailhandelsactiviteit ondergeschikt is en/of deze noodzakelijk en/of gebruikelijk is voor de hoofdactiviteit. Voor de planologische vertaling in bestemmingsplannen zijn vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, aantrekkende werking consumentenverkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling, reclame) relevant. Hiervan is vooral sprake indien verkoop plaatsvindt in een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (winkelruimte).

#### *Agrarische bedrijven*

Vanuit de ambities voor een levendig, economisch gezond en toeristisch aantrekkelijk buitengebied is in beperkte mate verkoop mogelijk bij agrarische bedrijven. Deze vorm van detailhandel is voor ondernemers een extra

inkomstenbron en is aantrekkelijk voor recreanten in het buitengebied. Daarom is hier wel een uitstraling als verkooppunt toegestaan. Voorbeelden hiervan zijn Kaas- en Zuivelboerderij De Diervoort en fruitbedrijf De Elshof.

De gemiddelde omvang van dagelijkse winkels, exclusief supermarkten, in de gemeente Wijchen is 86 m<sup>2</sup> vvo. Om de balans met de hoofdambitie vanuit de detailhandel te bewaken, zijn er concrete richtlijnen opgenomen voor detailhandelsactiviteiten bij boerderijen:

- de fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten beperkt zich tot maximaal 75 m<sup>2</sup> vvo;
- de verkochte artikelen zijn primair lokaal vervaardigd.

#### *Trafficlocaties*

Op trafficlocaties (bijvoorbeeld een tankstation, treinstation) waar ondergeschikte detailhandel plaatsvindt, dient het assortiment gericht te zijn op de behoefte van de reiziger (bijvoorbeeld motorolie, flesje drinken en belegd broodje voor onderweg).

#### *Non-food-productiebedrijf*

Bij een productiebedrijf wordt in beperkte mate detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit toegestaan ('productiegebonden detailhandel').

Belangrijk is dat deze detailhandel de verkoop betreft van door het bedrijf/op het perceel zelf geproduceerde of bewerkte producten. Een voorbeeld hiervan is het laten maken van een kentekenplaat bij een autogarage. Er is geen uitstraling als winkel of vergelijkbare verkeersaantrekkende functie. De fysieke uitstalruimte is maximaal 20% van het bedrijfsvloeroppervlak, en niet meer dan 50 m<sup>2</sup> vvo.

### **Internetverkoop**

Detailhandel betreft het bedrijfsmatig te koop aanbieden (en tonen), verkopen en/of leveren van goederen aan particuliere consumenten. Er ontstaan nieuwe vormen van detailhandel; naast de traditionele winkel zijn er allerlei vormen van internetverkoop en afhaalpunten. Voor het ruimtelijk detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in bestemmingsplannen zijn vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, verkeer) en de verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling) relevant.

De betaling ter plaatse (voorheen een belangrijk onderscheidend criterium tussen een 'toonzaal' en een 'winkel') is, met de toenemende mogelijkheden voor betaling op een andere (virtuele) locatie, niet meer relevant in het ruimtelijk beleid.

Wanneer de consument ter plaatse komt, is er sprake van een ruimtelijke detailhandelsactiviteit, die planologisch als zodanig wordt beoordeeld (incl. showroom en afhaaloket). Afhaalpunten van internetwinkels zijn derhalve alleen toegestaan in de centra. Deze activiteiten passen tenslotte prima binnen de wenselijke winkelstructuur. De gebieden binnen die structuur zijn bovendien al ingericht op consumenten(verkeer).

Internetwinkels die geen aan de winkelactiviteit gerelateerde ruimtelijke kenmerken hebben, zijn niet relevant voor het detailhandelsbeleid en moeten voldoen aan de bestemming van de betreffende locatie (wonen, bedrijf, kantoor, agrarisch). Zo is een distributiecentrum van een internetwinkel op bedrijventerreinen toegestaan, zolang hier geen consumenten ter plaatse komen.

### **Afwijkingsbevoegdheid**

Gemeenten zijn bevoegd om gemotiveerd af te wijken van vastgesteld beleid in situaties die vanwege het uitzonderlijke karakter een bijzondere beoordeling behoeven. Eventuele afwijkingen moeten overtuigend en specifiek gemotiveerd en onderbouwd worden om een juridische toetsing te kunnen doorstaan. Met dergelijke afwijkingen dient terughoudend

omgegaan te worden. Een onzorgvuldige uitzondering op beleid creëert onzekerheid en mogelijk een juridische precedent. Dit verzwakt de kracht van deze visie als beleidsinstrument.

### **Detailhandel op locatie buiten de gewenste structuur**

Op diverse plekken in de gemeente, en dan met name in de kern Wijchen, zijn solitaire winkels gevestigd. Deze zijn zowel op bedrijventerreinen als op locaties in de (veelal oudere) wijken van Wijchen te vinden. Detailhandel op deze locaties draagt niet bij aan de gewenste detailhandelsstructuur. Er wordt op dit moment niet gekozen voor actieve sanering van deze winkels (bestaande rechten worden gerespecteerd). Wel wordt, als de eigenaar van het pand dat wenst, actief meegedacht over en meewerkt aan transformatie naar andere functies.





## 4 Toekomstvisie centrum Wijchen



In de detailhandelsstructuur voor de gemeente Wijchen wordt het primaat bij het centrum van Wijchen gelegd. Het is hét (ontmoetings)hart van Wijchen, waar alles te krijgen is, met het meest diverse aanbod aan voorzieningen. In dit hoofdstuk zoomen we verder in op het centrum. De input vanuit de klankbordgroep is verwerkt in de analyse en visie op het centrum. Dit geldt ook voor de ondernemersenquête die is uitgevoerd. De grafieken en overige uitkomsten van de enquête zijn terug te vinden in de bijlage.

### Tussen Kasteel en Wijchens Meer (TKWM)

Het centrum van Wijchen staat aan de vooravond van de grootste centrumontwikkeling in jaren tijd: TKWM. De exacte vorm, contouren en invulling van het plan worden nog uitgewerkt. In het kader op p. 35 gaan we nader in op dit grote project.



Wijchen heeft een sfeervol centrum

Foto: Dick Vogelzang



Gezellige ontmoeting op de Markt...

Foto: Dick Vogelzang



...en in het café

Foto: Dick Vogelzang



Divers palet aan voorzieningen

Foto: Dick Vogelzang



Verspecialzaken



## 4.1 Analyse Wijchen-Centrum

### Aanbodontwikkeling beter dan landelijke trend

Het aanbod aan publieke functies in het centrum van Wijchen is de laatste jaren in omvang relatief stabiel gebleven en in aantal verkooppunten licht afgenomen (zie grafieken op volgende pagina).

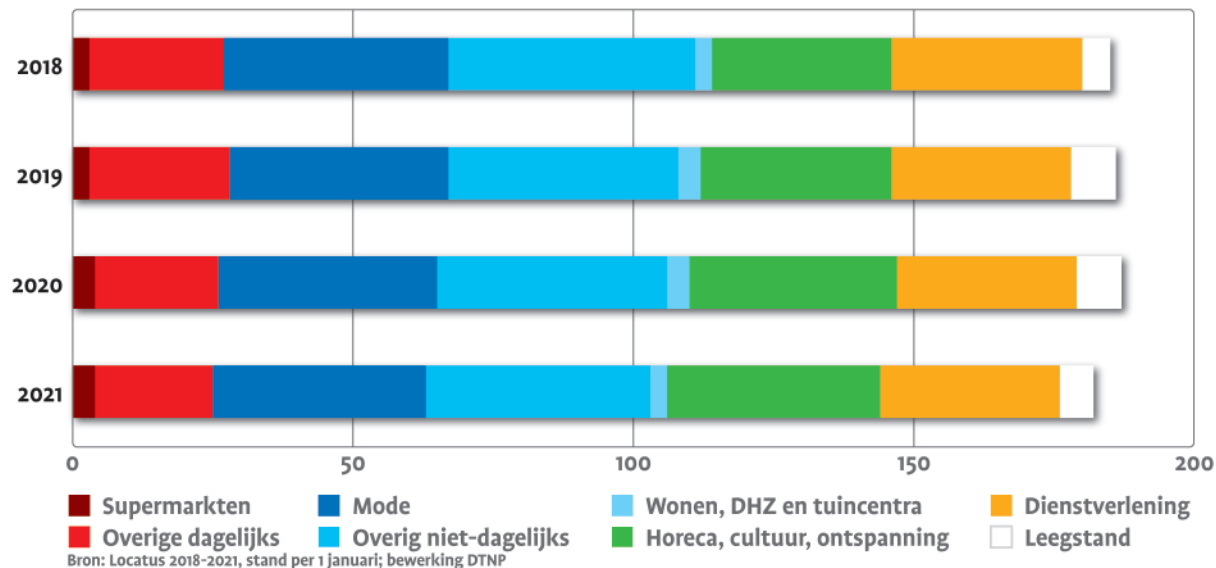
- Met de komst van Lidl in 2019 in de Touwslagersbaan werd het pand van de voormalige Jan Linders weer opgevuld.
- In 2019 werd ook de Emté-supermarkt omgebouwd tot de huidige Jumbo aan de Herenstraat.
- Het niet-dagelijkse winkelaanbod, en dan met name het aantal mode-winkels, is de laatste jaren teruggelopen. De afname is in lijn met de landelijke trend, maar wel minder hard dan in vergelijkbare (middelgrote) centra.
- De krimp in het niet-dagelijkse aanbod is qua oppervlakte grotendeels opgevangen door een toename van het horeca-aanbod.

### Verschillend aanbod per straat

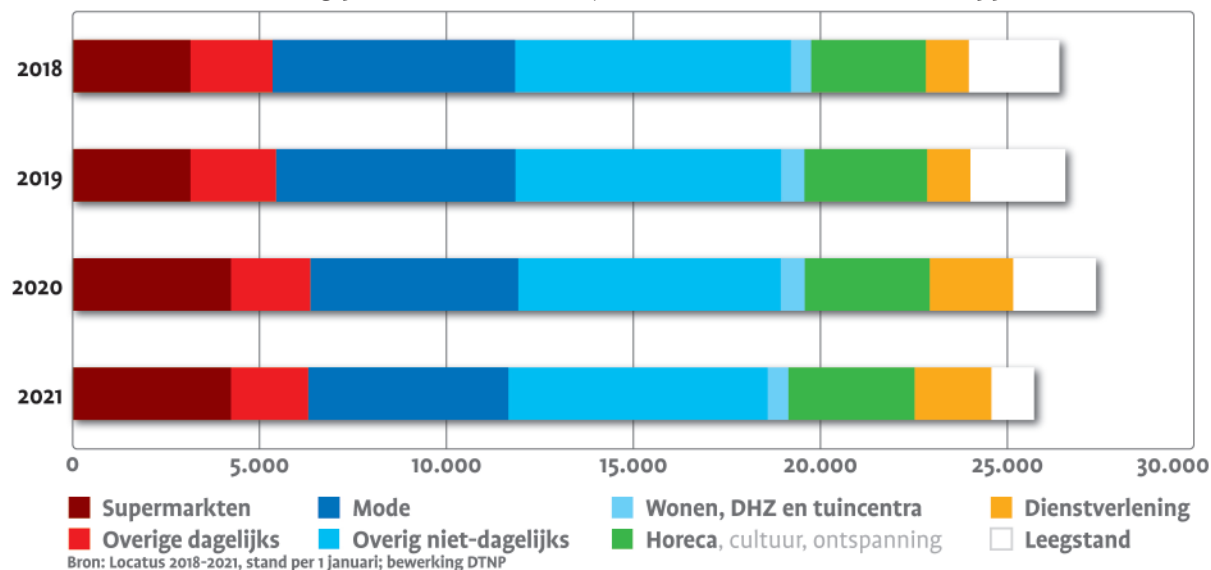
De straten in het centrum van Wijchen verschillen onderling sterk, mede door de verschillen in branchesamenstelling van het aanbod.

- De Markt is het hart van Wijchen-Centrum. De laatste jaren heeft dit plein zich meer en

Aanbodontwikkeling publieke functies Wijchen-Centrum in verkooppunten



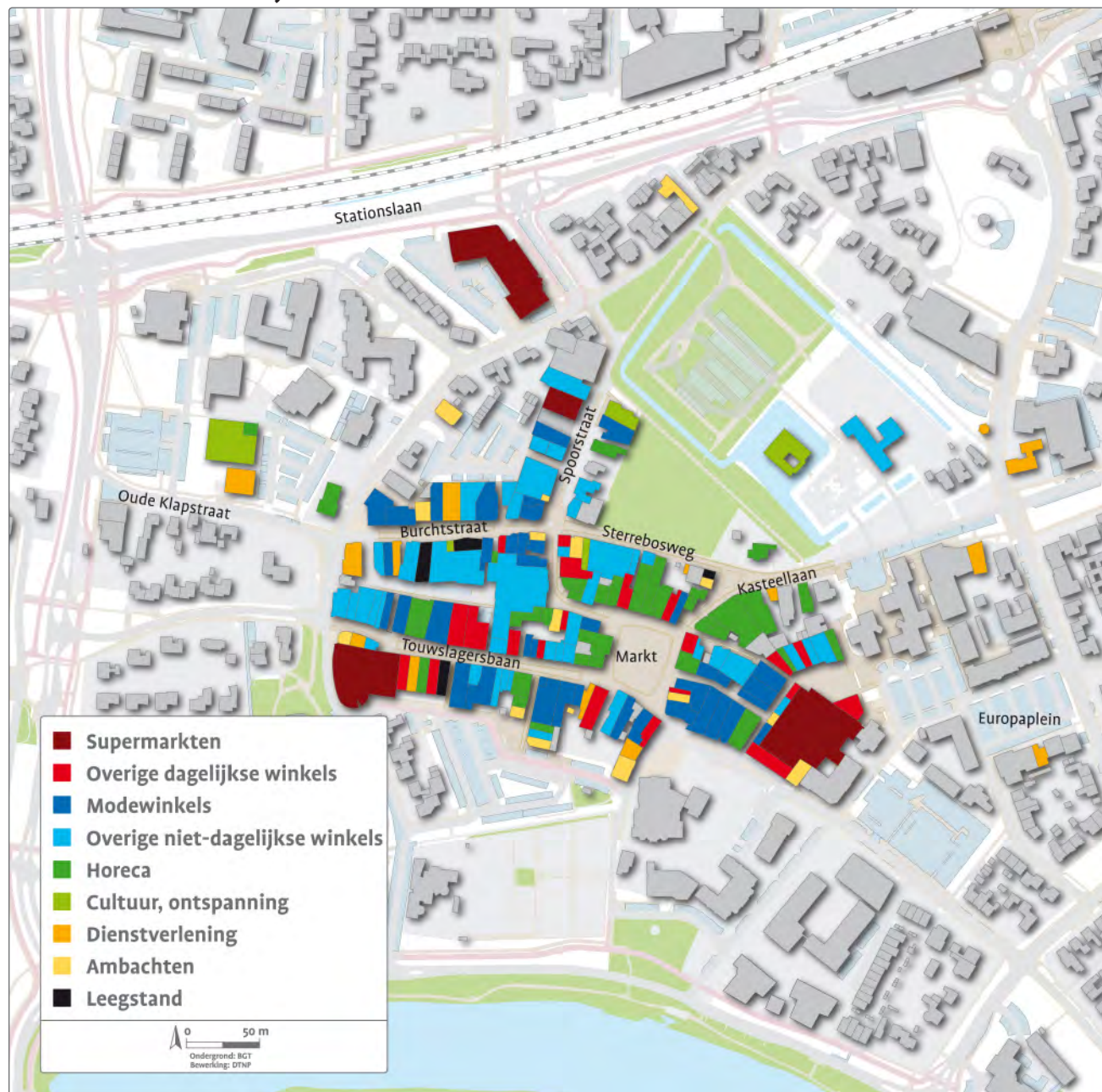
Aanbodontwikkeling publieke functies Wijchen-Centrum in winkelvloeroppervlak



meer ontwikkeld tot horecacluster, met aan de zuid- en oostwand nog een aantal detailhandelsvestigingen.

- Aan het Europaplein is een sterk boodschappencluster, met onder andere Albert Heijn (met 1.600 m<sup>2</sup> vwo de grootste supermarkt in Wijchen), een bakker, groenteboer, slijter, bloemist en een kleine zaak met buitenlandse producten, te vinden.
- De Marktpromenade verbindt het Europaplein met de Markt. Het aanbod in deze overdekte promenade bestaat met name uit niet-dagelijkse winkels, waaronder veel modezaken. Het (monofunctionele) vastgoed van de Marktpromenade is vooral geschikt voor winkels.
- De Touwslagersbaan is de meest diverse centrumstraat. Hier zijn naast modewinkels en overige niet-dagelijkse winkels ook versspecialzaken en horecazaken te vinden. Met onder andere Lidl beschikt deze straat ook over een sterke trekker. De diversiteit, de supermarkt en de parkeergelegenheid geven deze straat een gunstige uitgangspuntpositie.
- Ook in de 'Kromme Elleboog' (zuidelijk deel Spoorstraat) is een divers voorzieningen-aanbod aanwezig. De Hema vervult hier de rol als publiekstrekker.

