

Rijssen Centrum

Ruimtelijk-Economische Visie

20 augustus 2015

Ontwerp

**BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING**

Status:

Ontwerp

Datum:

20 augustus 2015

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv

[REDACTED] E

[REDACTED] Amsterdam

[REDACTED]

www.stedplan.nl

[REDACTED]

Team Detailhandel en Leisure:

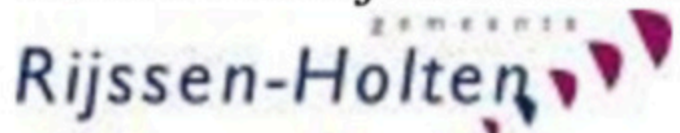
Dr. [REDACTED]

Dr. [REDACTED]

Voor meer informatie: [REDACTED], [REDACTED]

[REDACTED]

Gemeente Rijssen-Holten

 Gemeente
Rijssen-Holten

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2014.A.582

Referentie: 2014.A.582, Rijssen-Holten, Rijssen Centrum - Ruimtelijk Economische

Visie_20082015

Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding en samenvatting	4
1.1 Samenvatting	
1.2 Leeswijzer	
2 Positie Rijssen Centrum	10
2.1 Draagvlak	
2.2 Regionaal en lokaal krachtenveld	
2.3 Rijssen Centrum	
2.1 Conclusie	
3 Marktmogelijkheden	27
3.1 Referentieanalyse	
3.2 Distributieve berekening detailhandel	
3.3 Leefstijlprofielen	
3.4 Conclusie	
4 Perspectief Rijssen Centrum	33
4.1 Trends en ontwikkelingen	
4.2 Lokale ontwikkelingen	
4.3 Beleid	
4.4 SWOT-analyse en perspectiefbepaling	
5 Visie, positionering en vertaling in ruimtelijk-functionele structuur	41
5.1 Visie en positionering	
5.2 Vertaling in globaal programma en ruimtelijk-functionele structuur	
Bijlage 1: BSR®-model SmartAgent	47
Bijlage 2: DPO berekening	51
Bijlage 3: Begrippenlijst	53

Inleiding en samenvatting

De gemeente Rijssen-Holten werkt aan een nieuwe structuurvisie voor het centrum van Rijssen. Met de visie komt er een toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen in het centrum. De structuurvisie zal een doorkijk hebben tot 2025. Onderdeel van de Structuurvisie Centrum Rijssen is de ruimtelijk-economische visie waarbij de focus ligt op detailhandel, horeca en aanverwante functies. De gemeente Rijssen-Holten heeft Bureau Stedelijke Planning gevraagd om deze ruimtelijk-economische visie (REV) op te stellen. Uiteindelijk zal de REV deel gaan uitmaken van de nieuwe Structuurvisie Centrum Rijssen (SCR) 2025.

Nieuwe ontwikkelingen, zowel generiek (ontwikkeling e-commerce, impact economische crisis) als regionaal en lokaal hebben het speelveld flink doen veranderen. Deze ontwikkelingen hebben implicaties voor de ontwikkelmogelijkheden in het centrum van Rijssen. Een up-to-date ruimtelijk-economische visie biedt binnen deze veranderlijke context een stip aan de horizon ("Waar willen we naar toe met de detailhandel, horeca en aanverwante functies in Rijssen Centrum?") en een toetsingskader en vertrekpunt voor nieuwe initiatieven.

De voorliggende REV voor Rijssen Centrum zal een antwoord geven op de volgende vier vragen:

1. Wat is de positie en het perspectief van het centrum van Rijssen in het lokale en regionale krachtenveld?
2. Wat zijn de marktmogelijkheden voor detailhandel en ondersteunende horeca en dienstverlening in Rijssen Centrum?
3. Welke (nationale, regionale en lokale) ontwikkelingen zijn van invloed op het aanbod en de vraag naar detailhandelsvoorzieningen in Rijssen Centrum, en wat is het effect daarvan?
4. Wat is het ruimtelijk-functioneel wensbeeld voor detailhandel, horeca en dienstverlening in het centrum van Rijssen?

1.1 Samenvatting

Positie Rijssen Centrum

- Rijssen kent circa 29.000 inwoners, relatief jong, maar weinig koopkrachtig. In de toekomst is er nog een beperkte bevolkingsaanwas in Rijssen, wat uitzonderlijk is in een krimpregio. Lokale consumenten hechten bij winkel- en horecabeleving vooral waarde aan eigentijdse producten met een scherpe prijs / kwaliteitverhouding en zijn geneigd om hun inkopen te doen in een laagdrempelige retailomgeving bij vertrouwde, lokale winkeliers. Prijs is belangrijk maar inwoners van Rijssen zijn vooral loyaal aan het lokale ondernemersbestand.
- Binnen Twente is Rijssen Centrum het vierde grootste centrum na die van Enschede, Almelo en Hengelo. Binnen de regio kent Rijssen een uniek aanbod aan mode en luxe, veelal van lokale zelfstandige ondernemers. Rijssen staat binnen de regio bekend als aankoopplaats voor kleding van kwaliteit. Zowel de dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel in Rijssen Centrum vervullen een stevige functie voor de eigen inwoners

maar kennen ook een regiofunctie. De aanverwante functies als horeca en dienstverlening vervullen deze regiofunctie in mindere mate.

- De winkelstructuur in Rijssen wordt gekenmerkt door een beperkt aanbod in ondersteunende centra en een focus op aanbod in het centrum.
- In het centrum valt meer dan de helft van het detailhandelsaanbod onder de branche Mode & Luxe. De hoofdwinkelas is de Haarstraat/Grotestraat. Niet dagelijkse trekkers zijn veelal gevestigd aan deze hoofdwinkelas, maar ook buiten de hoofdwinkelas is het nodige aanbod. Er zijn drie centrumsupermarkten, allen met een locatie aan de centrumrand. Horeca, cultuur, ambacht en diensten zijn verspreid over centrum. In het centrum van Rijssen geldt gratis parkeren, wat een belangrijke troef is.
- Detailhandel, horeca en aanverwante diensten en publieksfuncties concentreren zich in het zuidelijk deel van het centrum. In het noorden is de woonfunctie dominant en zijn er enkele meer grootschalige clusters van economische activiteit. De doorbloeding van het centrum van noord naar zuid is hierdoor zo goed als afwezig.
- De leegstand is in één jaar (2013-2014) gestegen van 6,4% naar 7,4% en ligt nu boven het landelijke gemiddelde.
- Het centrumaanbod heeft een erg sterk accent op mode en luxe, en dit is ook de sterkte van Rijssen Centrum. Echter, voor een centrumgebied van deze orde is het aanbod in mode en luxe wel wat overgedimensioneerd en ruimtelijk gezien te weinig geconcentreerd op de hoofdwinkelas Haarstraat/Grotestraat. De afgelopen twee jaar schuift het aanbod meer op naar de 'discount-sfeer' en zijn er verschillende 'pop-up'-achtige concepten geopend, die deels tijdelijk van aard zijn.
- Voor wat betreft Rijssen centrum geldt dat teruglopende bestedingen in de fysieke detailhandel, de weinige succesvolle nieuwkomers en de verdere toevoeging van winkelmeters in een toch al overgedimensioneerd centrumaanbod de ruimtelijk-economische structuur van het centrum hebben verzwakt.

Markmogelijkheden en perspectief

- Op het gebied van detailhandel zijn er vrijwel geen uitbreidingsmogelijkheden in de niet-dagelijkse sector, ondanks de te verwachten groei van het aantal inwoners in het primaire verzorgingsgebied. Het huidige functioneren van het aanbod (ondergemiddeld) en de generieke ontwikkelingen (met onder druk staande bestedingen en een groeiend aandeel internetaankopen) staan een versterking van het winkelaanbod in de weg. Zelfs met een taakstellende groei van binding en toevloeiing aan het aanbod in Rijssen Centrum moet voor de toekomst eerder rekening gehouden worden met het (verder) inkrimpen van het winkelaanbod.
- Mogelijkheden voor versterking van het aanbod zijn er wel op het terrein van horeca, cultuur en ontspanning, waar Rijssen minder goed op scoort. Onder invloed van generieke ontwikkelingen, die wijzen op een steeds grotere branche- en sectorvervaging (tussen detailhandel en horeca bijvoorbeeld) is het belangrijk dat Rijssen op dit terrein een inhaalslag maakt. Temeer omdat middelgrote centra als die van Rijssen (centra die te kenschetsen zijn als te klein voor het tafellaken en te groot voor het servet) een extra inspanning zullen moeten doen. Een extra inspanning om zich aan de ene kant te onderscheiden van de grote centra, met een grote verscheidenheid aan allerhande publieksfuncties in een aantrekkelijke, vaak historische setting, en aan de andere kant van de functioneel ingerichte, gemakkelijk toegankelijke boodschappencentra.
- Het imago van het detailhandelsaanbod in Rijssen centrum sluit qua profiel niet naadloos aan op de doorsnee Rijssenaar. Het centrumaanbod is vooral gericht op de

consumenten die zich aangetrokken voelen tot de betere speciaalzaken en winkels in mode en luxe van topondernemers die kwaliteit, service en innovatie hoog in het vaandel hebben staan. Deze 'Luxe' uitstraling is wat Rijssen kenmerkt, uniek maakt en dit is ook waar het bovenlokaal publiek op af komt. Het imago van luxe, de kwaliteit en het ondernemerschap in Rijssen Centrum dient daarom in de toekomst te worden gewaarborgd, ook als het winkelbestand inkrimpt.