### Branchekaart centrum Wijchen





- In de Burchtstraat is deze diversiteit minder aanwezig. Deze straat bestaat overwegend uit modewinkels, overig niet-dagelijks aanbod en enkele dienstverleners. Action is hier een belangrijke publiekstrekker.
- In de Spoorstraat heeft een aantal voormalige winkelpanden de laatste jaren een andere invulling gekregen (o.a. advocatenkantoor) of vindt binnenkort transformatie plaats (o.a. voormalige Bristol), in lijn met de visie op deze straat in het Gebiedsperspectief Wijchen Centrum 2030. Behalve de Tayba-supermarkt zijn hier een horecazaak, een aantal niet-dagelijkse winkels, waaronder Blokker en een sportzaak, en een fitnessstudio gevestigd.
- In de eenzijdig bebouwde Sterrebosweg lopen weinig mensen en het aantal publieke functies is beperkt. Er is onder andere een kringloopwinkel gevestigd.
- De oostzijde van de Sterrebosweg komt uit op het 'Sterrebospleintje' aan de Kasteellaan. Hier bevindt zich een horecacluster, met gevestigde namen zoals Café Anneke en Grand Café Sterrebosch.

### Sterktes en kansen centrum Wijchen

Het centrum van Wijchen functioneert in de basis goed, met de geringe leegstand als duidelijk bewijs. De volgende sterke aspecten van het centrum dragen hier aan bij:

- Het kasteel van Wijchen stamt uit de renaissance en is een echte eye-catcher, die belangrijk is voor de identiteit van het dorp en de gemeente. Het kasteel is zeer recent gerenoveerd.
- Vanuit het kasteel loop je zo door naar Markt. Doordat hier de laatste jaren steeds meer horeca is gevestigd, is deze plek echt gaan functioneren als ontmoetingshart. Tijdens de coronacrisis hebben de terrassen op dit plein meer ruimte gekregen, wat door veel ondernemers en bezoekers positief werd ontvangen.
- Aansluitend aan de Markt bevinden zich de Touwslagersbaan en de 'Kromme Elleboog'. De diversiteit van het winkelaanbod maken deze straten tot de sterkste en meest toekomstbestendige straten.
- Het bezoekgemak van het centrum is goed op orde. Aan alle kanten van het centrum kan de auto gratis geparkeerd worden en er is voldoende capaciteit. Ook per fiets is het centrum goed bereikbaar en er zijn volop onbewaakte fietsenstallingen. De aantrekkelijkheid kan, met bijvoorbeeld een bewaakte fietsenstalling, nog verder vergroot worden, m.n. voor fietsers met een elektrische fiets.
- De komst van Action heeft de Burchtstraat 'opnieuw tot leven gewekt' en ervoor gezorgd dat er weer loop in deze straat is gekomen.



Recreatieve verbinding van kerk tot kasteel

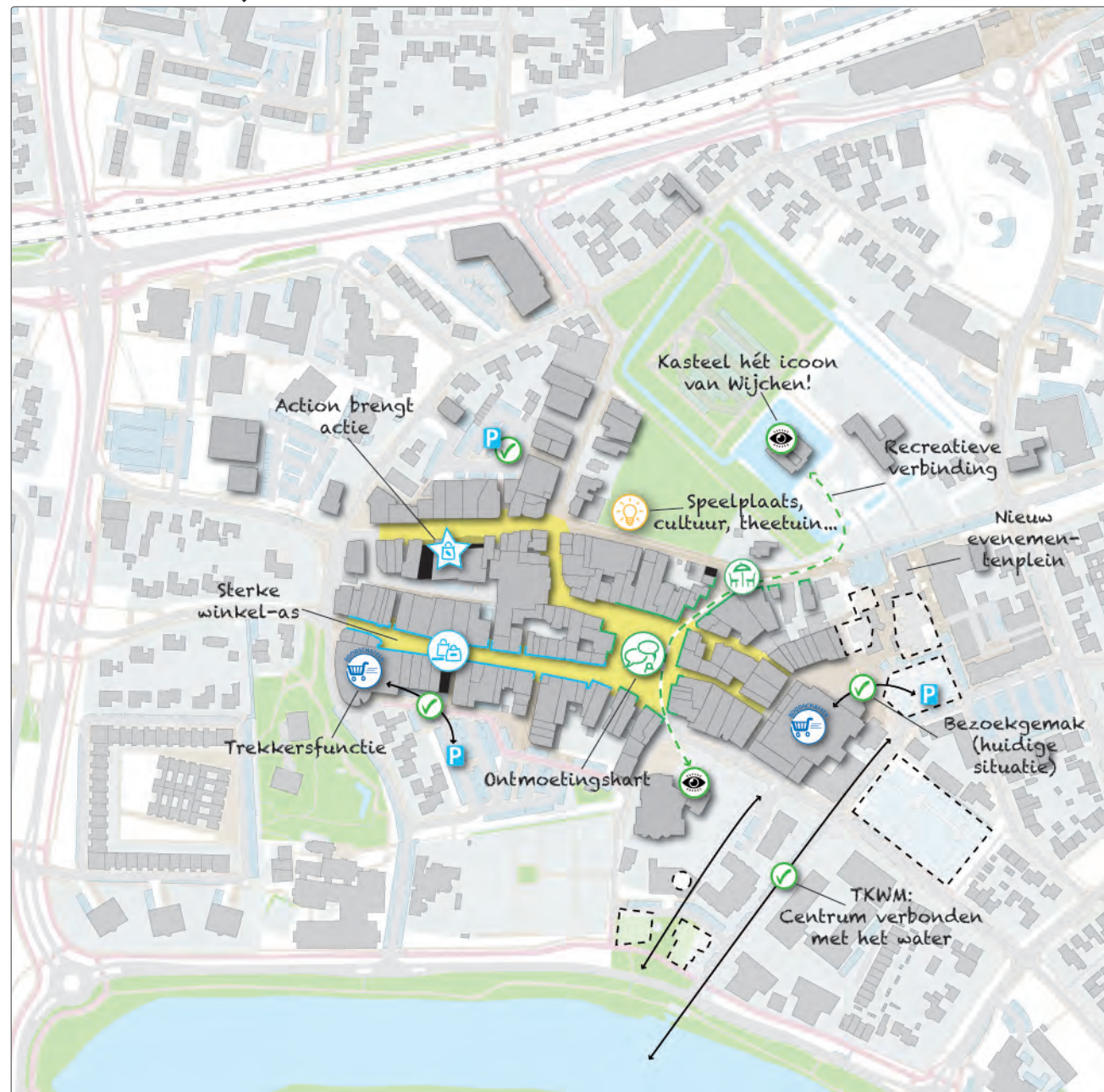
Foto: Dick Vogelzang



Bezoekgemak goed op orde in het centrum

- Het 'Sterrebosje' aan de Sterrebosweg is een nog onbenutte, maar kansrijke plek voor bijvoorbeeld een speelplaats of een theetuin.
- In het centrum van Wijchen hangt een gemoeidelijke, gezellige sfeer. Veel bewoners kennen elkaar en er vinden vaak toevallige ontmoetingen plaats in het centrum.
- De vele evenementen die in Wijchen-Centrum plaatsvinden, worden door ondernemers zeer positief beoordeeld. Het actieve Centrum Management en Stichting Wijchen= vervullen hierin een belangrijke rol. Met het nieuwe evenementenplein, dat als onderdeel van TKWM wordt georganiseerd, worden deze evenementen verder ondersteund.
- Er liggen kansen om de Touwslagersbaan en de Burchtstraat beter met elkaar te verbinden, zodat een aantrekkelijk rondje ontstaat. De voormalige ING (kop Burchtstraat) en de villa van de voormalige huisarts Bollen zijn daarin belangrijke locaties. Ontwikkeling van deze hoek van het centrum leidt tot een betere verbinding van de horeca en leisure in deze hoek met het centrum (o.a. de bioscoop) en tot meer 'evenwicht' met de ontwikkeling van TKWM aan de oostzijde.
- Er is veel (woon)dynamiek in het centrum, met onder andere woonontwikkelingen boven de Action, HEMA, Blokker en in het voormalige pand van Bristol.

### Sterktes en kansen Wijchen-Centrum



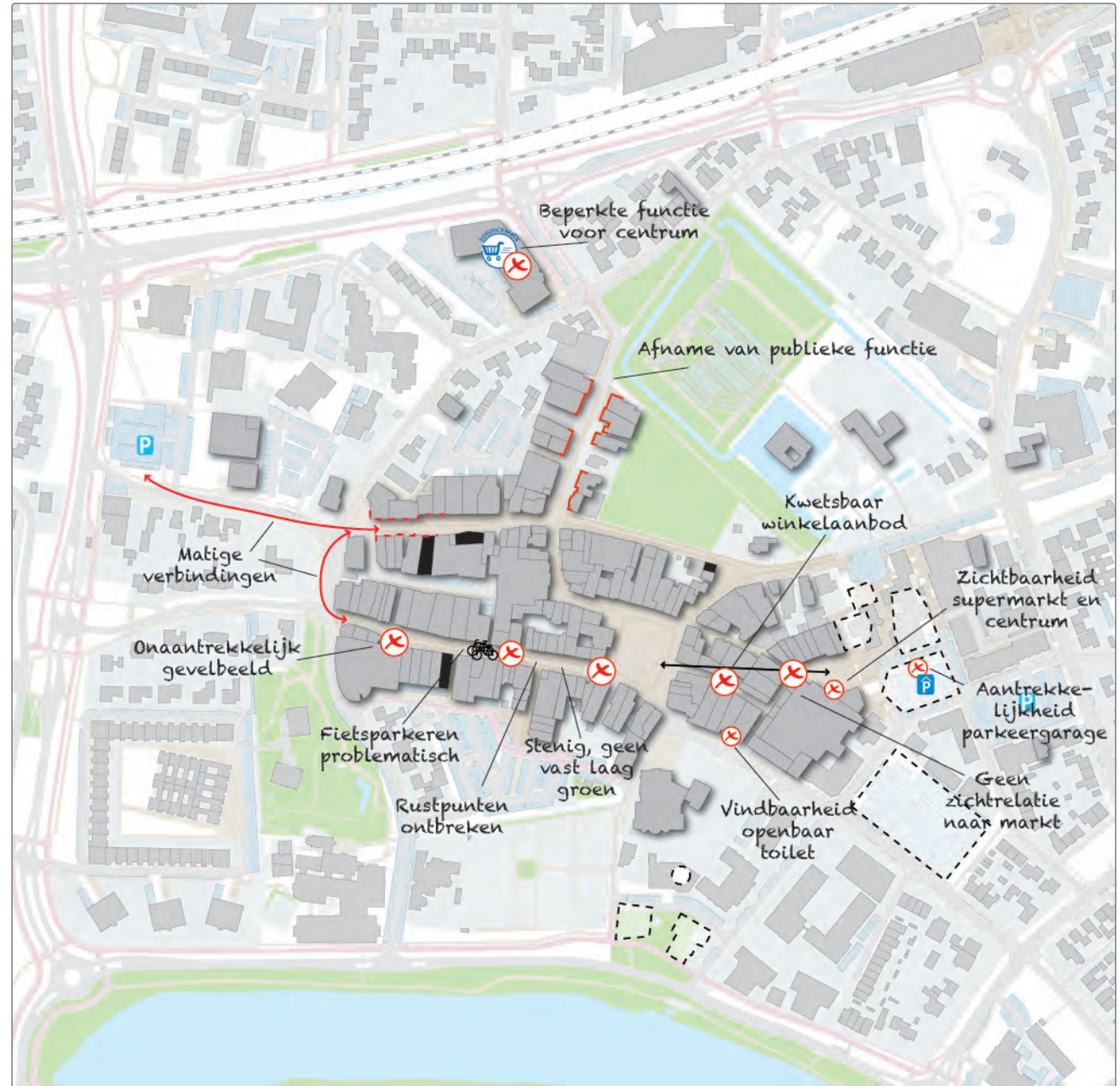


## Zwaktes en bedreigingen centrum Wijchen

Ondanks dat het in het centrum van Wijchen dus overwegend goed gaat, vallen er ook een aantal zwaktes/verbeterpunten te noemen:

- De Jumbo-supermarkt in het noorden vervult nauwelijks een trekkersfunctie voor de rest van het centrum.
- Het winkelaanbod in de Marktpromenade bestaat grotendeels uit de door het internet-winkelen 'kwetsbare' branches in de niet-dagelijkse sector. Aangezien ook het vastgoed zich hier niet eenvoudig leent voor een alternatieve functie, is de toekomstige invulling een aandachtspunt.
- De zichtrelatie vanaf het Europaplein naar de Markt is, vanwege de knik in de Marktpromenade en de wat donkere doorgang, matig. Bovendien zorgt het Marktpad ervoor dat niet alle passanten langs de winkels in de Marktpromenade worden geleid.
- De Burchtstraat heeft een minder gevarieerd winkelaanbod dan de Touwslagersbaan. Dit maakt dat het niet vanzelfsprekend is aaneengesloten commerciële plint in de Burchtstraat te behouden.
- Gezien de afnemende behoefte aan fysieke winkels (zie p. 19) zal enige transformatie van winkelvastgoed naar een andere invulling noodzakelijk zijn. In de Spoorstraat is deze ontwikkeling reeds zichtbaar.

## Zwaktes en bedreigingen Wijchen-Centrum



- In tegenstelling tot de omgeving van het centrum (met o.a. de kasteeltuin, kloostertuin en het Wijchens Meer) oogt de publieke ruimte in het centrum stenig. Er is wel groen, maar dit is veelal groen in de zomer in bakken aan (lantaarn)palen. Er is weinig laag groen (en wat er is, is vaak van horeca-ondernemers zelf). Dit geldt met name in de Touwslagersbaan en Burchtstraat. Ook zijn daar er weinig bankjes of andere rustpunten voor centrumbezoekers. Veel ruimte in het centrum wordt vrijgehouden voor fietsenstallingen of evenementen.
- De fietsbereikbaarheid in het centrum is erg goed en op veel plekken kan de fiets voor de deur gestald worden\*. Dit leidt er ook toe dat op drukkere dagen fietsers en winkelend publiek elkaar meer tegenkomen en elkaar soms in de weg kunnen zitten.
- Door de stervormige structuur van het centrum zijn verbindingen tussen de uiteinden van de centrumstraten matig, er is geen logisch 'rondje centrum'. Dit gebrek is met name voelbaar aan de westzijde van het centrum, tussen de Burchtstraat en de Touwslagersbaan.



Geen zichtrelatie Europaplein naar Markt



Publieke ruimte oogt her en der stenig

## Tussen Kasteel en Wijchens Meer

Direct ten oosten van het centrum vindt tussen het kasteel en het Wijchens Meer de komende jaren een ambitieuze gebiedsontwikkeling plaats. Het plan omvat o.a. de toevoeging van zo'n 150 woningen, commerciële ruimtes (geen detailhandel), een hotel tegenover het kasteel en de realisatie van een nieuw evenementenplein. Voor het centrum van Wijchen levert dit veel nieuwe kansen op. Met Tussen Kasteel en Wijchens Meer (TKWM) krijgt het kasteel een centralere positie in het dorp en wordt ook de verbinding met het Wijchens Meer versterkt.

De plannen voor TKWM worden de komende maanden verder uitgewerkt. Een belangrijk aandachtspunt bij de uitwerking is de toegankelijkheid en bereikbaarheid van het centrum, zowel tijdens de bouw als na realisatie.



Overzichtskaart TKWM. Bron: Team Ter Steege

\* Niet toegestaan op Markt en in Kromme Elleboog.



## 4.2 Visie centrum Wijchen

Het centrum van Wijchen staat er relatief goed voor. Daar is de afgelopen jaren hard aan gewerkt. Desondanks ontkomt Wijchen niet aan de ontwikkelingen in de sector. Het centrum zal rekening moeten houden met een afnemende behoefte aan (niet-dagelijkse) winkels, versterkt door de gevolgen van de coronacrisis. Nieuwe kansen liggen er in een sterk horeca-aanbod, het nog meer uitdragen van het beschikbare kunst en culturaanbod (met het kasteel als belangrijk element in de regionale culturele infrastructuur), in het toevoegen van nieuwe functies aan het centrum van Wijchen en in het nog meer uitdragen van de gemoedelijkheid van Wijchen-Centrum, om zo de bezoeker van buiten Wijchen te blijven trekken. Voor nieuwe functies gaat het zowel om publieke functies als om kunst en cultuur en ontspanning (leisure), en om werken in de rustigere delen van het centrum, zoals kleinere kantoren met en zonder baliefunctie en zorgverleners.