- Internet speelt een steeds belangrijkere rol voor de consument. Door afhaal- en servicepunten te koppelen aan bestaande winkelgebieden krijgen deze een impuls. De ervaring leert dat het gros van de consumenten die producten komt afhalen ook nog aankopen doet op locatie. Daarnaast moeten fysieke winkels ook online zichtbaar zijn om te kunnen overleven. In het centrum van Rijssen wordt hier door het HABI en de individuele ondernemers al flink op ingezet. Verdere integratie van typische 'cross channel'-functionaliteiten is echter noodzakelijk en wenselijk. Ook leent het centrum zich voor het huisvesten van nieuwe aanbodsvormen als pick-up-points, kluisjes en servicepunten. In plaats van dergelijke voorzieningen te laten landen op solitaire locaties buiten het centrum, bijvoorbeeld op kantoorlocaties of op bedrijventerreinen, is het voor de levendigheid en toekomstbestendigheid van het centrum wenselijk om deze functies bij voorkeur te huisvesten binnen het centrum.
- We zien dat steeds meer gemeenten prioriteit geven aan versterking van (het onderscheidend vermogen van) het centrum. Een florerend centrumgebied draagt bij aan het voorzieningenniveau, de leefbaarheid en het imago van de stad. De binnenstad wordt steeds vaker gezien als 'kloppend hart', en daarmee behelst het veel méér dan alleen winkelen. Het is wenselijk om ook andere type functies zo veel mogelijk in het centrum te accommoderen. Het gaat hier om voorzieningen die zorg dragen voor meer levendigheid, extra traffic en een langere verblijfsduur. Denk aan werken (onder andere kantoorunits en flexibele werkplekken), ambachten, zorg, kinderopvang, maatschappelijke dienstverlening en andere type bedrijvigheid (tenzij overlastgevend). Dit betekent als gemeente dat je terughoudend bent in wat je toestaat buiten het centrum (nee, tenzij) en vooruitstrevend en flexibel omgaat met wat je binnen het centrum huisvest (ja, mits).

Rijssen Centrum 2025: Visie, positionering en ruimtelijk functioneel wensbeeld

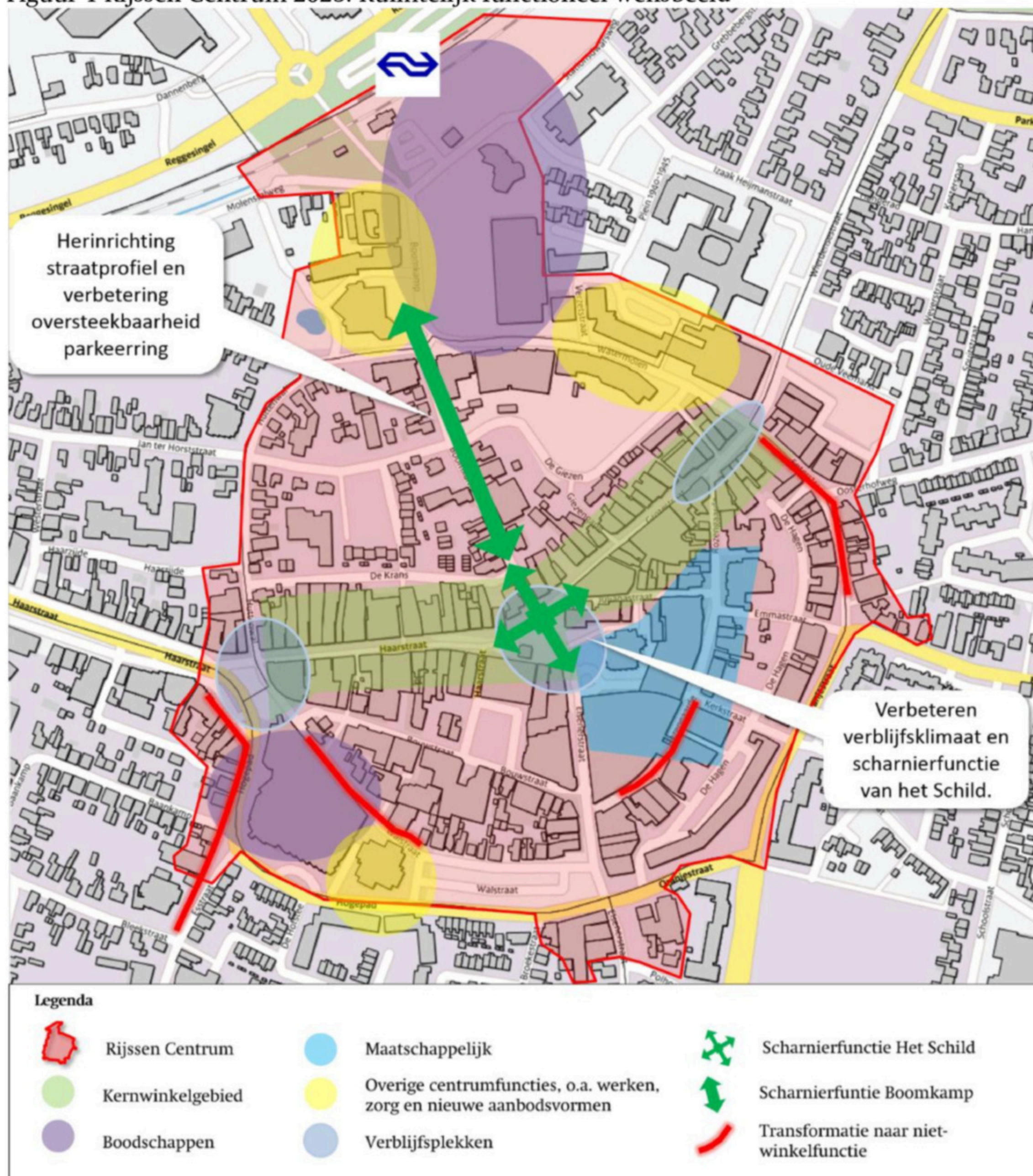
- Rijssen Centrum zal zich in zijn verzorgingsfunctie in de toekomst primair moeten richten op de combinatie van de inwoners uit Rijssen (circa 29.000 inwoners) en het secundaire verzorgingsgebied (circa 100.000 inwoners). De beide gebieden zijn goed voor het grootste deel van de bezoekers (en daarmee omzet) in Rijssen Centrum.
- **Rijssen is ook in de toekomst de primaire aankoopplaats voor eigen inwoners, en vervult ook een belangrijke functie voor inwoners uit de regio Twente die een dagje kwalitatief willen winkelen in een aantrekkelijke, maar ook laagdrempelige setting.** De inwoner van Rijssen is van nature trouw aan het eigen centrum. Hij hecht bij winkel- en horecabeleving vooral waarde aan eigentijdse producten met een scherpe prijs / kwaliteitverhouding en is geneigd om zijn inkopen te doen in een laagdrempelige retailomgeving bij vertrouwde, lokale winkeliers. Prijs is belangrijk, maar inwoners van Rijssen zijn vooral loyaal aan het lokale ondernemersbestand. Binnen de regio staat Rijssen bekend als aankoopplaats voor luxe en kleding van kwaliteit.

- **Rijssen Centrum kent naast het winkelaanbod ook een breed en aantrekkelijk palet aan dienstverlening, horeca en andere publieksfuncties.** Omdat de grenzen tussen winkelen, horecabezoek en vrijetijdsbesteding steeds meer zullen vervagen is het belangrijk dat Rijssen zich op dit gebied meer profileert. Temeer omdat de regioconsumenten meerdere keuzemogelijkheden hebben, en een bewuste keuze voor Rijssen Centrum zullen moeten maken. Deze regioconsument is van essentieel belang voor Rijssen Centrum: het profiel en imago van de winkels en de omvang van het winkelareaal is mede afgestemd op de regiobezoeker. Wanneer die regioconsument afhaakt zal versneld sprake zijn van uitval van aanbod in Rijssen. Het is daarom zaak het centrum verder gereed te maken voor de toekomst, en daarbij scherpe keuzes te maken in wat waar en in welke mate gefaciliteerd wordt. Voorop hierin staat dat het centrum de logische locatie is voor voorzieningen en initiatieven die een centrumfunctie vervullen: van winkels, horeca en andere (commerciële en maatschappelijke) publieksverzorgende voorzieningen. De ondersteunende centra en locaties dienen slechts een dagelijks verzorgende functie; opschaling en verbreding van het aanbod dient op deze locaties niet aan de orde te zijn.
- **Rijssen Centrum is een kloppend hart met een aantrekkelijke mix aan functies in een compact centrumgebied met verschillende, maar verbonden, deelgebieden.** Een florerend centrumgebied draagt bij aan het voorzieningenniveau, de leefbaarheid en het imago van de stad. Het centrum moet worden gezien als 'kloppend hart', en daarmee behelst een toekomstbestendig centrum ook veel meer dan alleen winkelen. Hierbij dienen de recreatieve functies (niet-dagelijkse detailhandel in de recreatieve branches en alles wat daar omheen hangt) in een relatief klein, maar aantrekkelijk ingericht centrumgebied te worden geconcentreerd, ondersteund door dagelijks en doelgericht niet-dagelijks aanbod in de flanken van dat centrumgebied. Dit laatstgenoemde aanbod zal laagdrempelig georganiseerd moeten worden: goed toegankelijk voor alle vormen van vervoer (waaronder de auto), met een moderne, concurrerende maatvoering, en met excellent parkeren (gratis, waar mogelijk op maaiveld). De opgave is vervolgens om die beide werelden met elkaar te verbinden: in functionele zin (versterken relaties), qua inrichting van het openbaar gebied en in termen van marketing en communicatie. Naast klassieke (commerciële) publieke centrumfuncties als detailhandel en horeca is het wenselijk om ook andere type functies zo veel mogelijk in het centrum te accommoderen. Het gaat hier om voorzieningen die zorg dragen voor meer levendigheid, extra traffic en een langere verblijfsduur. Denk aan werken, ambachten, zorg, kinderopvang, maatschappelijke dienstverlening en andere type bedrijvigheid (tenzij overlastgevend). Ook leent het centrum zich voor het huisvesten van nieuwe aanbodsvormen als pick-uppoints, kluisjes en servicepunten.
- **Rijssen Centrum is een plek waar van alles valt te beleven.** Rijssen kent met de HABI en de winkeliersvereniging Hoge Wal reeds een actieve ondernemersvereniging en er worden veel succesvolle activiteiten georganiseerd. Het is belangrijk dat deze activiteiten en evenementen ook in de toekomst plaats zullen (blijven) vinden.
- **De online en offline marketing en communicatie van het centrum zijn geïntegreerd en zijn in staat de verschillende deelgebieden van het centrum te verbinden.** De centrumondernemers in Rijssen zijn al een eind op weg in het online winkelen, Communicatie en marketing is duidelijk aanwezig in de digitale sfeer, maar minder zichtbaar in fysieke zin, in het centrum zelf. De integratie van online en offline winkelen dient in Rijssen Centrum nog zijn beslag te krijgen.

In ruimtelijk-functionele zin ligt het accent op:

- **'Lokale helden'** met een goede reputatie in combinatie met (in mindere mate) ook **(formule)winkels** die een lager prijssegment bedienen.
- Met in de hoofdwinkelas het accent op **mode & luxe** artikelen (kleding, schoeisel, warenhuis, opticien, **food** (supermarkten en een compleet pakket aan versspeciaalzaken) aan de twee flanken van het centrum, **frequent benodigd** aanbod (drogist/parfumerie, huishoudelijk, bloemist, cadeau-artikelen, boeken etc.) in het tussengebied en **horeca en diensten** verspreid door het centrum, met enige concentratie rond de drie verblijfsplekken (de twee koppen van de hoofdwinkelas en Het Schild).
- Rond het gemeentehuis een cluster van **maatschappelijke functies**. In fysiek-ruimtelijke zin dient dit toekomstige deelmilieu beter met de andere deelmilieus te worden verbonden.
- Ruimte voor **rustpunten**, plekken waar de gelegenheid is om te pauzeren, soms in de vorm van horeca (ook in bestaande winkels) of kiosk, soms in de vorm van meer serene plekken die als rustpunt kunnen fungeren (groen, zitjes).
- De **transformatie** van de Enterstraat en andere delen van het centrum die niet tot het kernwinkelgebied behoren, maar waar wel winkels zijn gesitueerd, naar andere functies, niet zijnde detailhandel.
- Versterking van de functie van **Het Schild als scharnier tussen verschillende deelgebieden** (vergroten verblijfswaarde), door herinrichting, opwaardering gevels en functieverandering plinten. Scharnierfunctie van Het Schild als verbindend element naar de Boomkamp gaat gepaard met betere aansluiting op noordelijk deel van de Boomkamp. Dit verbetert de doorbloeding van het centrum van noord naar zuid. Voor deze noordelijke verbinding ligt opgave bij herinrichting en herprofilering van het straatprofiel en bij de verbetering oversteekbaarheid van de parkeerring.

Figuur 1 Rijssen Centrum 2025: Ruimtelijk-functioneel wensbeeld



Bron: PDOK achtergrondkaart; bewerking Bureau Stedelijke Planning

1.2 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 is de positie van Rijssen Centrum beoordeeld aan de hand van de vraag en aanbodverhoudingen en het functioneren van het aanbod. In hoofdstuk 3 zijn de marktmogelijkheden beoordeeld, aan de hand van onder meer een referentieanalyse en een distributieve berekening. In hoofdstuk 4 staat het perspectief van het centrum centraal, op basis van onder meer de invloed van ontwikkelingen (generieke en lokaal) en een SWOT-analyse. Hoofdstuk 5 formuleert de visie en positionering van Rijssen Centrum en gaat in op het ruimtelijk-functioneel wensbeeld bij het vormgeven van de ruimtelijk-economische visie.

2 Positie Rijssen Centrum

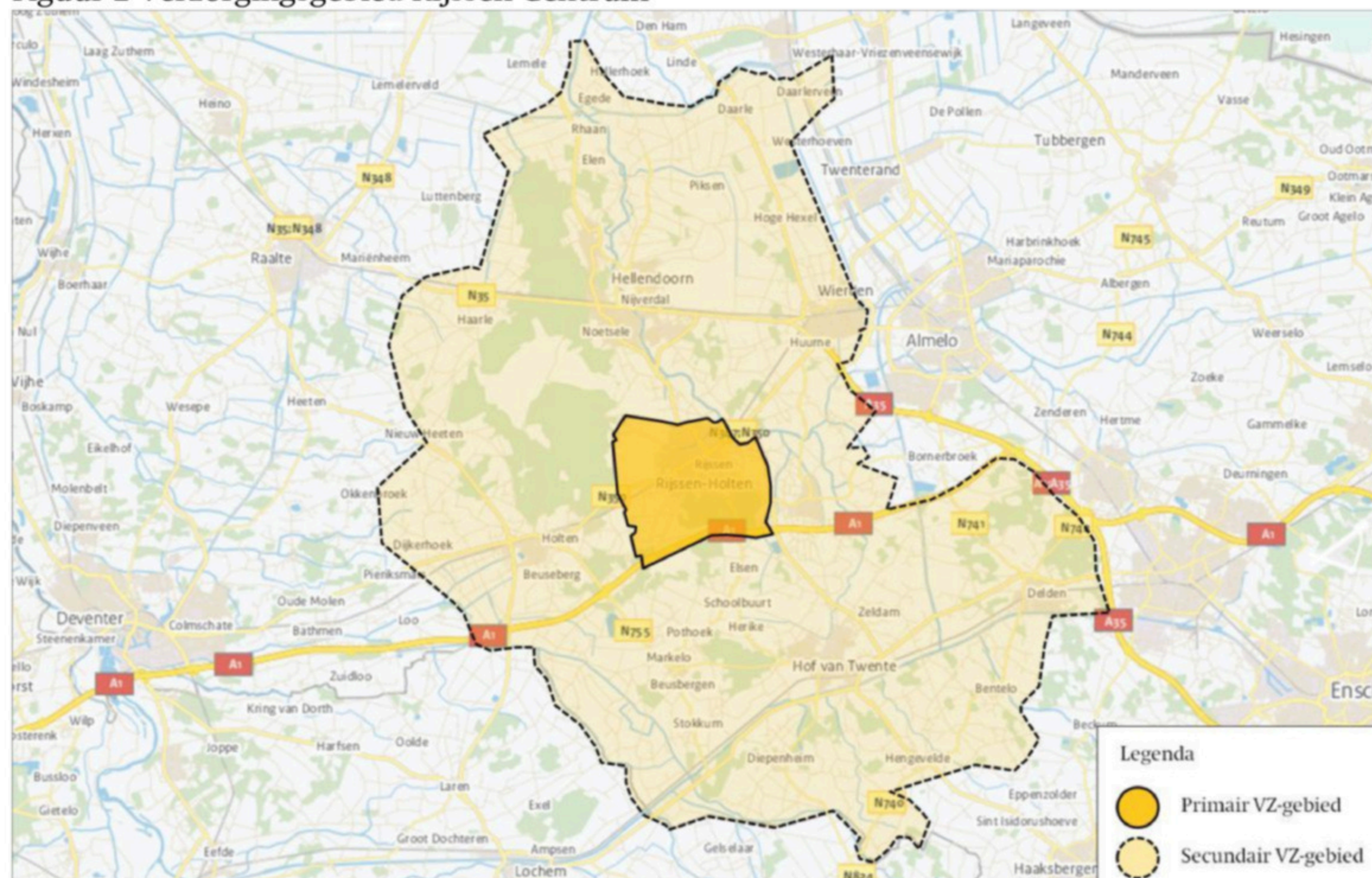
Hoe verhoudt het kernwinkelgebied van Rijssen zich tot nabijgelegen concurrerende winkelgebieden? In dit hoofdstuk komt achtereenvolgens het draagvlak (2.1) en het regionale en lokale krachtenveld (2.2) aan bod. Daarna wordt stilgestaan bij de positie van Rijssen Centrum hierbinnen (2.3). Er wordt afgesloten met een conclusie (2.4).

2.1 Draagvlak

Rijssen ligt in de regio Twente en is onderdeel van de gemeente Rijssen-Holten (totaal 37.843 inwoners) waarbinnen het met 28.768 inwoners de grootste woonkern is. Naast Rijssen maakt ook de westelijk gelegen kern Holten onderdeel uit van gemeente. Inwoners van Rijssen staan bekend als ondernemend en Rijssen is de geboortegrond van vele bouwbedrijven (o.a. Volker-Wessels). Net als in veel andere plaatsen in Twente kende Rijssen in het verleden een florerende textielindustrie.

Zowel de dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel en aanverwante functies in Rijssen vervullen een stevige functie voor de eigen inwoners maar kennen ook een regiofunctie. Dit beeld wordt bevestigd door de uitkomsten van het Koopstromenonderzoek (KSO) Oost-Nederland uit 2010. Het verzorgingsgebied van Rijssen Centrum bestaat uit een primair verzorgingsgebied (de kern Rijssen) en een secundair verzorgingsgebied (de kern Holten en de gemeenten Wierden, Hellendoorn en Hof van Twente). Ook van buiten de regio is er toevloeiing naar Rijssen Centrum, vanuit onder andere Almelo en Deventer. Dit geldt vooral voor het niet-dagelijkse detailhandelsaanbod.

Figuur 2 Verzorgingsgebied Rijssen Centrum



Bron: PDOK achtergrondkaart; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Kenmerken bevolking

- In het primaire verzorgingsgebied wonen veel **gezinnen met (jonge) kinderen**. Het aandeel 45-65 jarigen ligt met 23% lager dan het Nederlandse gemiddelde van 28%. Ook het aandeel 65+ jaar is lager dan het landelijke gemiddelde. De bevolking is weinig vergrijsd. Inwoners van Rijssen zijn relatief **weinig koopkrachtig**: het gemiddeld inkomen per persoon ligt 19% onder het gemiddeld landelijk inkomen.
- Het secundaire verzorgingsgebied is juist wel vergrijsd. Het aandeel 65-plussers is 20% tegenover 16% in Nederland. De inwoners in het secundaire gebied zijn een stuk koopkrachtiger dan in het primaire verzorgingsgebied (al ligt het gemiddeld inkomen wel nog steeds onder het Nederlandse gemiddelde).