### Aaneengesloten publiek gebied

Om als compact centrum aantrekkelijk te blijven, wordt enerzijds ingezet op een gebied met een aaneengesloten plint, met (vooral commerciële) publieke functies, en anderzijds op straten waar ook niet-publieke functies zich kunnen vestigen

naast publieke functies. Het aaneengesloten publieksgerichte gebied bestaat uit:

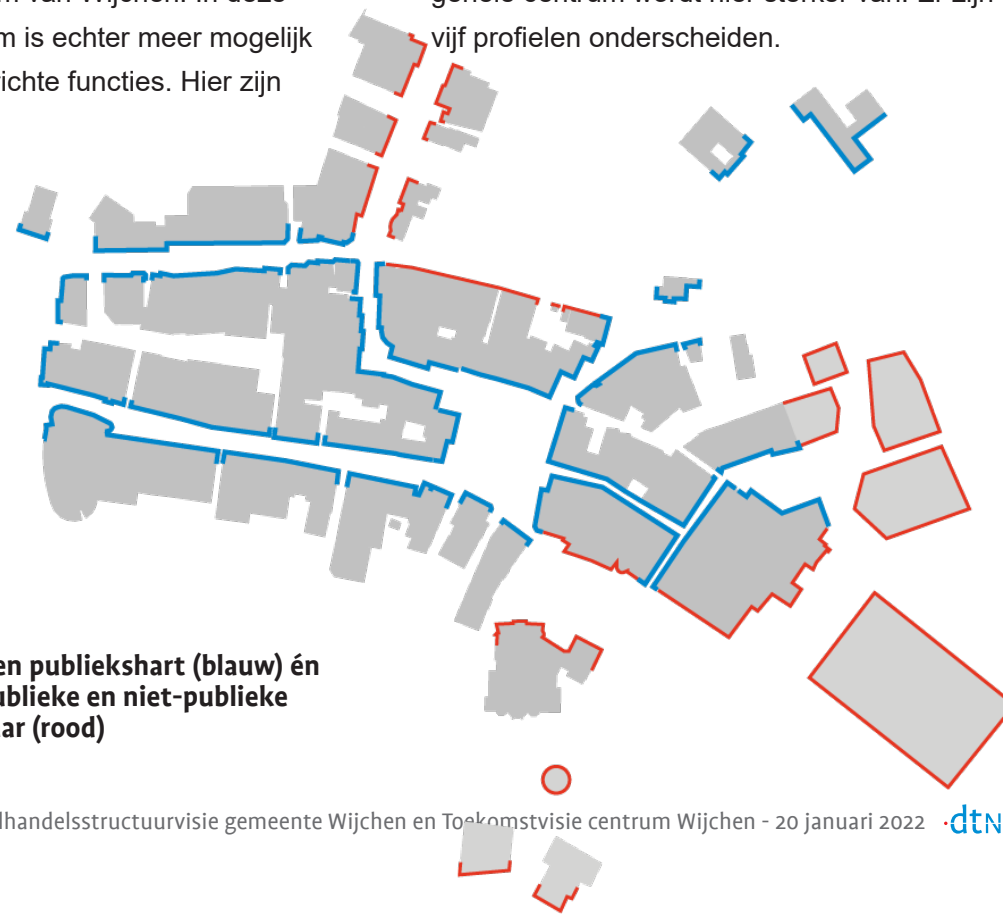
- Markt, 'horecastraatje' en (het nieuwe) evenementenplein (met o.a. kasteel en koetshuis) als verblijfs- en ontmoetingsgebied;
- Touwslagersbaan, 'Kromme Elleboog' en Marktpromenade als hoofdwinkelgebied;
- Europaplein als boodschappenplein;
- Burchtstraat als gemengde centrumstraat.

De overige centrumstraten, zoals Spoorstraat, Sterrebosweg en TKWM, maken onlosmakelijk deel uit van het centrum van Wijchen. In deze randen van het centrum is echter meer mogelijk dan alleen publieksgerichte functies. Hier zijn

ook publieke en niet-publieke (werk)functies mogelijk, zoals kunst & cultuur, zorg, maatschappelijke functies, wonen en kantoren (met en zonder baliefunctie).

### Profiel per straat

Ten behoeve van de herkenbaarheid voor consumenten en ondernemers is per straat een duidelijk toekomstig profiel bepaald. Door dat profiel te versterken, ontstaan duidelijke, complementaire gebieden én wordt gestuurd op 'de juiste ontwikkeling op de juiste plaats'. Het gehele centrum wordt hier sterker van. Er zijn vijf profielen onderscheiden.



**Een aaneengesloten publiekshart (blauw) én een gebied met publieke en niet-publieke functies door elkaar (rood)**

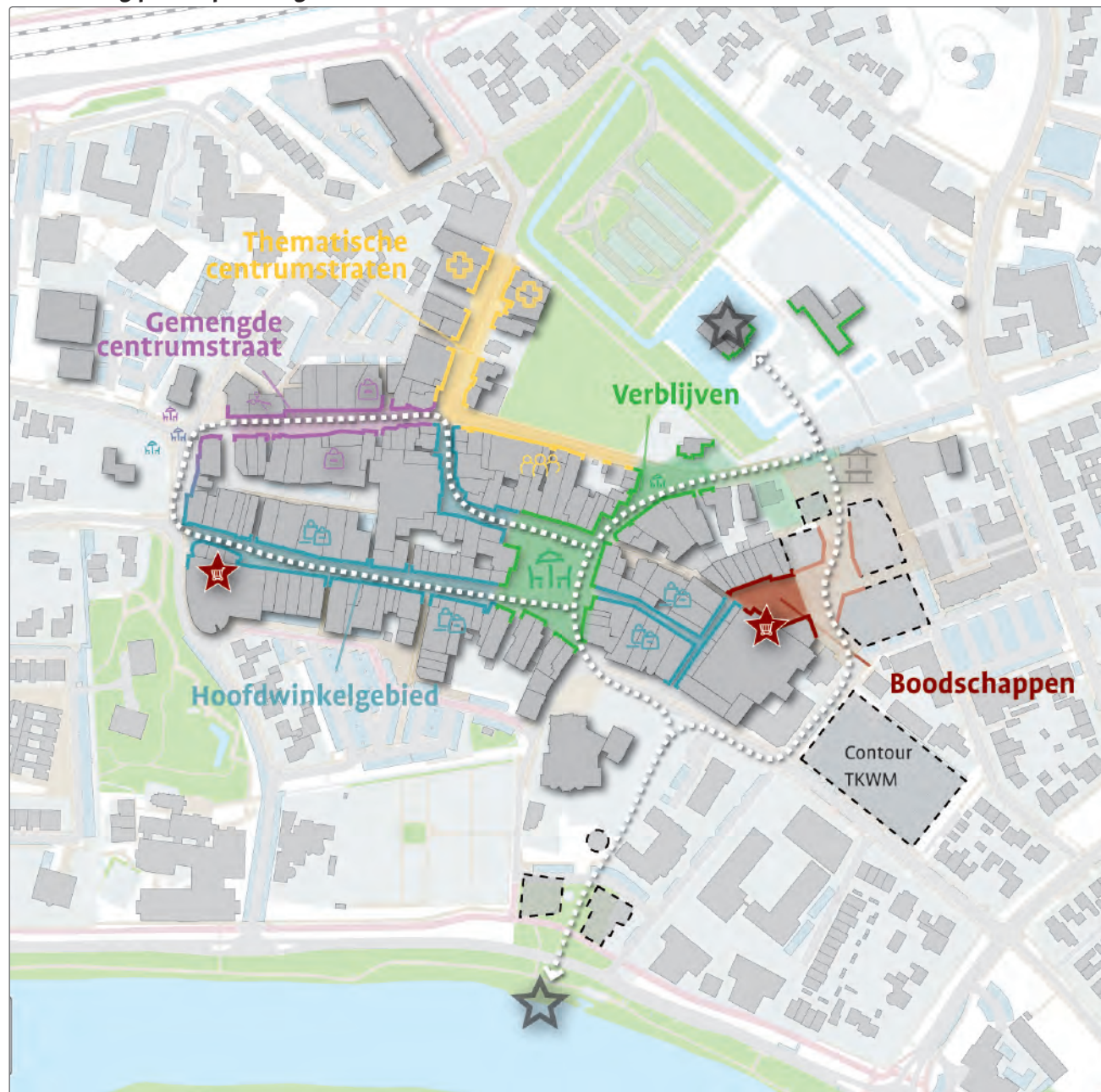
## Ontmoeten en verblijven

De Markt ontwikkelt zich verder tot hét ontmoetingshart van Wijchen-Centrum, waarbij maximaal wordt ingezet op levendigheid en verblijfskwaliteit, met meer ruimte voor horeca. Het ontmoetingshart op de Markt loopt naadloos over in het horecastraatje. De route tussen het kasteel van Wijchen en het meer kan gezien worden als een 'recreatieve route', waarlangs men diverse gezellige cafés en restaurants passeert. Aan de westzijde van het centrum kunnen Touwslagersbaan en Burchtstraat meer met elkaar verbonden worden, door strategische toevoegingen van horeca aan de Oude Klapstraat.

## Hoofdwinkelgebied

De Touwslagersbaan, de 'Kromme Elleboog' en Marktpromenade vormen samen het hoofdwinkelgebied. De Touwslagersbaan is dankzij het gemengde voorzieningenaanbod en de aanwezigheid van de supermarkt als trekker een toekomstbestendige winkelstraat, met voldoende passanten. Hetzelfde geldt voor de 'Kromme Elleboog', die qua variëteit van voorzieningen niet onderdoet voor de Touwslagersbaan en met de Hema ook over een publiekstrekker beschikt. Ook de Marktpromenade blijft, met een gunstige ligging tussen het ontmoetingshart, TKWM en het Europaplein als boodschappenplein, in de toekomst een belangrijke winkellocatie voor de Wijchenaar.

## Toekomstig profiel per deelgebied centrum





### Gemengde centrumstraat

Met de komst van Action heeft de Burchtstraat een sterke nieuwe publiekstrekker gekregen. Desondanks is deze straat weinig divers in aanbod en daardoor kwetsbaar. De focus ligt in deze straat op een diverser, gemengder profiel. Daarbij dient elke functie wel publieksgericht te zijn. Werkfuncties met balie, leisurefuncties, creatieve maakbedrijven en cultuur passen heel goed, maar kantoren zonder baliefunctie niet.

### Boodschappen

De boodschappenfunctie blijft onverminderd belangrijk voor een dorpscentrum als Wijchen. De supermarkten aan het Europaplein en de Touwslagersbaan vervullen ook in de toekomst een cruciale rol als bronpunt voor het centrum. Met name de winkels aan het Europaplein functioneren sterk voor 'de snelle boodschap', waarbij veel combinatiebezoek tussen de supermarkt en andere voorzieningen plaatsvindt. Om deze passantenstromen te blijven garanderen is het van belang dat het bezoekgemak als randvoorwaarde voor een centrumbezoek gewaarborgd blijft. De autobereikbaarheid (voldoende parkeercapaciteit dicht bij de winkels) is daarin zeer bepalend.

### Thematische centrumstraten

De Spoorstraat en de Sterrebosweg specialiseren zich in de toekomst met een eigen 'thematische invulling'. In deze straten wordt ingezet op een sterke verbreding van de aanwezige functies, enerzijds met publieksgerichte functies, anderzijds met alternatieve functies (bijvoorbeeld een kleinschalig kantoor, werkplaats of wonen).

- Voor de Spoorstraat wordt ingezet op het thema 'vitaliteit'. Momenteel zijn hier onder andere al een fysiotherapiepraktijk, fitness en een sportwinkel aanwezig. Ook de kookwinkel en ALEX advocaten passen (met enige creativiteit) binnen het thema vitaliteit. Versterking van het thema kan met bijvoorbeeld een zorgpraktijk (tandarts, verloskunde, etc.) en aan een vitale leefstijl gerelateerde winkels (audiciens, opticiens, zorgwinkel, natuurdrogist, fietsenwinkel).
- De Sterrebosweg kan zich onderscheiden als 'kraamkamer van ambachten'. Voor bijvoorbeeld kappers, schoonheidssalons of creatieve bedrijvigheid is dit de aangewezen plek. Ook kan hier ruimte worden geboden aan kantoren, flexwerkplekken of wonen.



Burchtstraat als gemengde centrumstraat



De Spoorstraat als toekomstige 'vitale leefstijlstraat'

## 4.3 Aanbevelingen centrum

Om de hiervoor beschreven visie werkelijkheid te laten worden, zijn in samenwerking met de klankbordgroep een aantal kansen benoemd. Deze kansen zijn benoemd tijdens een interactieve werksessie waarbij aan de hand van het benoemen van sterke en zwakke punten van het centrum concrete kansen voor verbeteringen, acties, projecten, et cetera naar voren kwamen. Het betreft hier geen actieprogramma, maar een groslijst aan zaken die door de verscheidene partijen uit het centrum (eigenaren, gemeente, inwoners, ondernemers) opgepakt kunnen worden.

### A. Branding Wijchen

De verblijfsfunctie van centrumgebieden zoals dat van Wijchen wordt steeds belangrijker. Voor de ondernemers en de gemeente is het dan ook van belang dit te faciliteren en de gemiddelde verblijfsduur van bezoekers te verlengen. Het benutten van het toeristisch potentieel van Wijchen hoort hier ook bij. Om dit te realiseren is een gezamenlijk story-telling rondom het centrum van belang, bijvoorbeeld met het kasteel of als 'meest Brabantse dorp van Gelderland'. Een eenduidige vermarkting van Wijchen als geheel sluit hierbij aan, waarbij ook

bijvoorbeeld de Wighenerhorst en de Berendonck worden betrokken.

### B. Placemaking horeca

Passend bij de toenemende verblijfsfunctie van het centrum is het doel om duidelijk herkenbare, onderscheidende en sterke horecalocaties in het centrum te realiseren. Deze dienen aantrekkelijk te zijn voor zowel inwoners, bezoekers als toeristen. Dit kan worden bereikt door de Markt te blijven ontwikkelen als dé ontmoetingsplek in het dorp. Hiervoor kan de mogelijkheid worden onderzocht om horecaterrassen op deze plek blijvend meer ruimte te geven (bijv. eilandterrassen), waarbij de afstemming met de warenmarkt een belangrijk punt van aandacht is. De andere horecalocaties dienen strategisch ontwikkeld te worden met een duidelijk eigen profiel of juist een sterk gezamenlijk profiel (bijv. dé trouwlocatie in de regio).

### C. Plan openbare ruimte: groen, rustpunten, speelplek

Het toevoegen van bijvoorbeeld groen, rustpunten en speelplekken voor kinderen, is een sterk middel om toe te werken naar een prettig, levendig, gastvrij en klimaatadaptief centrum. Wat betreft groen gaat het om het aanbrengen van zowel vast hoog en laag groen op strategische plekken in het centrum. Ook kan onderzocht



Het kasteel biedt unieke kansen voor branding

Foto: Dick Vogelzang



Vergroening van het centrum



De Markt als centrale ontmoetingsplek

Foto: Dick Vogelzang



worden of bestaande groenplekken meer publiek toegankelijk kunnen worden gemaakt (bijv. het Sterrebosje of de tuin van het parochiehuus) of anders ontsloten en gebruikt kunnen worden (bijv. routes door de kasteeltuin of het centrum). Door het toevoegen van groen te combineren met rustpunten, of rustpunten te combineren met speelplekken voor kinderen, worden kansen gekoppeld. Deze koppelkansen kunnen (in nog) breder perspectief worden gezocht door een integraal plan voor de openbare ruimte op te stellen. Daarin zou dan ook aandacht kunnen zijn voor aanvullende zaken als water, verlichting, vlakken, openbare kunst en straatmeubilair.

#### **D. Auto en fietsbereikbaarheid centrum**

Bij een aantrekkelijk centrum hoort een goede multimodale bereikbaarheid. In dit kader is onderzoek nodig naar hoe de toegankelijkheid en vindbaarheid van parkeervoorzieningen verder verbeterd kan worden (bijv. dynamisch verwijzingsstelsel). De bereikbaarheid per fiets kan worden verbeterd door veilige en ruime stallingsmogelijkheden te realiseren, met name voor de elektrische fiets. Hiertoe dient in kaart te worden gebracht wat de gewenste locaties zijn voor bijkomende stallingen en wat de gewenste capaciteit is van een mogelijke bewaakte fietsstalling. Monitoringsonderzoek om te meten hoe effectief ingrepen zijn, vormt integraal onderdeel

van de het waarborgen van multimodale bereikbaarheid.