Tabel 1 Demografische kenmerken verzorgingsgebied

Gebied	Inwoners.	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	Gem. huish. grootte	% niet westerse allocht.	Gem. inkomen p.p.
Primair (Rijssen)	28.768	23	14	25	23	14	2,9	5	€ 17.600
Secundair	103.725	18	11	22	29	20	2,5	2	€ 20.300
<i>Gem. Rijssen-Holten</i>	<i>37.843</i>	<i>21</i>	<i>13</i>	<i>25</i>	<i>24</i>	<i>17</i>	<i>2,7</i>	<i>4</i>	<i>€ 18.500</i>
Nederland		17	12	26	28	16	2,2	12	€ 21.700

Bron: Gemeente Rijssen, CBS Statline, 2014: inkomensgegevens betreffen 2012

- Rijssen kent een sterke protestantse gemeenschap met een overwegend behoudende geloofsovertuiging. Rijssen staat echter óók bekend om **innovatief ondernemerschap**, waaronder de vele bouwbedrijven maar ook de lokale middenstand die op innovatieve wijze de nieuwe aanbodsvormen zoals internetwinkelen omarmt.
- De Rijssense economie en werkgelegenheid is sterk gericht op de **bouwsector**. Deze sector is erg gevoelig voor de conjunctuur en de beperkte sectorale diversiteit maakt de Rijssense lokale economie **kwetsbaar**. Verbreding van het palet aan economische activiteiten zal bijdrage aan een meer toekomstbestendige lokale economie.

Ontwikkeling draagvlak

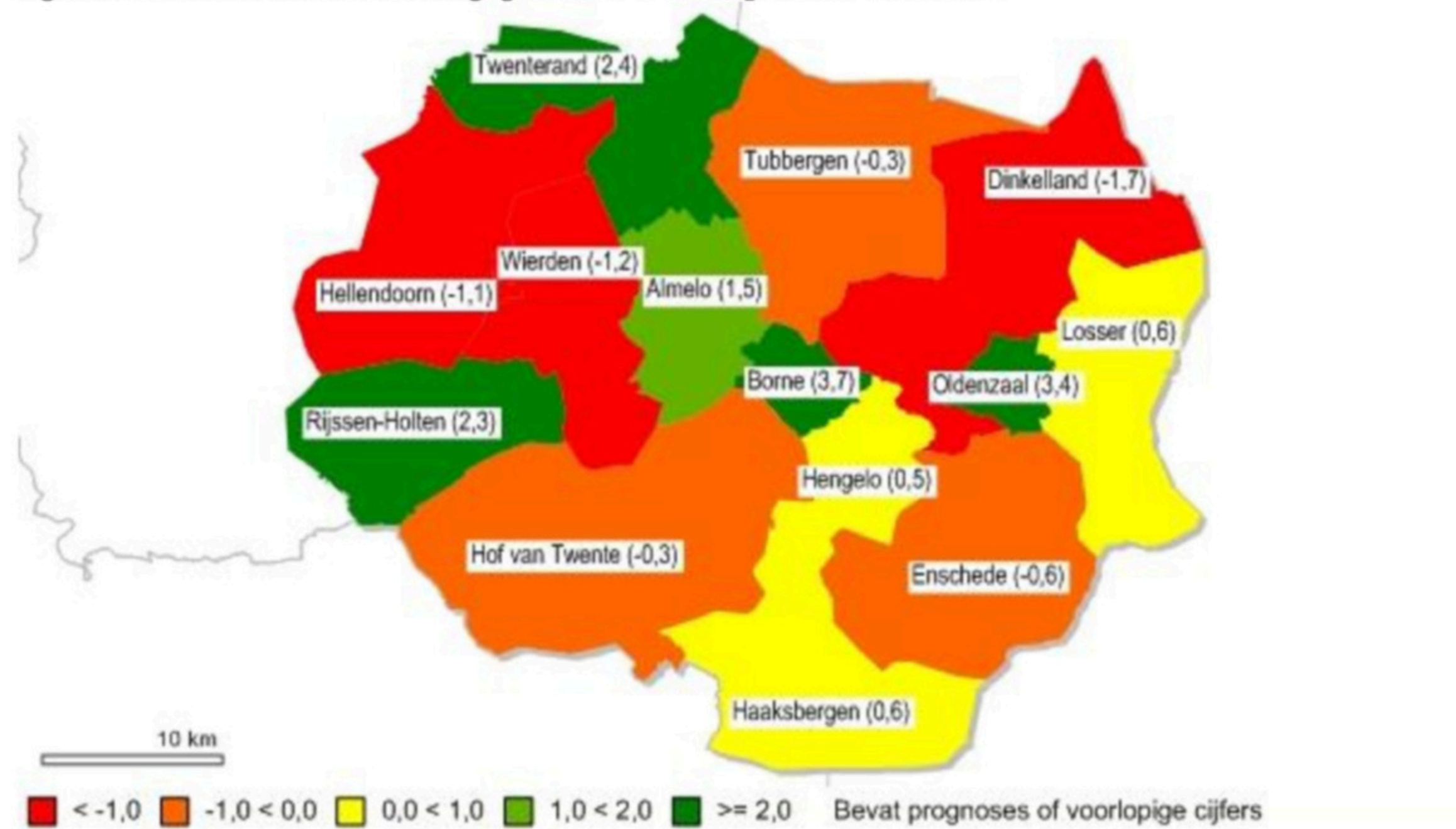
De gemeentelijke bevolkingsprognose gaat uit van een stijging tot 30.000 inwoners in 2020 in de woonkern Rijssen. Dit is een groei van 4,8%. Primos voorspellingen zijn voorzichtiger en gaan uit van een groei van 2,3%. De bevolking in de gemeenten in het secundaire verzorgingsgebied nemen echter af. Voor Hellendoorn wordt een krimp van -1% verwacht in 2020 en -1,5% in 2030. Voor Wierden wordt voor 2020 een krimp van -1,2% verwacht en voor 2030 -1%. Voor het Hof van Twente wordt voor 2020 een krimp verwacht van 0,3% en voor 2030 een krimp van -3,5%.

Woningbouwplannen

In de gemeente Rijssen-Holten staan twee woningbouwprogramma's op de agenda:

- **De Kol** in het noordoosten van Holten. In 2014 is gestart met de bouw. De woningen worden gefaseerd ontwikkeld. In totaal gaan de woningbouwplannen uit van de bouw van 200 woningen. Een deel van de plannen zijn zacht.
- **Het Opbroek** in het oosten van Rijssen. In totaal is hier ruimte voor 400 woningen. De realisatie van het totale woningbouwprogramma is nog ongewis maar voor de bouw van circa 200 geldt een harde planstatus. Het Opbroek is waarschijnlijk de laatste grote uitbreiding van Rijssen.