#### **E. Uitstraling panden**

Op een aantal plekken in het centrum (zoals de Burchtstraat) kan een kwaliteitsverbetering worden doorgevoerd van de aanwezige gevels. Hierdoor wordt het straatbeeld als geheel aantrekkelijker. Om dit te bereiken is het zaak dat pandeigenaren kritisch kijken naar de uitstraling van het pand(en) en deze waar nodig opknappen. Specifieke, authentieke pandkwaliteiten dienen behouden te blijven. Het opstellen van een beeldkwaliteitsplan of -leidraad, of het laten uitvoeren van een waardestelling, is hierbij een goed instrument.

#### **F. Centrummanagement en samenwerking**

Het actieve centrummanagement van Wijchen verricht belangrijk werk voor het centrum met bijvoorbeeld het samenbrengen van verschillende partijen, het organiseren van gezamenlijke evenementen en marketinguitingen. Het behoud van een sterk, actief en slagkrachtig centrummanagement is dan ook een duidelijke kans voor het centrum. Hiervoor is een structurele borging van de financiering van het centrummanagement noodzakelijk, welke deels kan worden opgehaald bij bijvoorbeeld de gemeente, provincie, de regio of maatschappelijke



Wijchen = Samen Ondernemen



Blijf investeren in uitstraling panden

fondsen. Met behulp van een sterk centrummanagement kunnen mogelijkheden worden onderzocht de samenwerking tussen diverse actoren verder te intensiveren. Dit geldt zowel voor de samenwerking binnen het centrum als voor de samenwerking tussen het centrum en de andere winkelgebieden. Dit onder de noemer: Wijchen = Samen Ondernemen!

### G. Pilot afvalverwerking

De leden van de werkgroep centrum gaven aan dat zij graag een pilot zouden zien voor de afvalverwerking in het centrum. Mogelijk kunnen ondernemers en bewoners van dezelfde afvalcontainers gebruik gaan maken, zodat er minder containers op straat hoeven te staan. Bij deze pilot dienen het centrummanagement, de betreffende ondernemers, de gemeente de de Dar betrokken te worden.

### H. Openbaar toilet

Het aanbieden van een openbaar toilet past bij een gastvrij centrum. In het centrum van Wijchen is momenteel al een openbaar invalide toilet aanwezig. Deze is echter wat weggestopt aan de achterzijde van de Marktpromenade en is daardoor moeilijk vindbaar. Bovendien is dit toilet slechts beperkt te gebruiken. Door de bewegwijzering naar dit toilet te verduidelijken wordt de vindbaarheid verbeterd. Recent is in

de Hema een nieuw (semi) openbaar toilet komen. Ook kan er meer ruchbaarheid gegeven worden aan de HogeNood-app. In het centrum zijn nu al 9 toiletten aangemeld bij deze app.

### I. Veilige en schone omgeving

In een prettig centrum voelen bezoekers zich veilig en op hun gemak. Hierbij gaat het om veiligheid in de breedste zin van het woord; sociale veiligheid, verkeersveiligheid, veilige inrichting, overzichtelijkheid etc. Bij het inpassen van bijvoorbeeld nieuwe groenelementen moet alvast worden nagedacht over het beheer en het tegengaan van verloedering. Het behouden van een veilige en schone omgeving vraagt om een continue monitoring. Veel gaat op dit gebied al goed in Wijchen; het centrum heeft inmiddels de 5e ster Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO) ontvangen.

### J. Warenmarkt

De warenmarkt in Wijchen is levendige gebeurtenis waar Wijchenaren elkaar ontmoeten. Voor het aantrekkelijk houden van de markt kan met marktkoopliden/de marktmeester de huidige samenstelling van de markt kritisch tegen het licht gehouden worden en waar mogelijk te moderniseren. De gewenste locatie (mede in relatie tot TKWM) van de warenmarkt vergt nader onderzoek.



Start een pilot afvalverwerking



Een veilige en schone omgeving is prettig verblijven

Foto: Dick Vogelzang



Toekomst van de warenmarkt onderzoeken

Foto: Dick Vogelzang





**Bijlagen**



## Bijlage 1: Ondernemersenquête

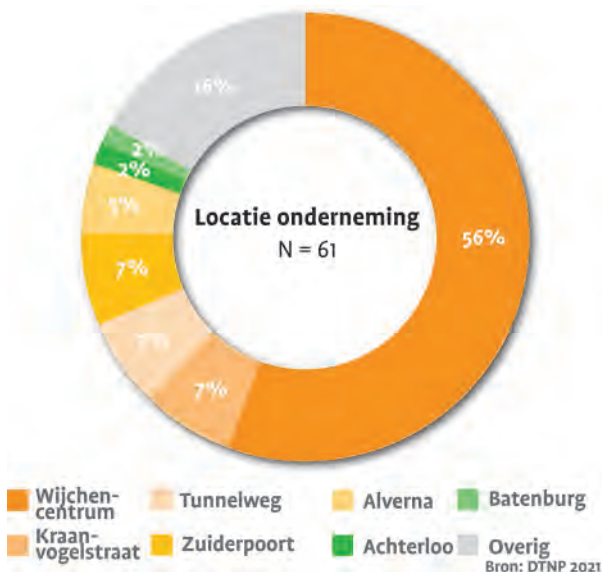
Gedurende het proces is de analyse van DTNP zoveel mogelijk aangevuld met informatie 'uit het veld'. Naast de interactieve sessies met de klankbordgroep voor het centrum is onder alle ondernemers uit de gemeente een enquête gehouden. De resultaten van deze enquête worden hier gepresenteerd.

### Respons en weergave resultaten

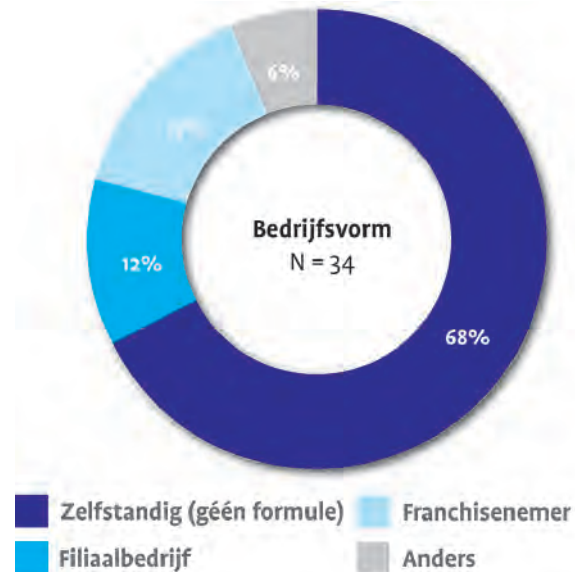
In totaal is de enquête door 61 ondernemers ingevuld. Hiervan waren er 34 gevestigd in het centrum van Wijchen.

Bij de grafieken wordt steeds vermeld hoeveel respondenten op de betreffende vraag hebben gereageerd (N = ...). Ook wordt vermeld of de uitkomsten voor de respondenten uit de gehele gemeente worden gepresenteerd, of enkel voor die uit het centrum (sommige vragen zijn alleen aan centrumondernemers gesteld). Bovendien heeft per winkelgebied buiten het centrum slechts een beperkt aantal respondenten gereageerd.

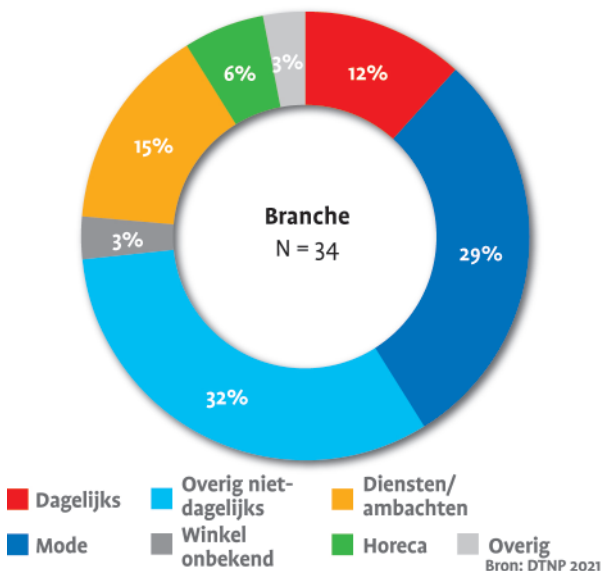
### “Waar is je onderneming gevestigd?”



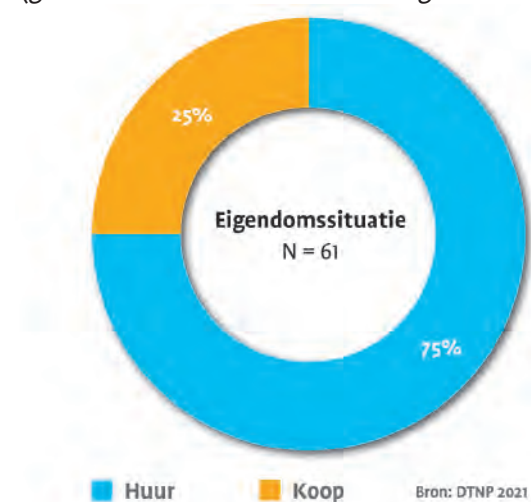
### Bedrijfsvorm ondernemers centrum



### Branche ondernemers centrum

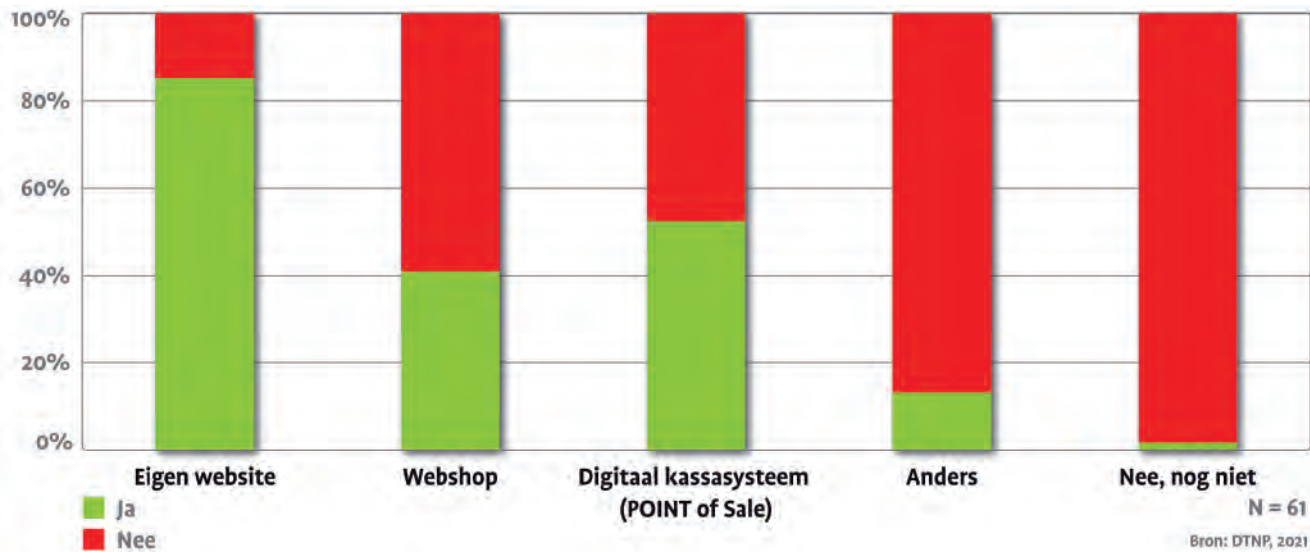


### “Wat is de eigendomssituatie van je pand?” (grafiek voor ondernemers totale gemeente)





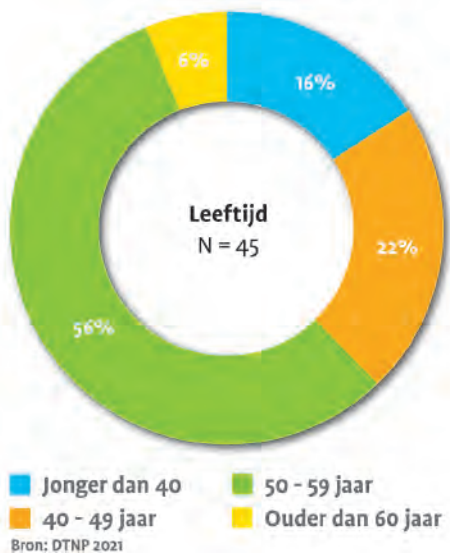
**“Is uw onderneming al digitaal actief?”**  
(grafiek voor ondernemers totale gemeente)



**“Is uw kassasysteem ook al gekoppeld aan de voorraad?”**  
(grafiek voor alle ondernemers met digitaal kassasysteem)

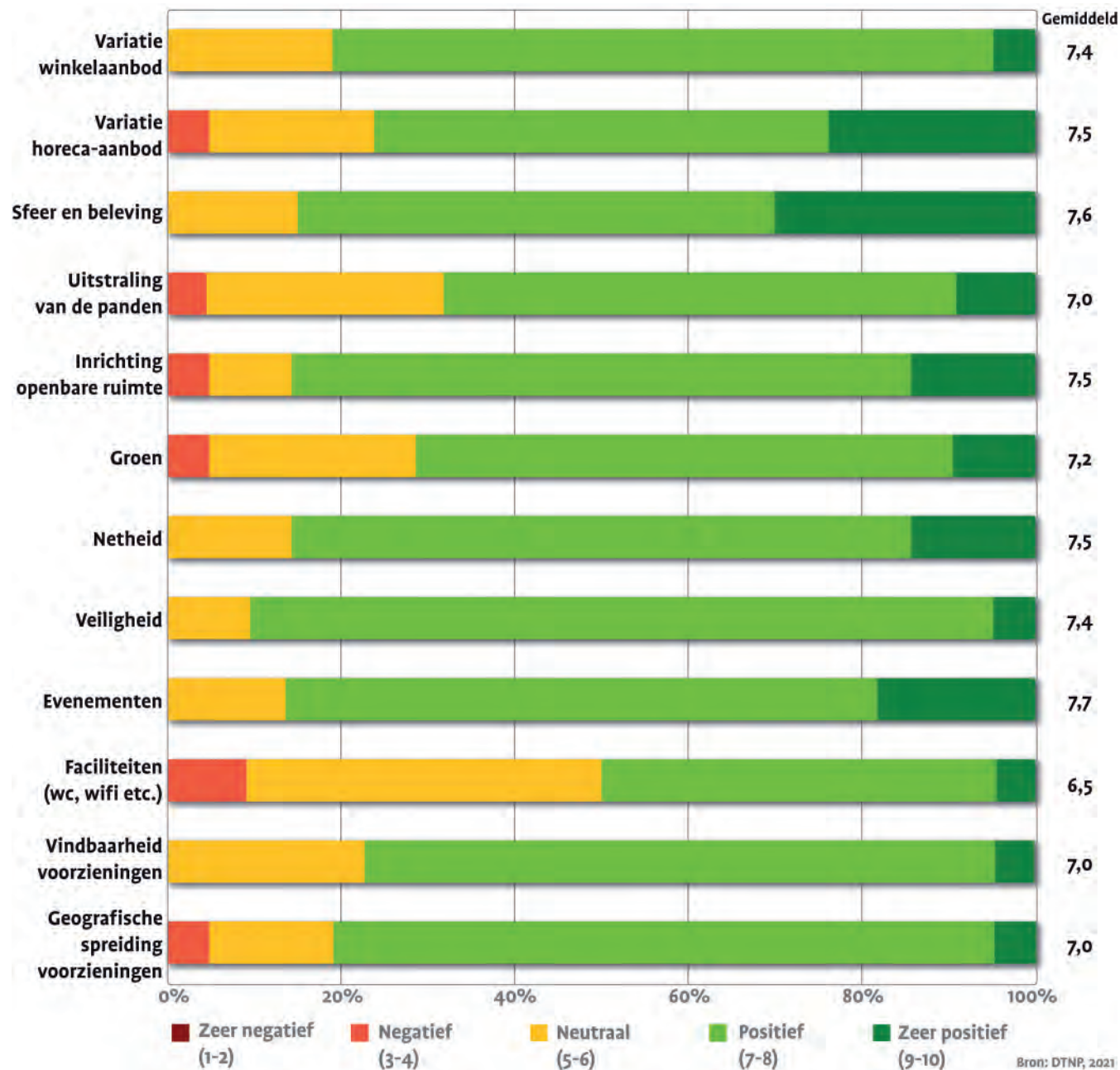


**Leeftijd ondernemer**  
(grafiek voor ondernemers totale gemeente)



**Welke beoordeling geef je Wijchen-Centrum op de volgende thema's?  
(1 = zeer negatief, 10 = zeer positief)**

N = 21  
(grafiek voor ondernemers uit Wijchen-Centrum)