Figuur 3 Procentuele bevolkingsgroei 2020 ten opzichte van 2012



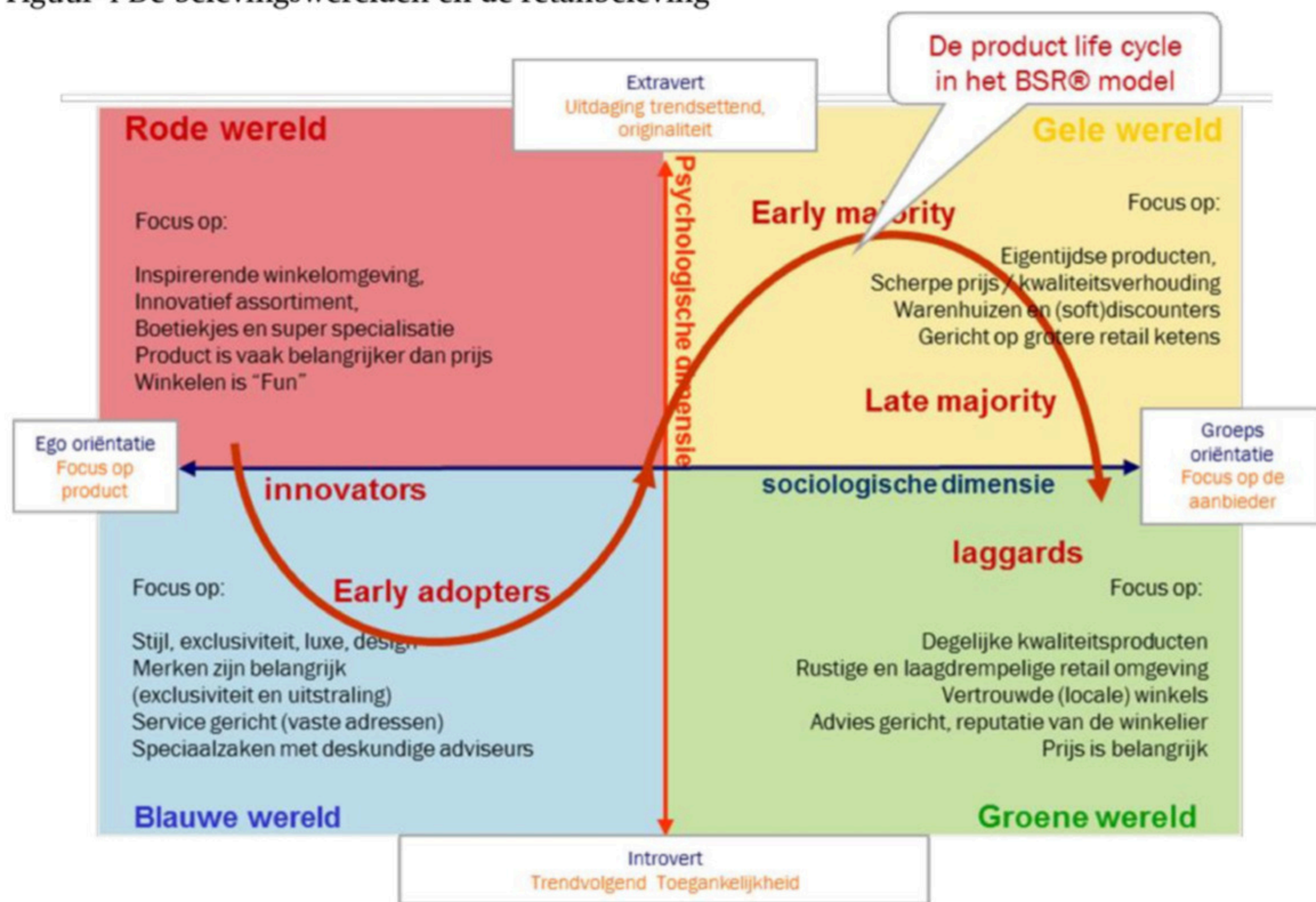
Bron: Primos prognose – ABF Research

Leefstijlprofielen verzorgingsgebied Rijssen Centrum

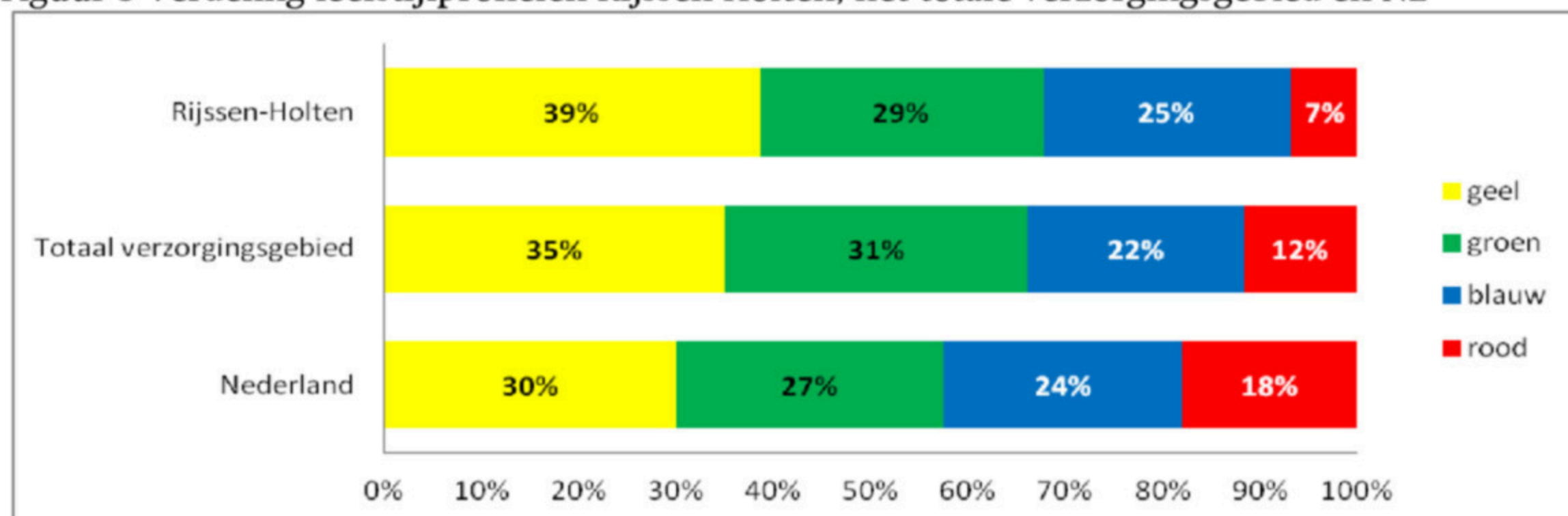
Steeds vaker zien we dat socio-demografische achtergronden, zoals leeftijd, opleiding en inkomen, onvoldoende verklarend zijn voor consumentengedrag. Keuzes van consumenten worden meer en meer bepaald door lifestyle en emoties, waarden en normen. Het BSR®-model is een model waarin met deze sociologische factoren rekening wordt gehouden. Door middel van twee dimensies wordt onderscheid aangebracht tussen individuen op basis van hun belevingswereld. Het model kent vier belevingswerelden waaraan vier kleuren zijn gekoppeld. In figuur 3 zijn de vier levensstijlen gekoppeld aan de retailbeleving van de consumenten uit de desbetreffende leefwereld (zie bijlage 1 voor een uitgebreide uitleg en voorbeelden).

- Uit de analyse van leefstijlprofielen blijkt dat de gele leefstijl zowel in Rijssen-Holten als in de omliggende gemeenten duidelijk oververtegenwoordigd is ten opzichte van het landelijke gemiddelde. Deze consumenten hechten bij winkel- en horecabeleving vooral waarde aan **eigentijdse producten**. De focus ligt op de **aanbieder**, niet zozeer op het product, waarbij men vooral gericht is op grote **retailketens** en warenhuizen die een **scherpe prijs / kwaliteitverhouding** bieden.
- Ook de groene levensstijl is licht oververtegenwoordigd ten opzichte van het landelijke gemiddelde. Groene consumenten zijn eerder geneigd om hun inkopen te doen in een **laagdrempelige retailomgeving** bij **vertrouwde, lokale winkeliers**. **Prijs** is erg belangrijk voor de groene consument.
- De rode leefstijl treffen we relatief weinig aan in Rijssen en omgeving. Deze consumenten kiezen liever voor een meer grootstedelijk woonmilieu. Inwoners met een blauw leefstijlprofiel zijn vooral te vinden in de woonwijken aan de rand van de kern Rijssen en in de meer landelijke omgeving.

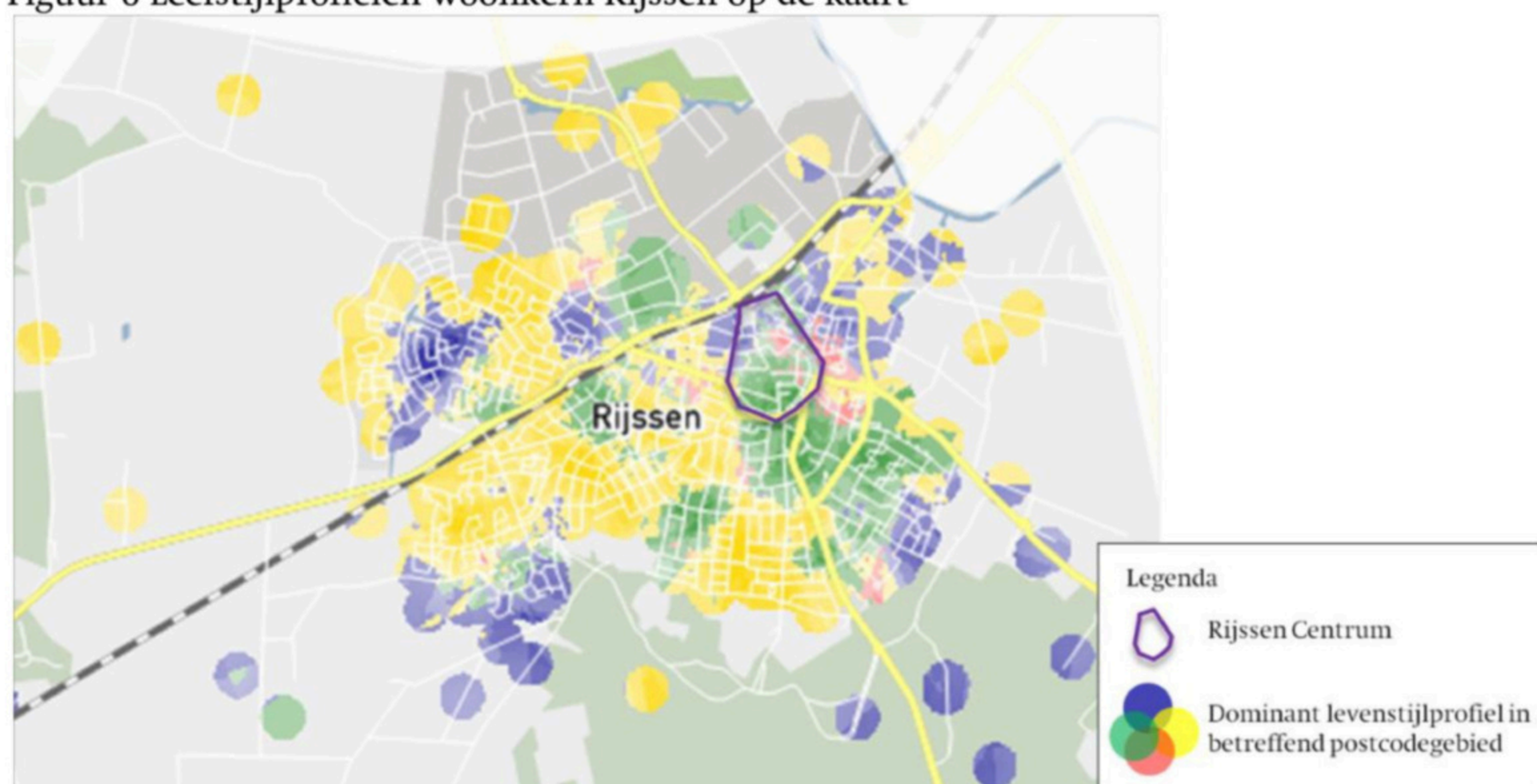
Figuur 4 De belevingswerelden en de retailbeleving



Figuur 5 Verdeling leefstijlprofielen Rijssen Holten, het totale verzorgingsgebied en NL



Figuur 6 Leefstijlprofielen woonkern Rijssen op de kaart



Bron: SmartAgent

2.2 Regionaal en lokaal krachtenveld

Zowel de dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel en de aanverwante functies als horeca en dienstverlening in Rijssen vervullen een **stevige functie voor de eigen inwoners** maar kennen ook een **regiofunctie**. Dit beeld wordt bevestigd door de uitkomsten van het Koopstromenonderzoek (KSO) Oost-Nederland uit 2010:

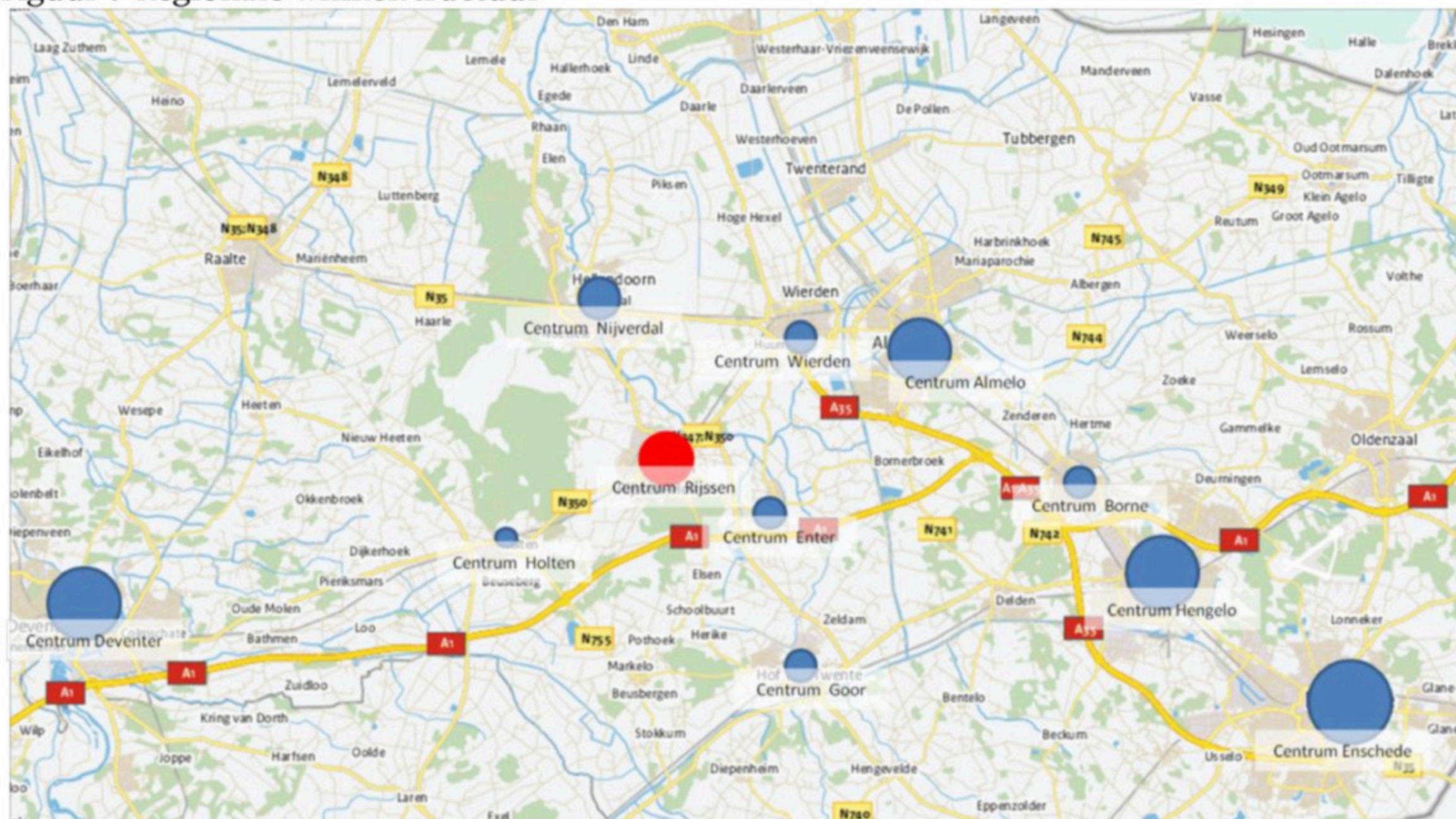
- In Rijssen is sprake van een koopkrachtbinding in de dagelijkse sector van 90%. Dit betekent dat van elke euro die de inwoners van Rijssen uitgeven aan dagelijkse boodschappen, 90 cent in de kassa's van winkels in Rijssen terecht komt. Daarnaast is 20% van de dagelijkse detailhandelsomzet in Rijssen afkomstig uit de kern Holten en uit de omliggende gemeenten Wierden, Hellendoorn en Hof van Twente.
- Voor de niet-dagelijkse sector geldt dat 65% van de bestedingen van de inwoners van Rijssen terecht komen in de kassa's van de niet-dagelijkse aanbieders in Rijssen. Daarnaast kent Rijssen in de niet-dagelijkse sector een behoorlijke koopkrachttoevloeiing van 47%, vooral afkomstig de regiogemeenten.¹

Regionaal krachtenveld

- Binnen Twente is Rijssen Centrum het vierde grootste centrum na die van Enschede, Almelo en Hengelo. Rijssen ligt op 15 autominuten van het centrum Almelo. Almelo kent, als kleinste van de drie grote steden in Twente, echter een weinig concurrerend centrumaanbod. De andere centra van hogere orde, Hengelo en Enschede kennen wel een bovenlokaal verzorgingsgebied met een aantrekkelijk centrumaanbod, maar deze liggen op meer dan 20 autominuten van Rijssen en hebben dan ook minder grote aantrekkingskracht voor consumenten uit Rijssen en omgeving. De afvloeiing voor Rijssen in de niet-dagelijkse sector komt voor het grootste deel in Almelo en Hengelo terecht (allebei tussen de vijf en tien procent). Deventer, dat geen onderdeel uitmaakt van de regio Twente, maar wel een van de belangrijke aankoopplaatsen is in Overijssel ligt op een half uur rijden van Rijssen. Voor recreatief winkelen zijn de centra van Deventer en Apeldoorn een aantrekkelijk alternatief voor inwoners uit de regio (beide goed voor een aandeel van tussen de twee en vijf procent van de niet-dagelijkse bestedingen van de inwoners van Rijssen).
- Binnen de regio kent Rijssen een **uniek aanbod aan mode en luxe**, veelal van 'lokale helden'. Rijssen staat binnen de regio dan ook bekend als aankoopplaats voor kleding van kwaliteit. De centra van kleinere orde rondom Rijssen, zoals *Wierden* en *Goor* hebben een weinig concurrerend aanbod. Het nabijgelegen *Enter* kent met lokale held 'Roetgerink Mode' (met uitgebreide webshop) wel een aanbieder met een (boven)regionaal verzorgingsgebied. Deze plaatsen van kleinere orde hebben de afgelopen jaren vaak behoorlijke stappen gemaakt in hun functionele winkelaanbod gericht op snelheid en gemak. **Middelgrote winkelgebieden**, zoals Rijssen, kunnen daarbij het gevaar lopen dat ze niet voldoende volume hebben om te concurreren met het funshoppen in de echt grote winkelgebieden, als bijvoorbeeld Enschede of Deventer, terwijl de meer functionele aankopen dicht bij huis of online worden gedaan. Omvang en functie van een centrumgebied zijn bepalend voor het succes.

¹ Meer recent onderzoek naar de koopstromen in de gemeente Rijssen-Holten op basis van pintransacties van de Rabobank (mei 2013) bekrachtigt de stevige functie van de detailhandel voor de eigen inwoners en voor de inwoners van regiogemeenten als Wierden, Hof Van Twente en Hellendoorn.

Figuur 7 Regionale winkelstructuur



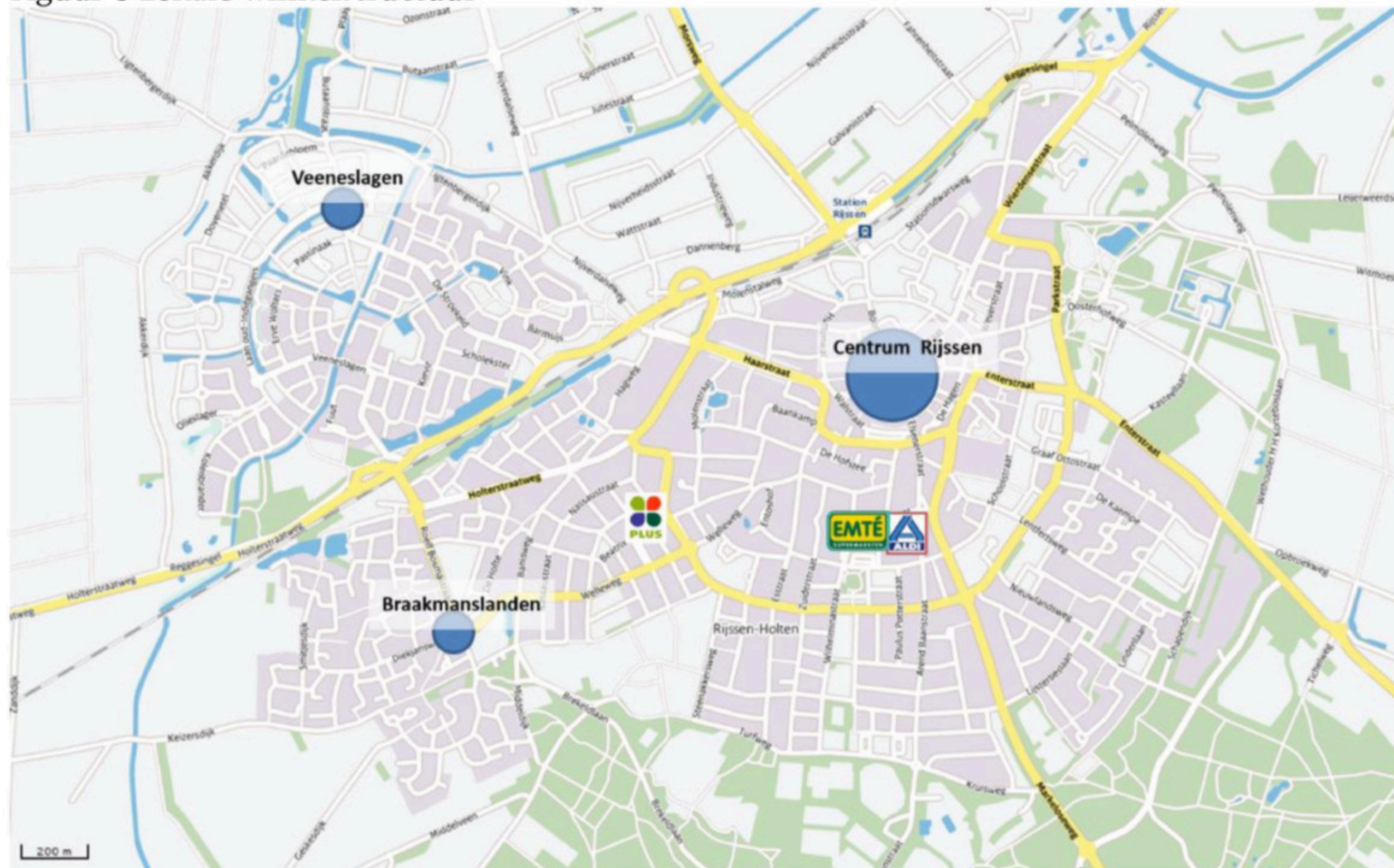
Bron: PDOK; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Lokaal krachtenveld