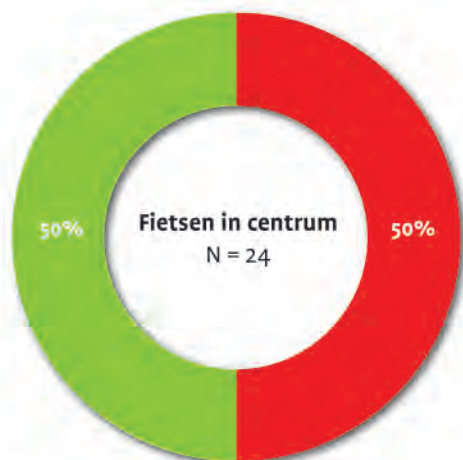




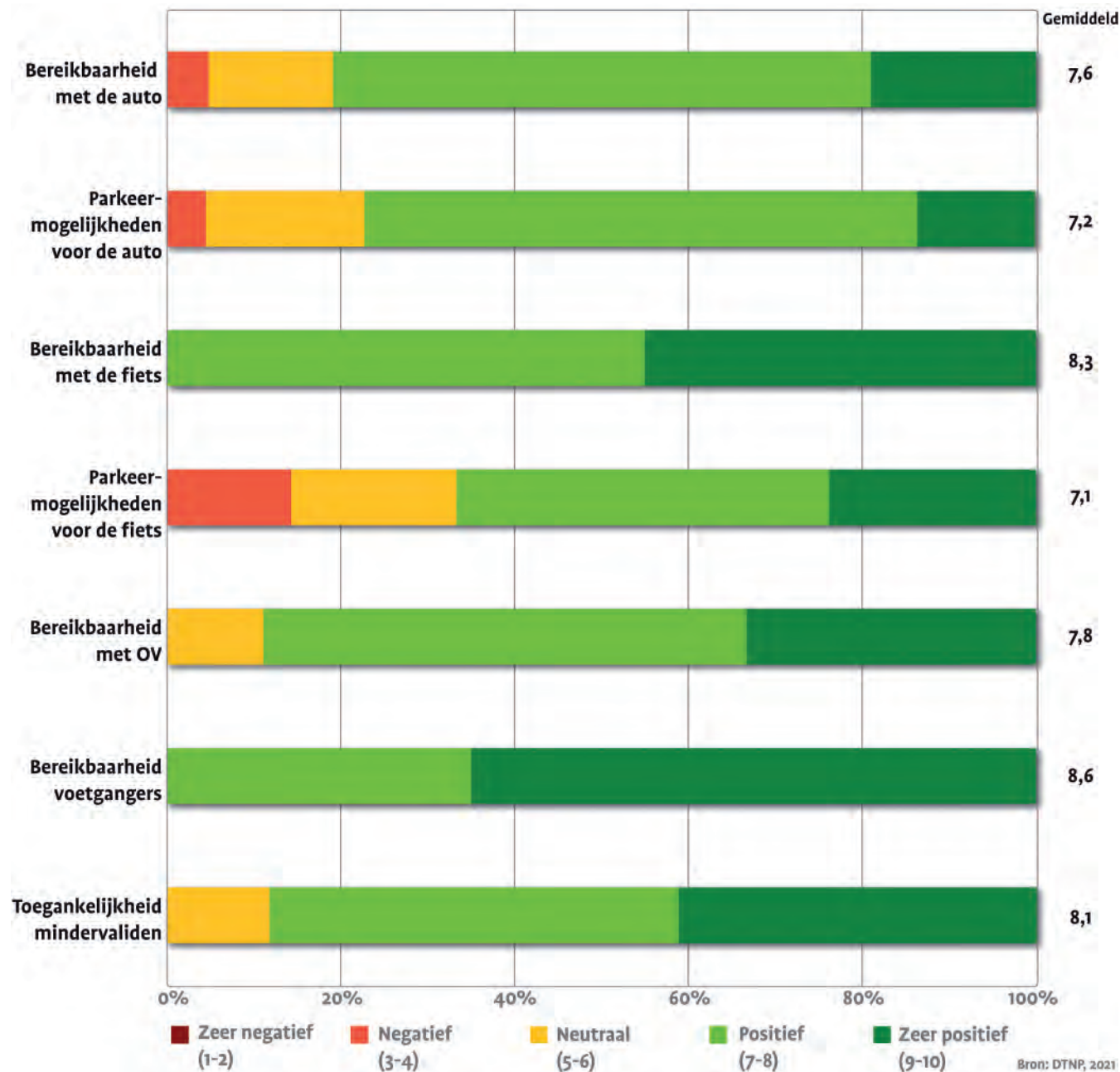
**Hoe beoordeel je de bereikbaarheid van Wijchen-Centrum op de volgende aspecten? (1 = zeer negatief, 10 = zeer positief)**

N = 17-22  
(grafiek voor ondernemers uit Wijchen-Centrum)

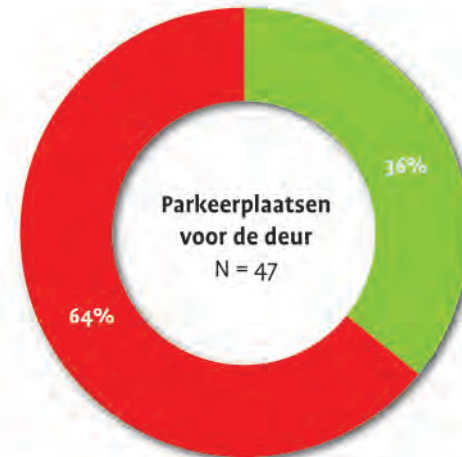
**“Vind je dat de fietser toegang moet houden tot het winkelgebied op drukke tijdstippen?” (Grafiek voor ondernemers uit Wijchen-Centrum)**



■ Ja ■ Nee Bron: DTNP 2021



**“Zijn er parkeerplaatsen direct voor de deur van je onderneming?”**  
(Grafiek voor ondernemers totale gemeente)



■ Ja ■ Nee Bron: DTNP 2021

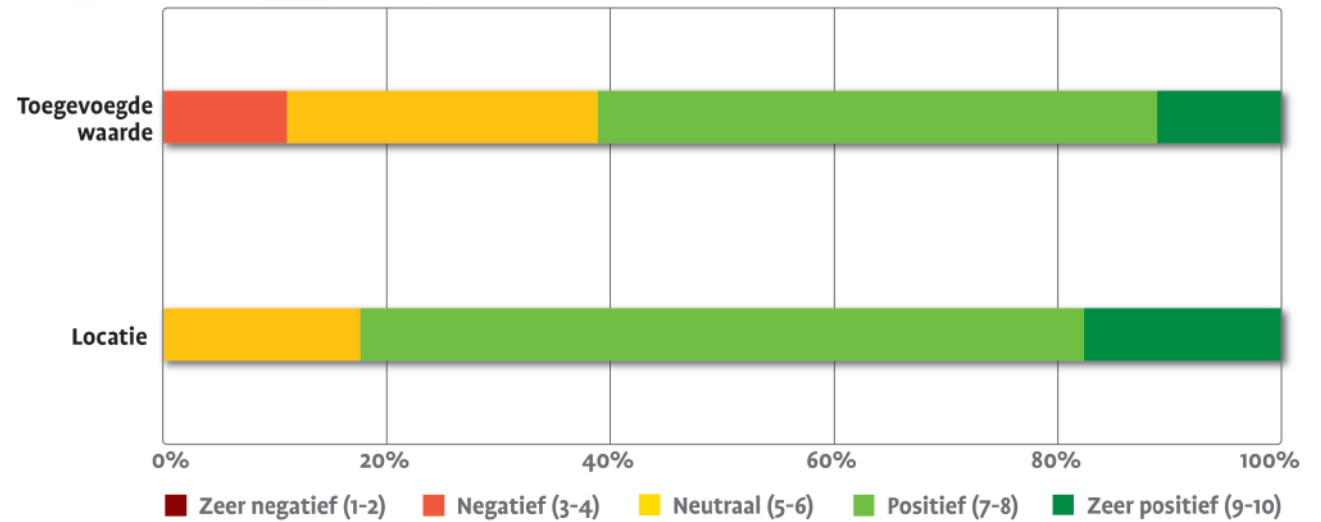
**“Hoe belangrijk zijn deze direct voor de deur gelegen parkeerplaatsen voor jou?”**  
(1 = totaal onbelangrijk, 10 = erg belangrijk)  
(Grafiek voor ondernemers totale gemeente met parkeerplaatsen direct voor de deur)



■ 7 ■ 8 ■ 9 ■ 10 Bron: DTNP 2021

**“Hoe beoordeel je de warenmarkt in het centrum van Wijchen op donderdagochtend?”**  
(1 = zeer negatief, 10 = zeer positief)

N = 17-18  
(Grafiek ondernemers uit Wijchen-Centrum)



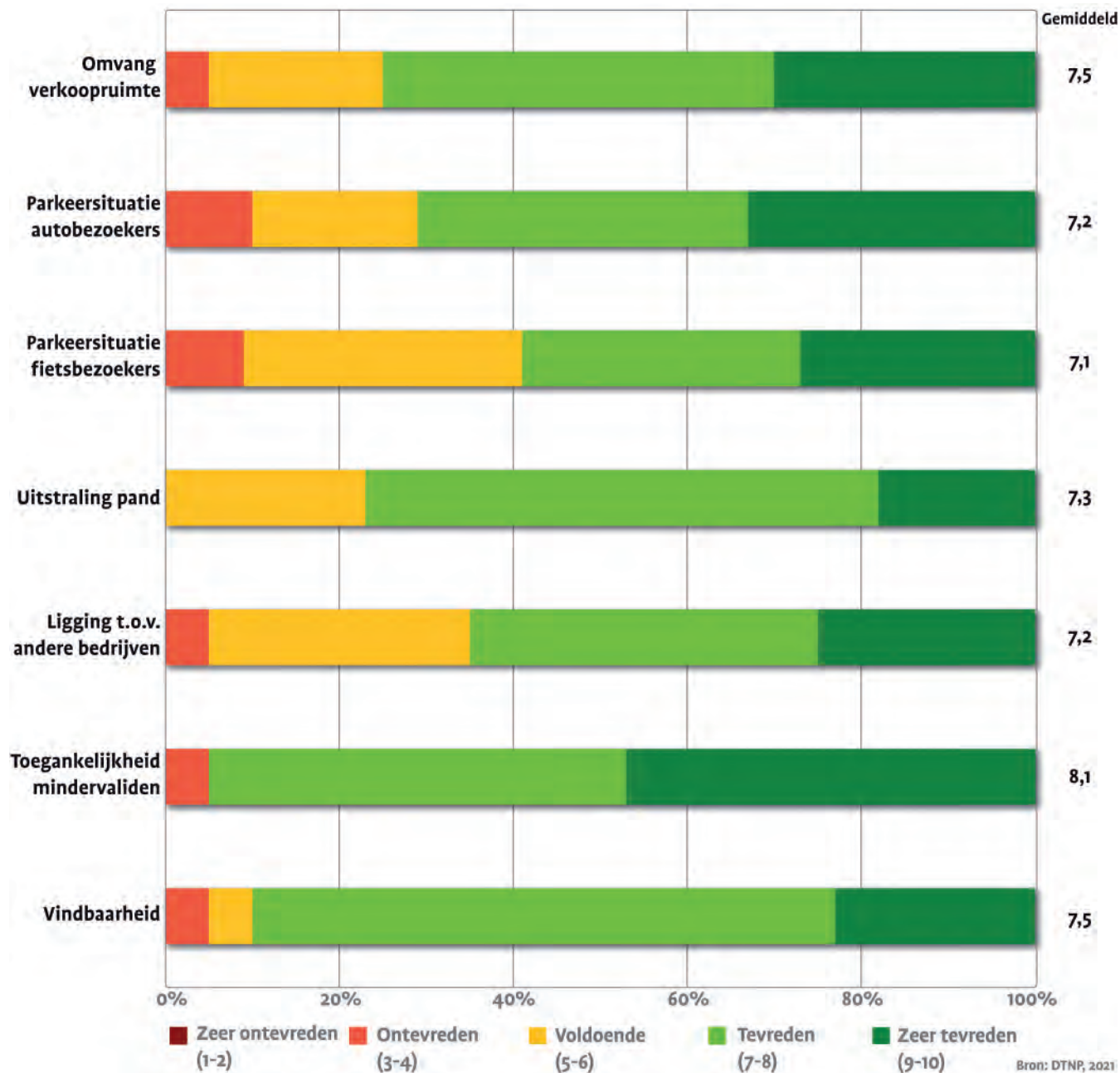
Bron: DTNP, 2021



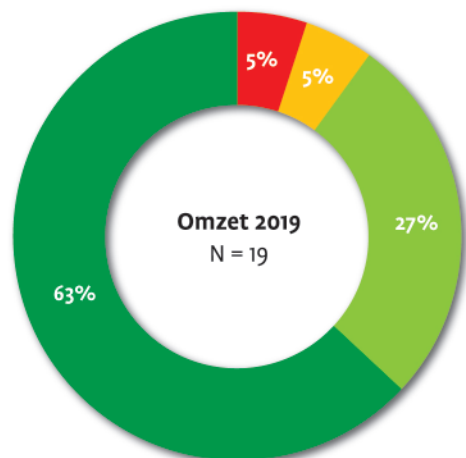
**Hoe tevreden ben je over je bedrijfslocatie (pand) op de volgende aspecten?  
(1 = zeer ontevreden, 10 = zeer tevreden)**

N = 20-22

(Grafiek voor ondernemers uit Wijchen-Centrum)

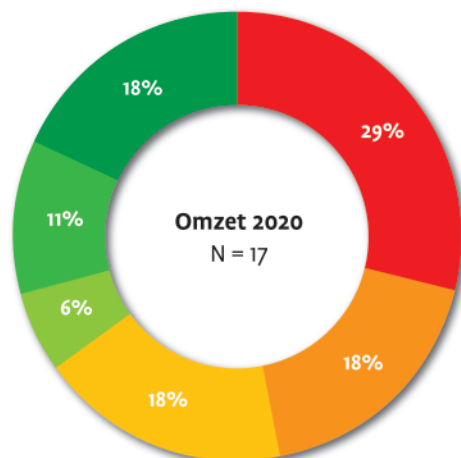


“Hoe was je omzet in 2019 (voor corona)”  
(grafiek voor ondernemers Wijchen-Centrum)



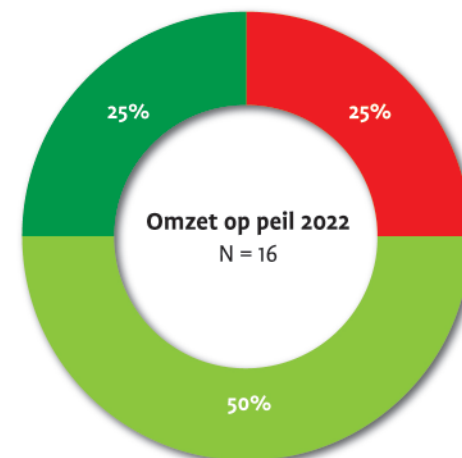
■ Puur verlies     ■ Minimale winst  
■ Matig verlies     ■ Winst  
 Bron: DTNP 2021

“Hoe was je omzet tijdens de corona-crisis (2020)?”  
(grafiek voor ondernemers Wijchen-Centrum)



■ Puur verlies     ■ Matig verlies     ■ Minimale winst  
■ Groot verlies     ■ Kostendekkend     ■ Winst  
 Bron: DTNP 2021

“Denk je dat je omzet in 2022 weer op peil is (zelfde niveau als voor corona)?”  
(grafiek voor ondernemers Wijchen-Centrum)



■ Ja, hoger     ■ Ja, gelijk     ■ Nee, lager  
 Bron: DTNP 2021

“Kun je aangeven/een inschatting maken waar je omzet in 2019 (voor corona) en 2020 (tijdens corona) vandaan kwam?”  
(grafiek voor ondernemers uit Wijchen-Centrum)



■ Kern Wijchen     ■ Nijmegen  
■ Overig gemeente Wijchen     ■ Overig direct omliggend gebied (o.a. Beuningen, Nederasselt, Overasselt, Grave)

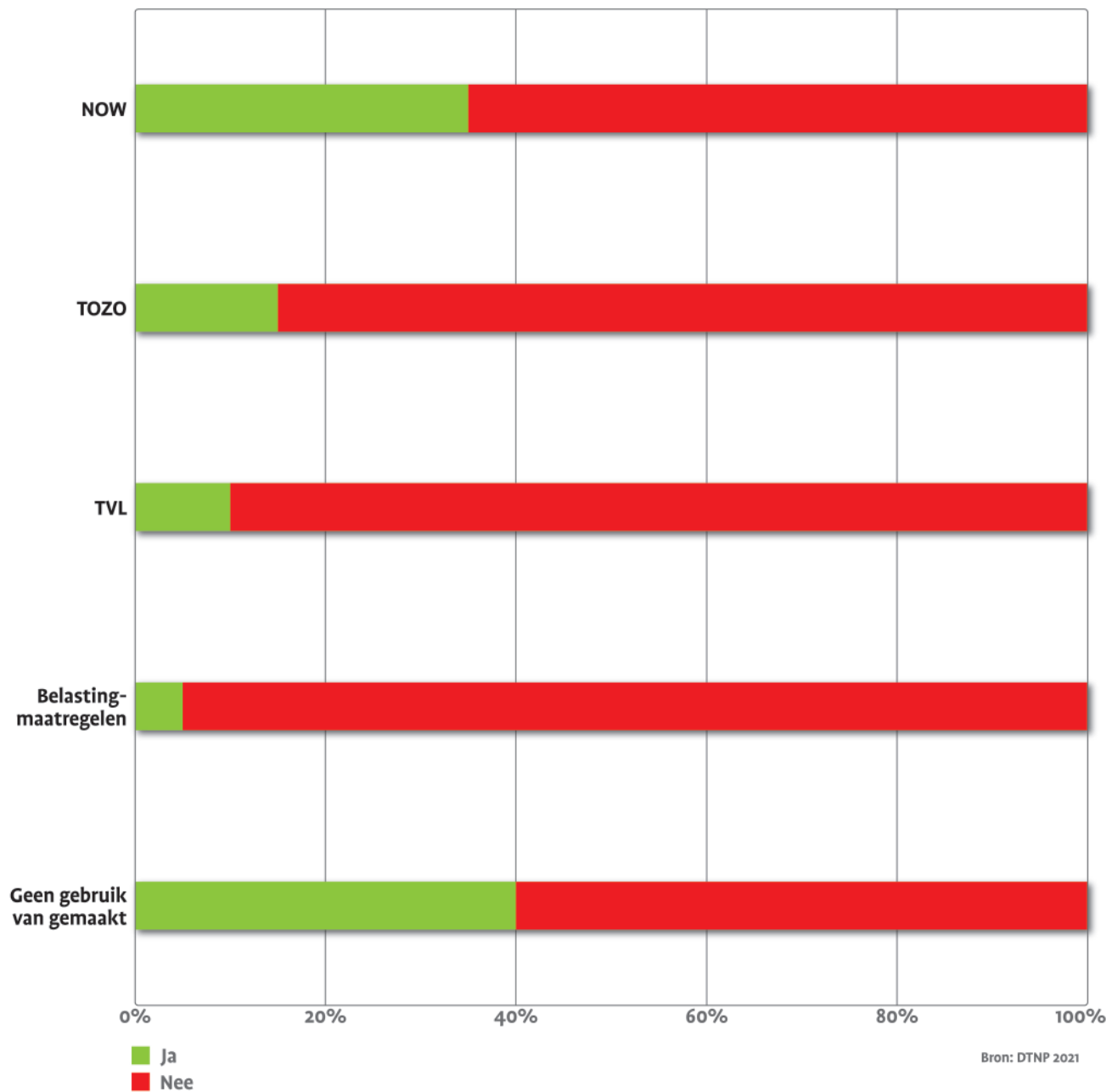


■ Toerisme en dagrecreatie     ■ Elders  
■ Online

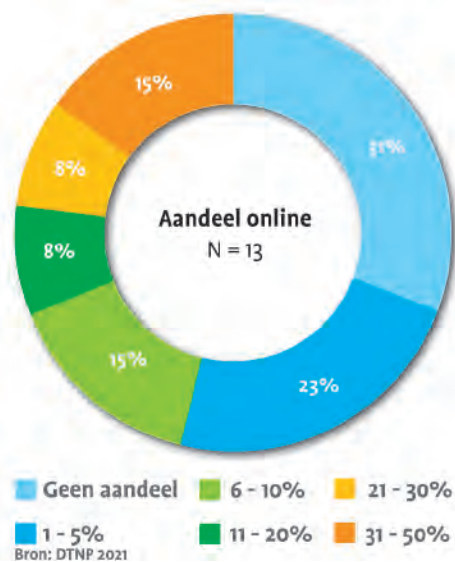


**“Heb je sinds het uitbreken van de coronacrisis gebruik gemaakt van de steunmaatregelen van de overheid?”**

N = 20  
(Grafiek voor ondernemers buiten het centrum van Wijchen)

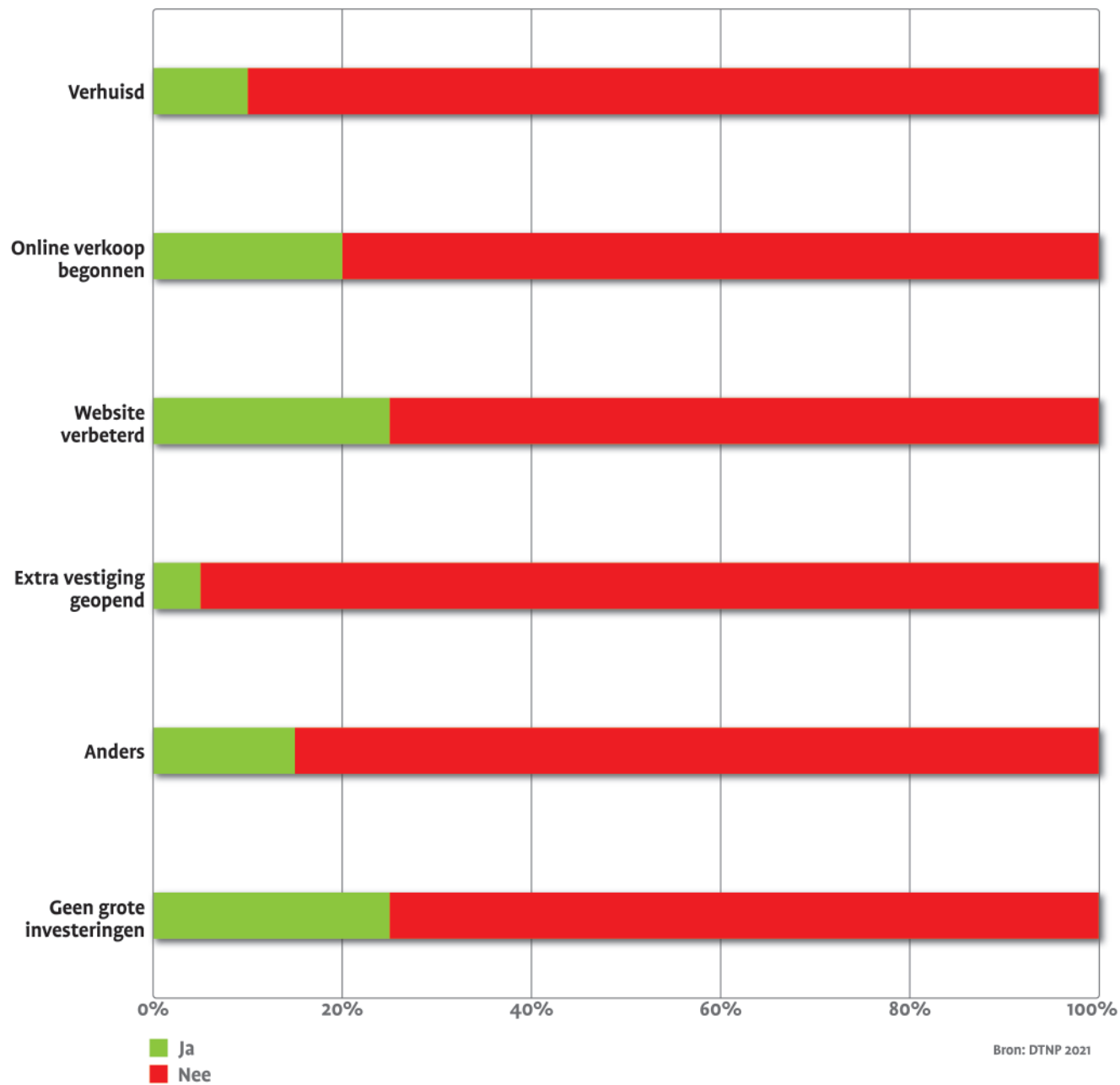


**“Wat is het aandeel online bestedingen voor je onderneming in 2022 (na de coronacrisis)?”**  
(grafiek voor ondernemers Wijchen-Centrum)



**“Wat is de laatste grote investering die je hebt gedaan in je onderneming, en wanneer was dat?”**

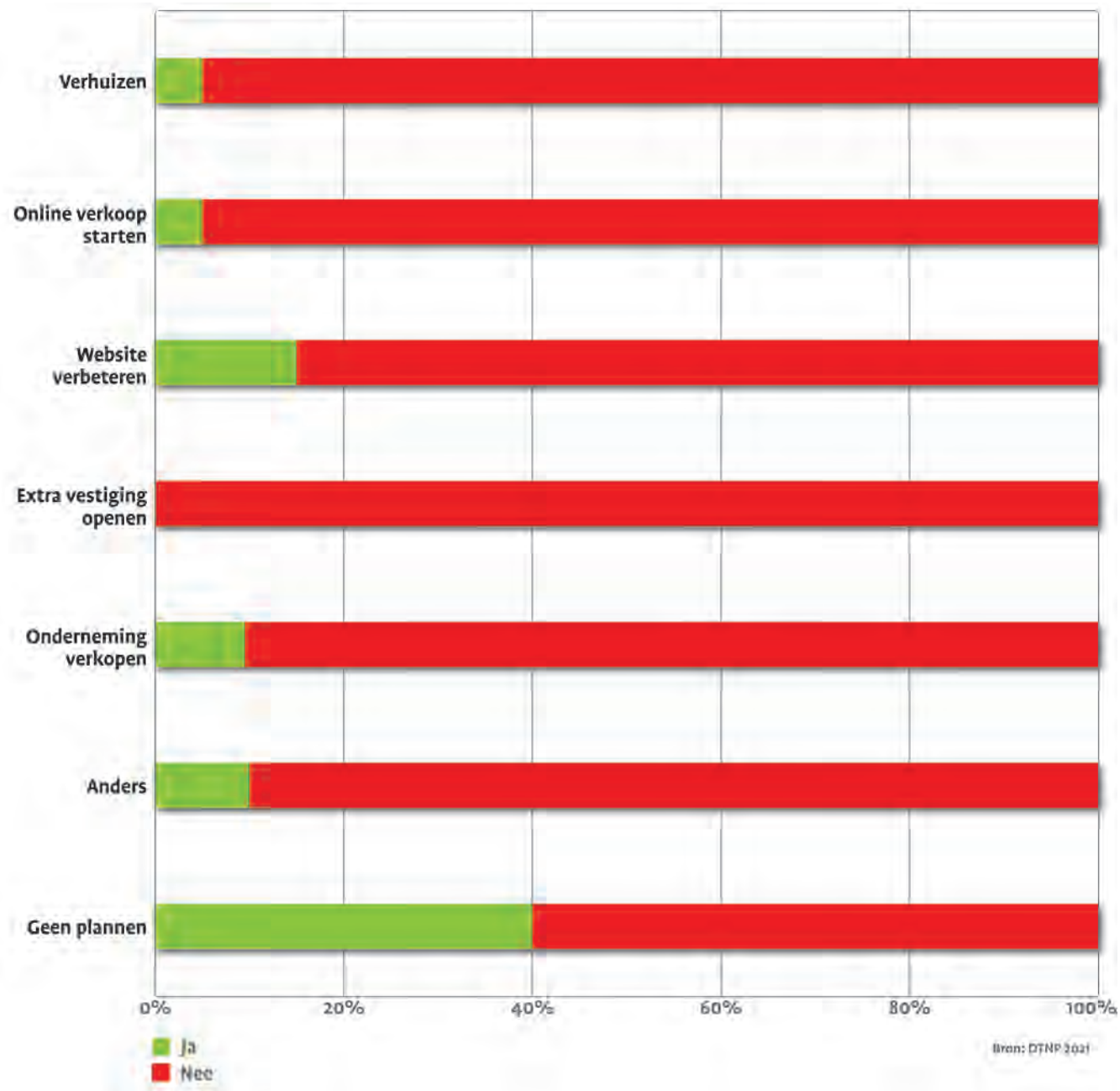
N = 20  
(Grafiek voor ondernemers uit Wijchen-Centrum)





## “Heb je de komende drie jaar plannen voor je onderneming?”

N = 20  
(Grafiek voor ondernemers uit Wijchen-Centrum)

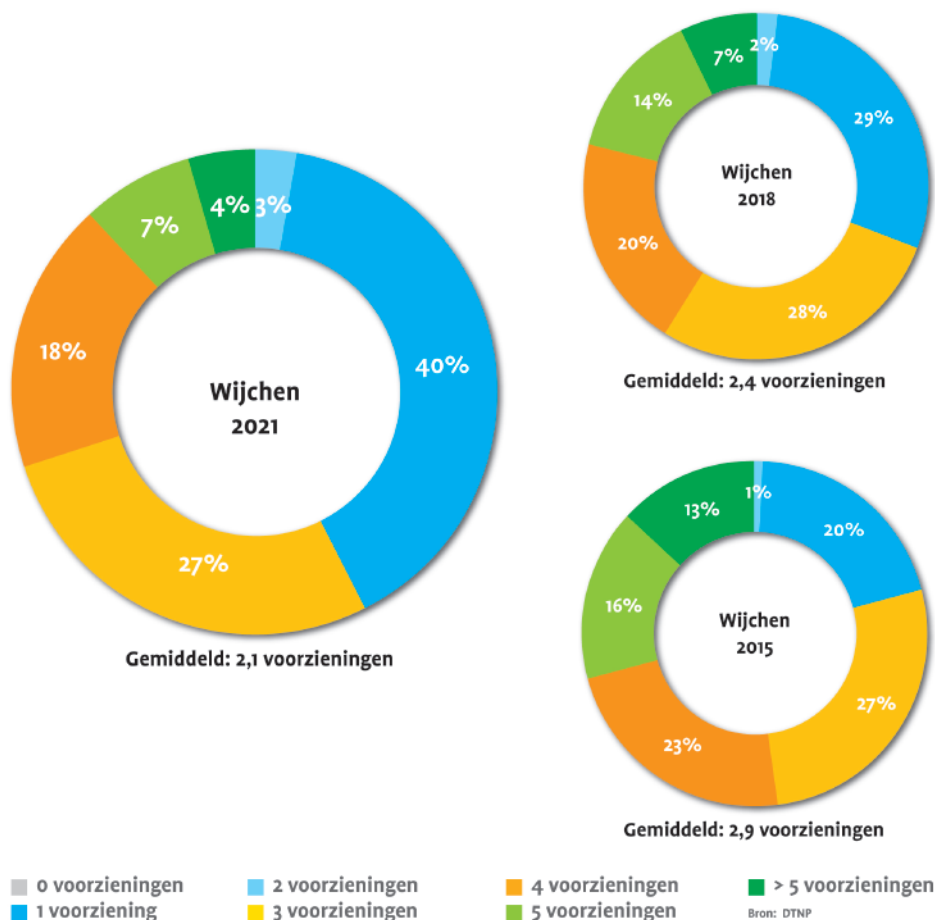


## Bijlage 2: Middelgrote centra onderzoek

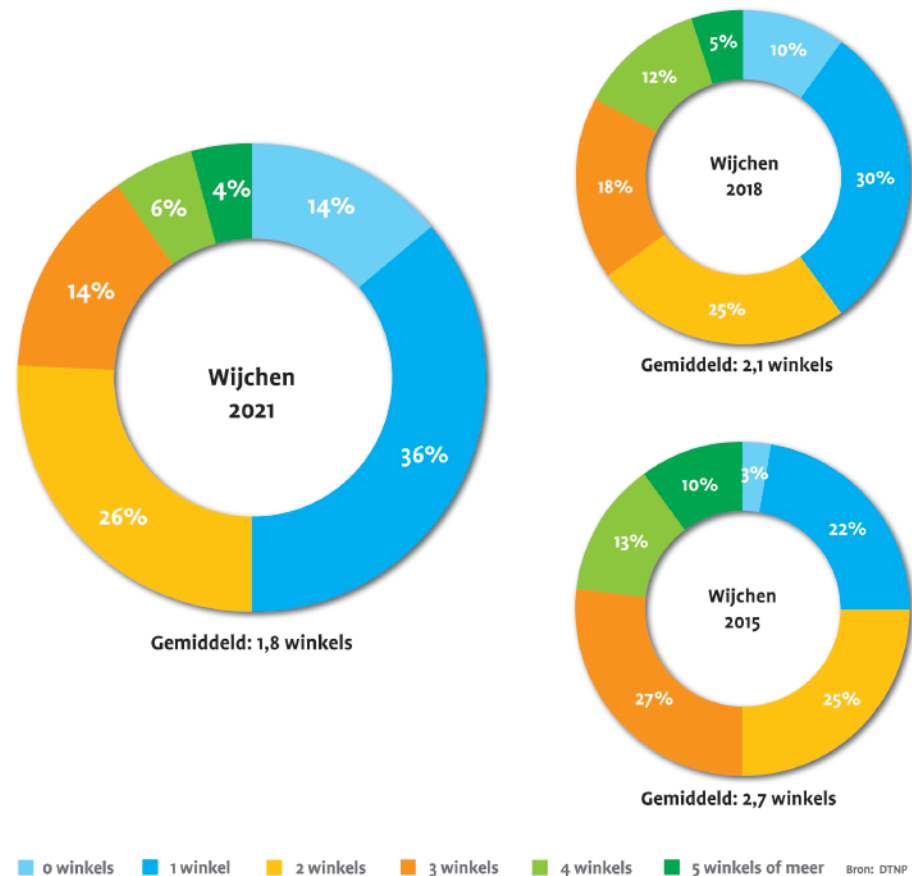
Dit jaar is door DTNP in samenwerking met de Radboud Universiteit voor de zesde keer het middelgrote centra onderzoek uitgevoerd. Wijchen was ook deze editie weer één van de centra die zijn onderzocht. Bij het middelgrote centra onderzoek worden aan bezoekers vragen gesteld over hun laatste bezoek aan het centrum. Er wordt dus feitelijk, daadwerkelijk gedrag geme-

ten. Bezoekers krijgen bijvoorbeeld vragen over hun bezoekdoel, de verblijfsduur en bezoekfrequentie. Ook geven zij het centrum een beoordeling op diverse aspecten. De uitkomsten van het middelgrote centra onderzoek voor Wijchen worden in deze bijlage in grafiekvorm weergegeven. Doordat Wijchen ook in eerdere edities al is onderzocht, kan de vergelijking met voorgaande jaren gemaakt worden.