Binnen de gemeente Rijssen-Holten geldt dat Holten de toeristische trekpleister is, met Nationaal Park Sallandse Heuvelrug als achtertuin. Rijssen presenteert zich als de **winkelstad van de regio**. Rijssen telt in totaal circa 200 winkels met een totaal winkelvloeroppervlakte van circa 75.700 m². De winkelstructuur in Rijssen wordt gekenmerkt door een beperkt aanbod in ondersteunende centra en een focus op aanbod in het centrum. Daarnaast zijn er relatief veel solitair gevestigde winkels, die geen onderdeel uitmaken van een ondersteunend winkelgebied.

- Het totale winkelvloeroppervlak in het **centrum van Rijssen** bedraagt 34.250 m² wvo. De helft van het winkelvloeroppervlak wordt gebruikt door winkels in Mode & Luxe. Het centrum van Rijssen kan worden getypeerd als een klein hoofdwinkelgebied.
- Winkelcentrum **Bosmastraat** in de wijk Braakmanslanden vervult een functie voor de dagelijkse boodschappen. Plus had hier een supermarkt van 694 m² wvo maar deze is in september 2014 verplaatst naar de locatie op de Beatrixlaan.
- Winkelcentrum **Veeneslagen** vervult een functie voor de dagelijkse boodschappen. Hier heeft Emté een supermarktvestiging van 900 m². Daarnaast is er een slijter van Emté en een minisuper gevestigd.
- Binnen de **bebouwende kom** van Rijssen zijn er nog een twintigtal winkels solitair gevestigd. Het betreft onder andere drie supermarkten (Aldi, Emté en Plus) en 13 winkels in de branchegroep In & Om Huis.
- Op het **bedrijventerrein** ten noorden van Rijssen zijn 35 winkels gevestigd, voornamelijk in de groep In & Om Huis. In totaal gebruiken zij circa 29.000 m² wvo. Hierbinnen valt onder andere de artikelgroep 'Woninginrichting', die een toevloeiing heeft van 46%. Ook voor de branchegroep In & Om Huis heeft Rijssen een belangrijke regiofunctie.

Figuur 8 Lokale winkelstructuur



Bron: PDOK; bewerking Bureau Stedelijke Planning

2.3 Rijssen Centrum

Het centrum van Rijssen telt 139 winkels met een totaal winkelvloeroppervlakte (wvo) van circa 34.250 m². Meer dan de helft van het aanbod (51%) valt onder de branche Mode & Luxe en ook de branche In & Om Huis is in termen van winkelvloeroppervlakte goed vertegenwoordigd in het centrum (23% van het wvo in het centrum)². De dagelijkse sector is goed voor circa 6.250 m² wvo en neemt daarmee 18% van het totale detailhandelsaanbod in het centrum voor haar rekening. Binnensteden worden over het algemeen gedomineerd door winkelketens. Dit geldt echter niet voor Rijssen centrum met een **groot aandeel zelfstandige ondernemers** en relatief beperkt filiaalaanbod.

Tabel 2 Detailhandelsaanbod centrum Rijssen naar hoofdbranche

	aantal verkooppunten	totaal m ² wvo	% verkooppunten	% wvo
Dagelijks	30	6.245	22%	18%
Mode & Luxe	72	17.491	52%	51%
Vrije Tijd	10	2.277	7%	7%
In/Om Huis	23	7.778	17%	23%
Detailhandel Overig	4	464	3%	1%
Totaal	139	34.255		

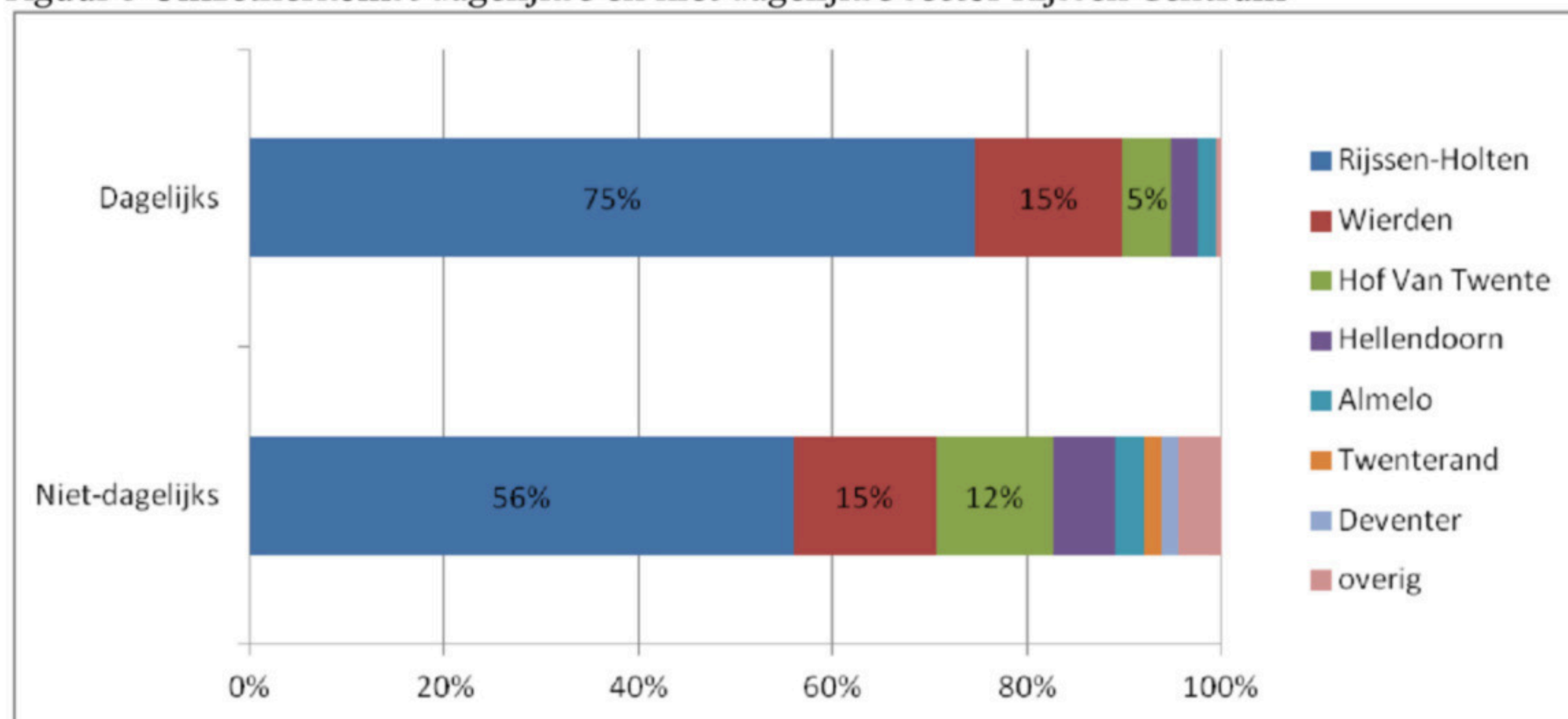
Bron: aangeleverd doorgemeente Rijssen-Holten op basis van Locatus Verkooppuntenverkenner peildatum september 2014

² Mede door de het grote oppervlakte van Wessels Wonen aan de [REDACTED] (4.116 m² wvo).

Rijssen Centrum kent een belangrijke functie voor zowel de niet-dagelijkse detailhandel (**recreatief winkelen**) als het doen van de **dagelijkse boodschappen**.

- Wat betreft niet-dagelijkse aankopen vervult Rijssen Centrum een belangrijke rol voor inwoners uit de regio. Circa 44% van de omzet in Rijssen Centrum is afkomstig van buiten de gemeente Rijssen-Holten.
- Ook voor de dagelijkse boodschappen vervult het centrum een rol voor zowel inwoners van Rijssen als inwoners in de regio.

Figuur 9 Omzetherkomst dagelijkse en niet-dagelijkse sector Rijssen Centrum



Bron: I&O Research

Naast detailhandel zijn er ook andere **economische (publieks)functies** gevestigd.