### Aantal bezochte voorzieningen

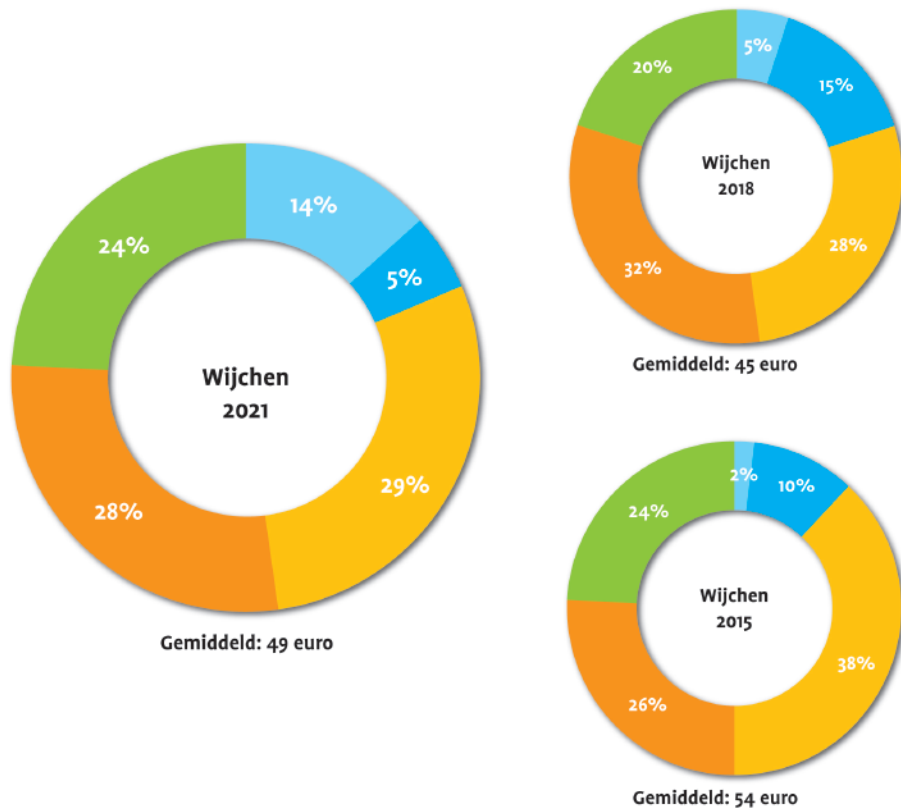


### Aantal bezochte winkels

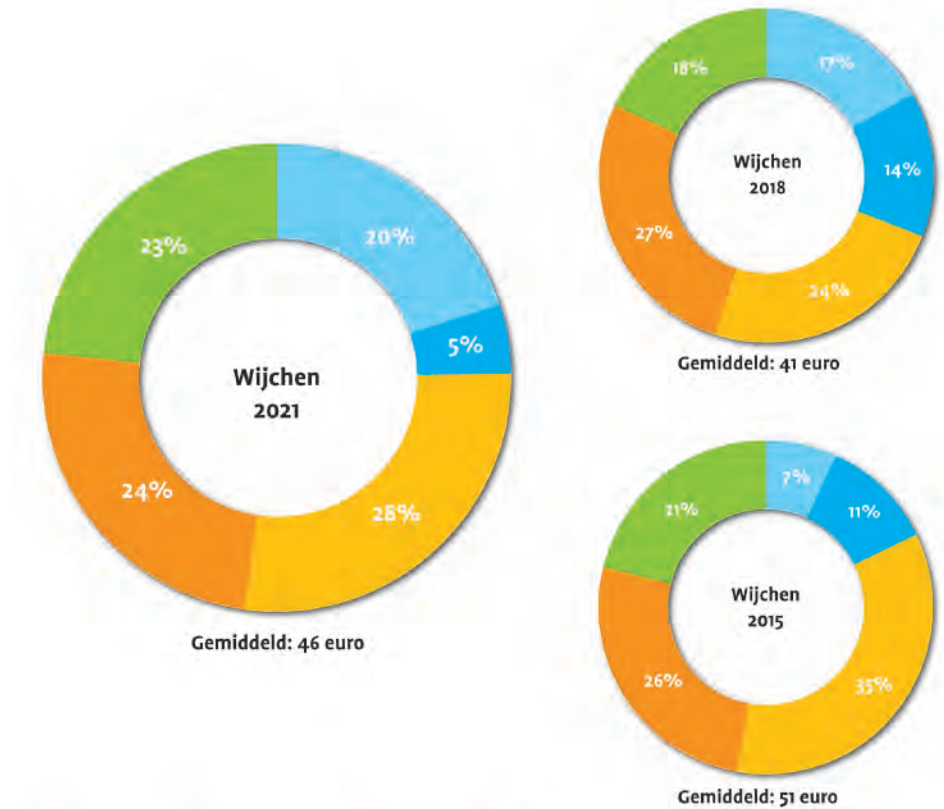




### Totale bestedingen tijdens bezoek



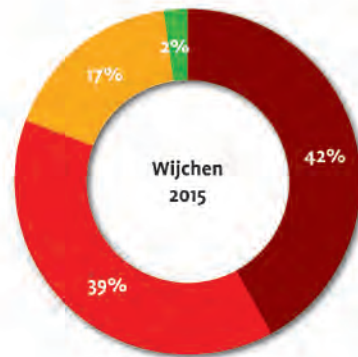
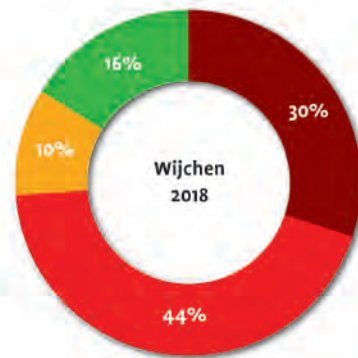
### Bestedingen in winkels tijdens bezoek



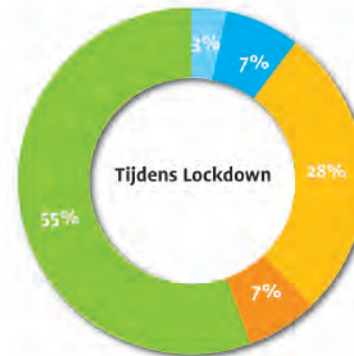
0 euro 0,1 tot 10 euro 10 tot 30 euro 30 tot 60 euro Meer dan 60 euro Bron: DTNP

0 euro 0,1 tot 10 euro 10 tot 30 euro 30 tot 60 euro Meer dan 60 euro Bron: DTNP

## Opgegeven bezoekmotief van de bezoeker



## Bezoekfrequentie aan centrum van Wijchen

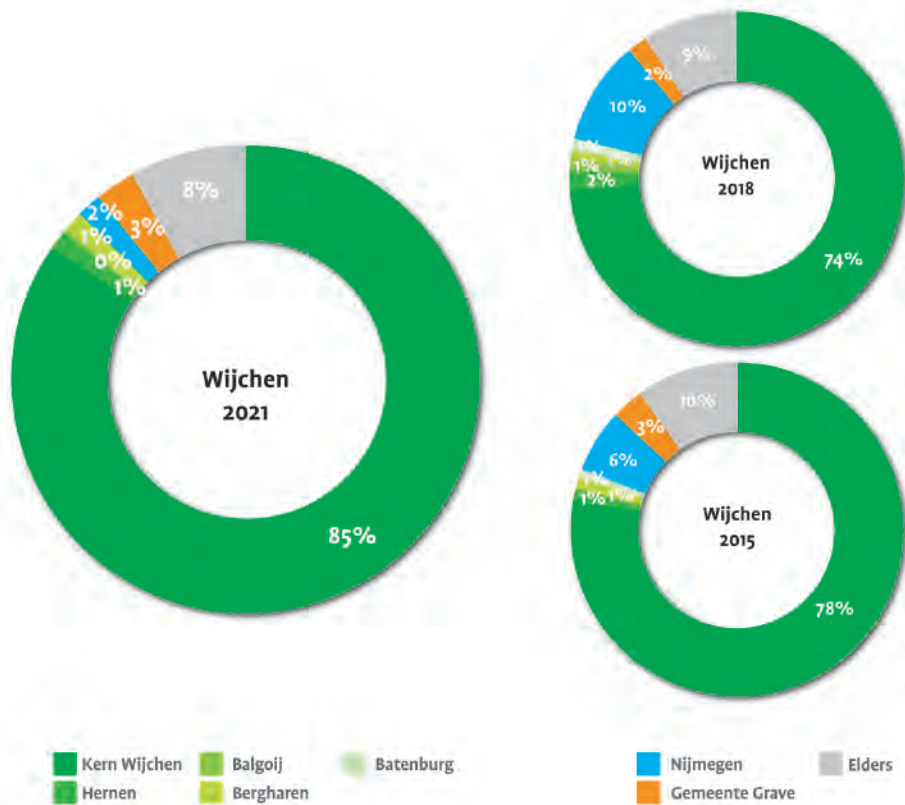


■ Boodschappen doen 
 ■ Gerichte aankopen 
 ■ Recreatief winkelen 
 ■ Recreatief verblijven 
 Bron: DTNP

■ 5 keer per week of meer 
 ■ 1 tot 2 keer per week 
 ■ 1 keer per maand of minder  
■ 3 tot 4 keer per week 
 ■ 2 tot 3 keer per maand 
 Bron: DTNP

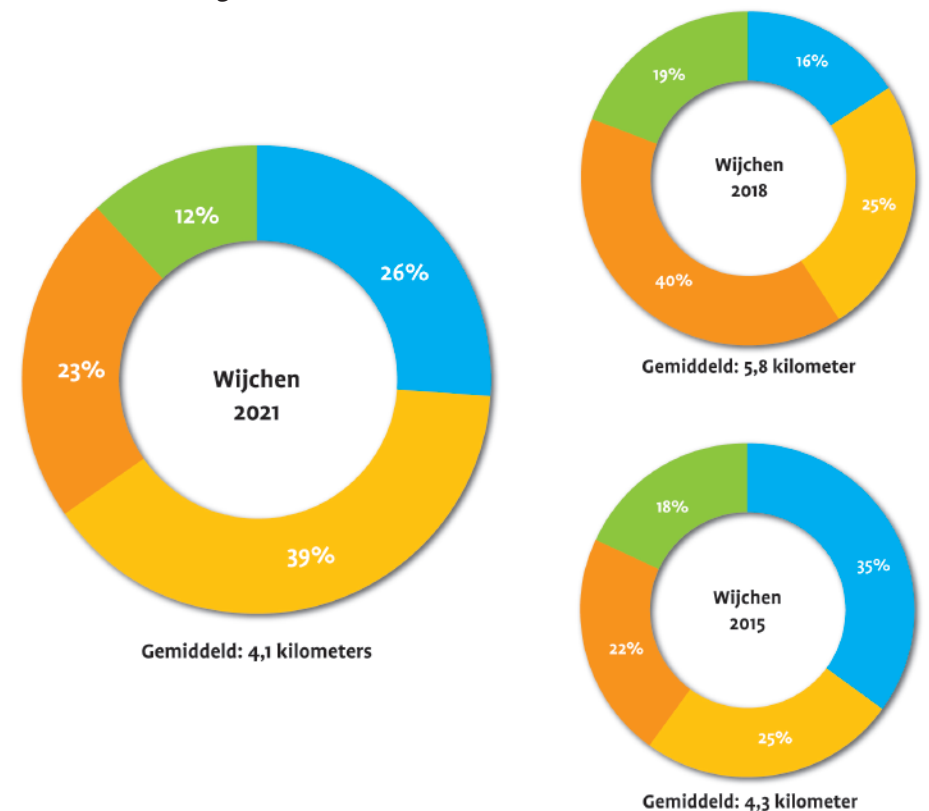


## Herkomst bezoekers



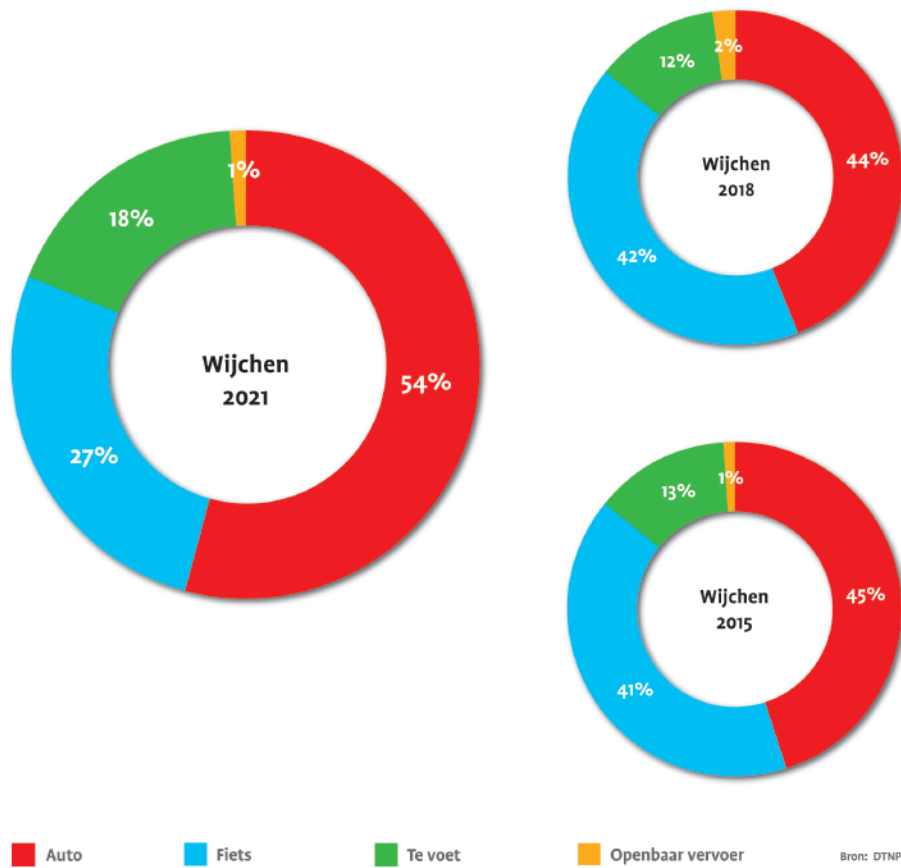
Bron: DTNP

## Afstand tot woning van de bezoekers

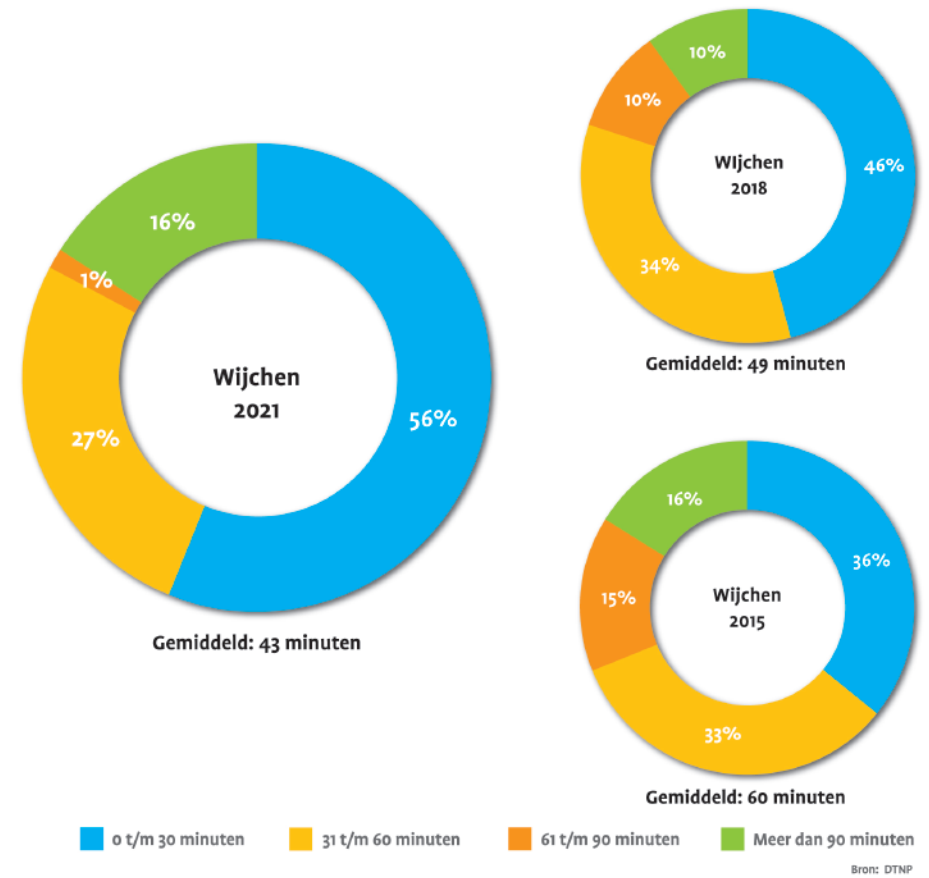


Bron: DTNP

## Vervoersmiddel

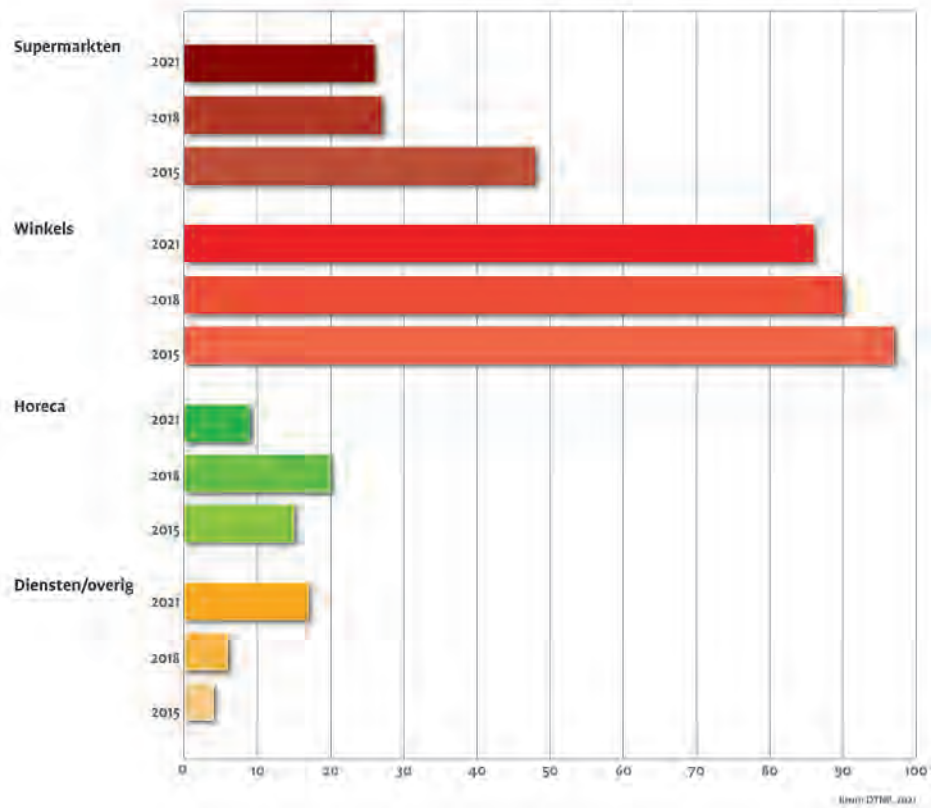


## Bezoekduur

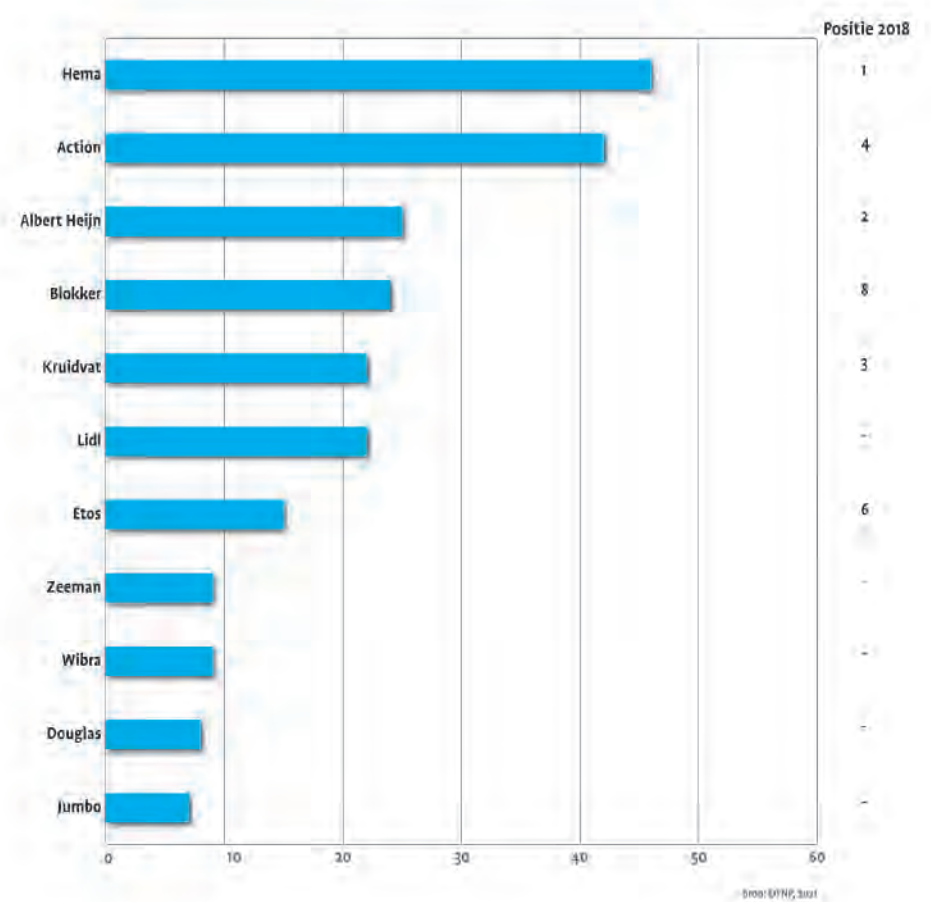




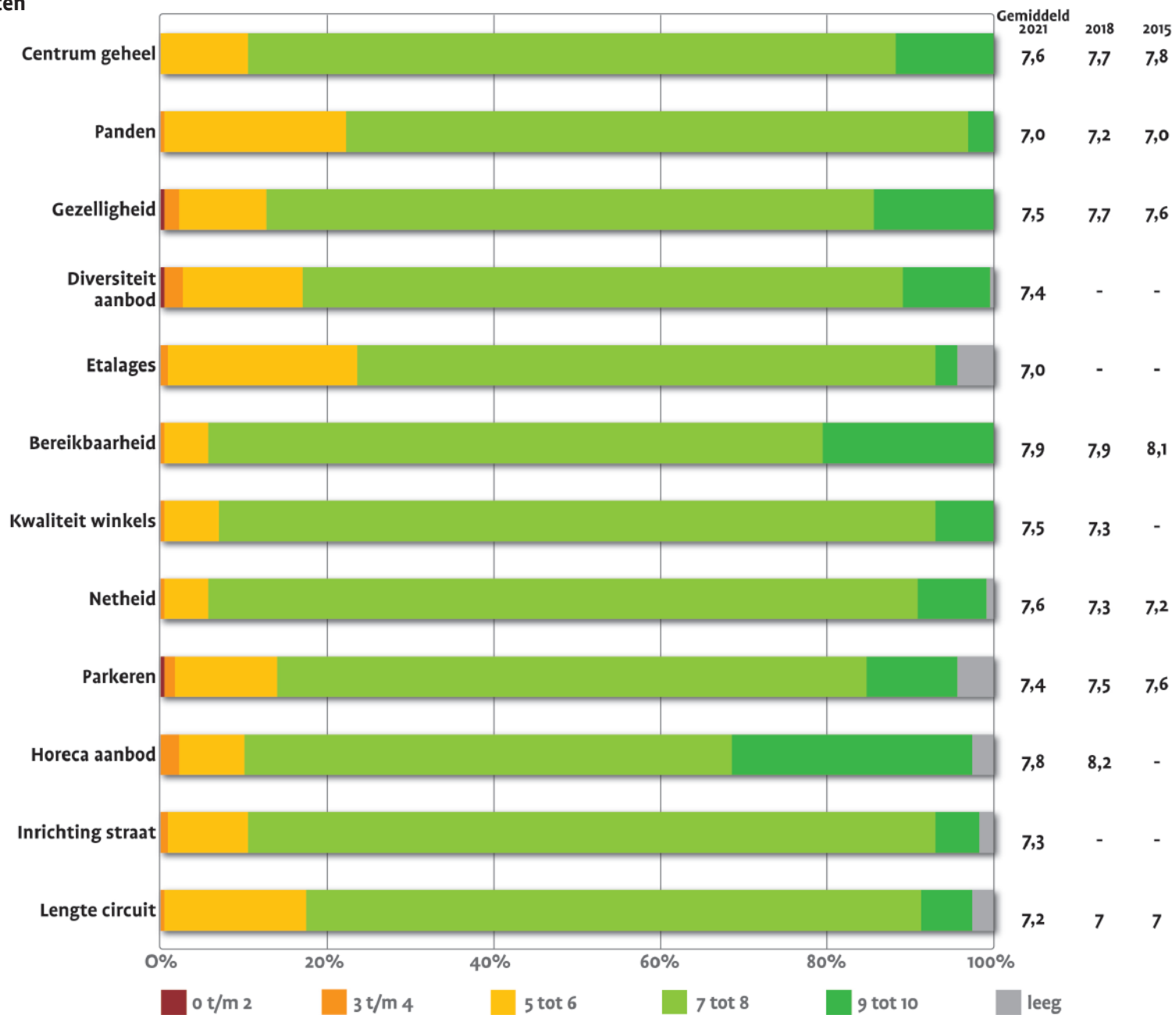
### Bezochte functies



### Meest bezochte winkels



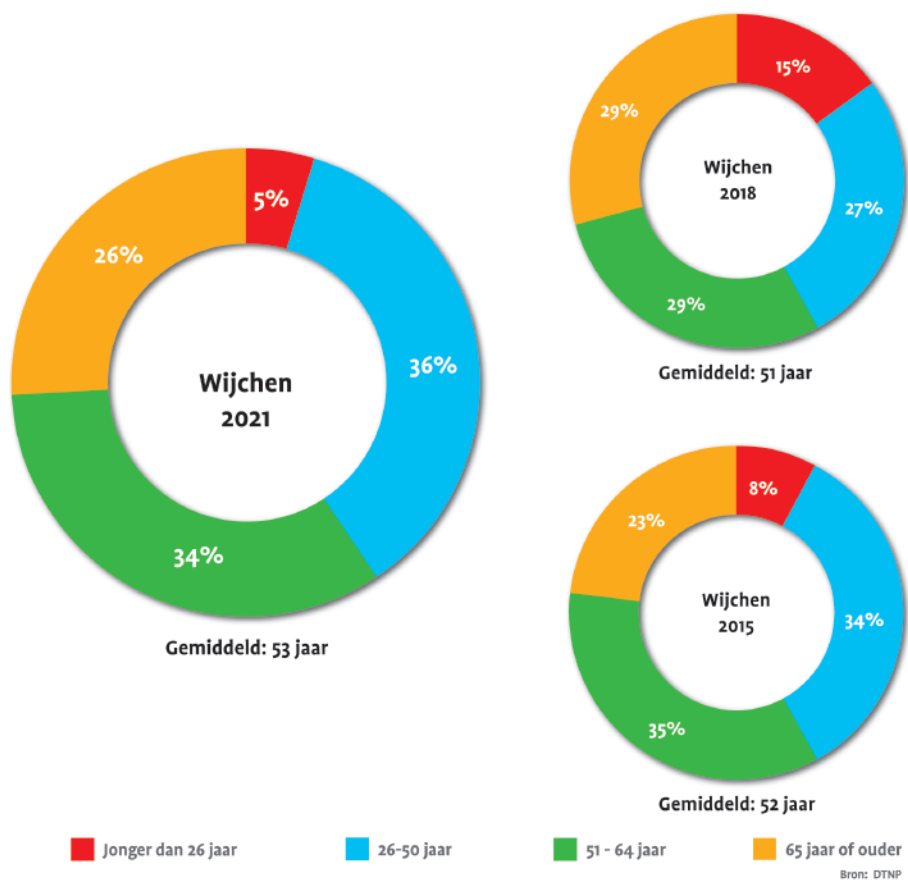
## Rapportcijfer centrum op diverse aspecten



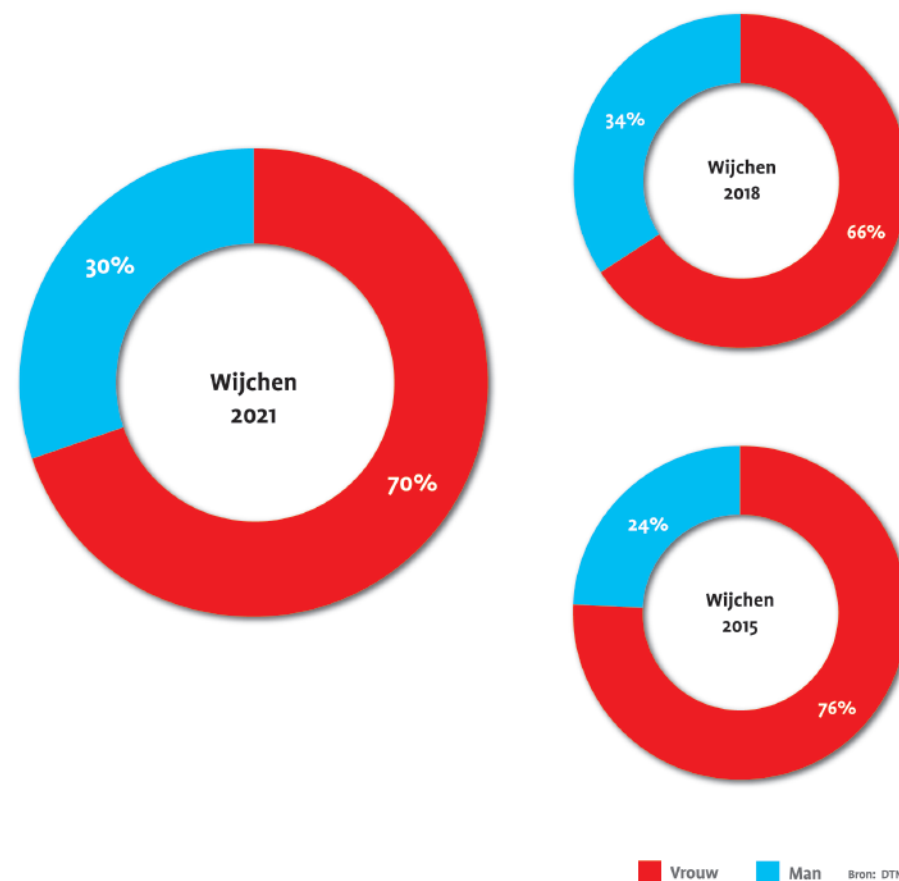
Bron: DTNP, 2021



## Leeftijd respondenten



## Geslacht respondenten









Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie  
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl) | W [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)