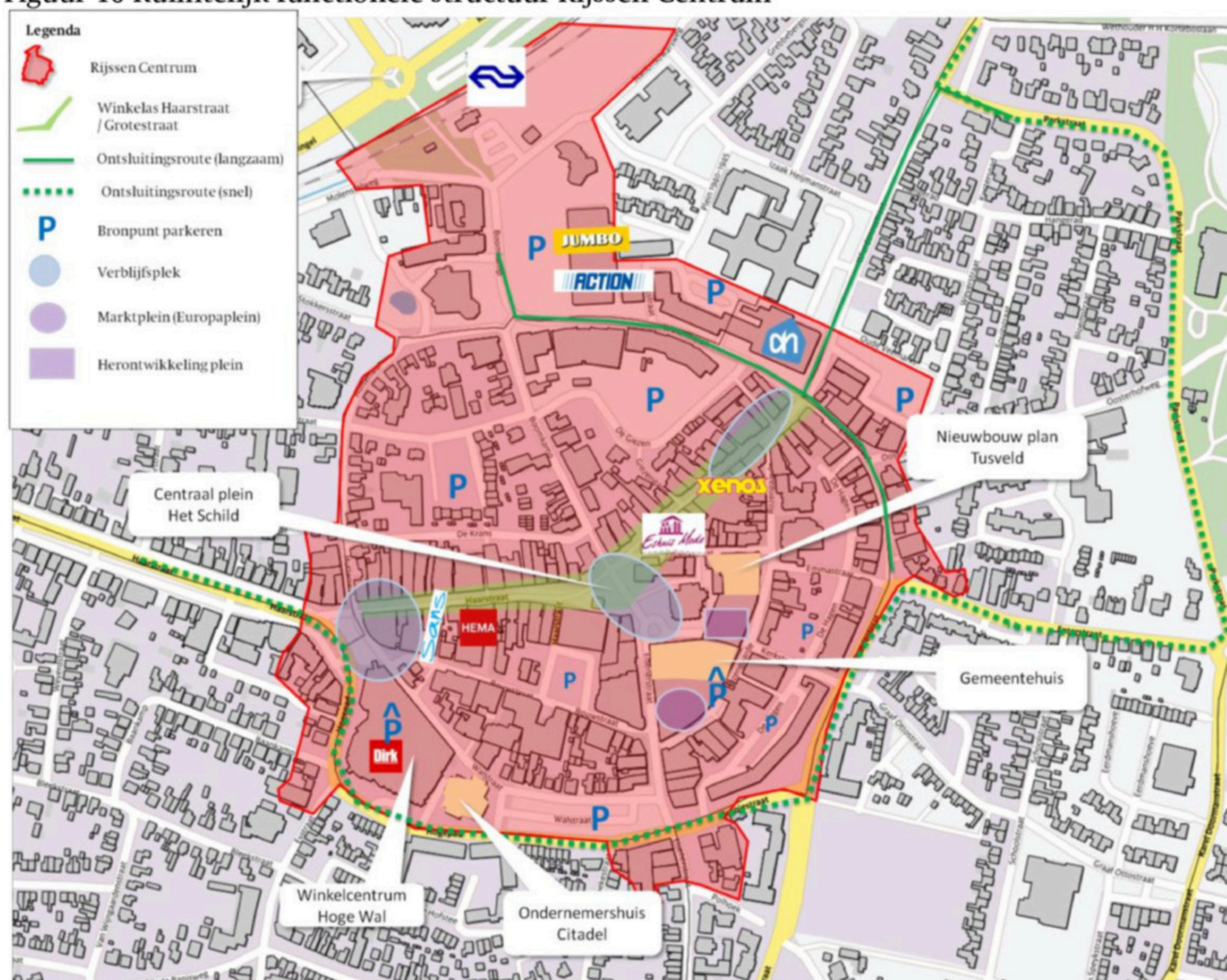
- Rijssen Centrum telt 24 horecagelegenheden, waarvan ongeveer de helft tot de branches Restaurant / Café-Restaurant behoren. Er zijn tevens vijf Cafés gevestigd verspreid over het centrum. Binnen de branchegroep Leisure is er nog een bibliotheek (cultuur) en een fitnesscentrum (ontspanning) te vinden.
- Het centrum telt in totaal 44 aanbieders in de branchegroep Diensten. Ambachten (waarvan twaalf kappers) en particuliere dienstverlening (waarvan zes makelaars en vijf uitzendbureaus) zijn goed vertegenwoordigd in Rijssen Centrum. Er zijn acht financiële dienstverleners met een vestiging in het centrum van Rijssen.
- Kantoorfuncties en dienstverlening zijn te vinden aan de randen van het centrum. Aan de noordzijde, op de Watermolen en rond het station zijn enkele kantoren gevestigd. Het zuidelijk gelegen Citadel is een flexibele kantoorlocatie en biedt een springplank voor startende Rijssense ondernemers en voor ZPP-ers.

Tabel 3 Aanbod leisure Rijssen Centrum naar branche

Branchegroep	Hoofdbranche	Aantal verkooppunten
Leisure	Horeca	24
	Cultuur	1
	Ontspanning	1
Diensten	Ambacht	18
	Financiële Instelling	8
	Particuliere Dienstverlening	18
Eindtotaal		70

Bron: aangeleverd doorgemeente Rijssen-Holten op basis van Locatus Verkooppuntenverkenner peildatum september 2014

Figuur 10 Ruimtelijk-functionele structuur Rijssen Centrum



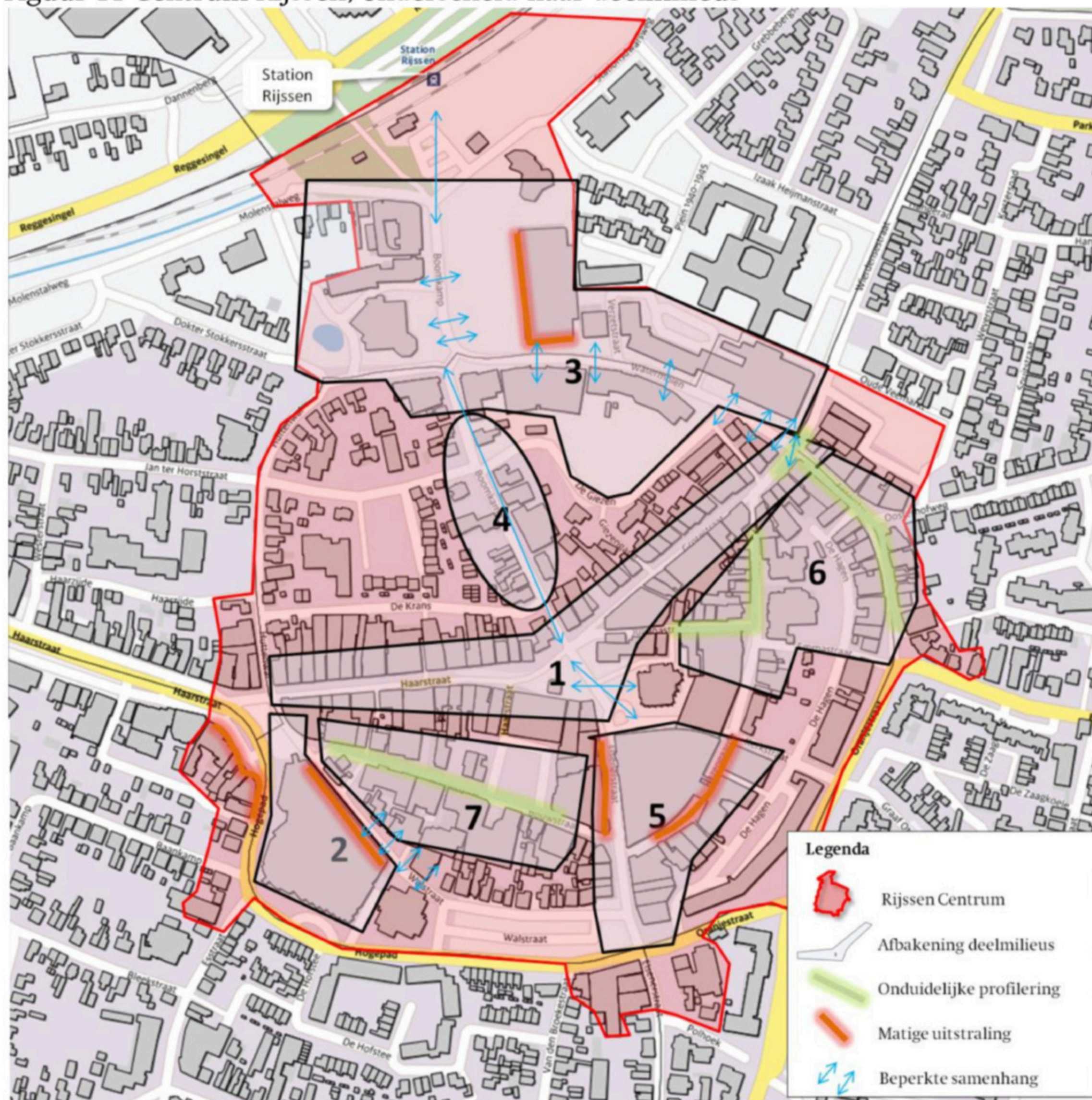
Bron: PDOK achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

- De hoofdwinkelas Haarstraat/Grotestraat loopt van west naar oost door het centrum van Rijssen.
- Trekkers in de niet-dagelijkse sfeer als de Hema en grotere kledingwinkels van lokale ondernemers als Sans Mode en Eshuis Mode zitten aan de hoofdwinkelas. Xenos heeft onlangs een winkel van 435 m² wvo geopend op de Grotestraat. Action is ligt op enige afstand van de hoofdwinkelas, in het noorden.
- Er zijn drie supermarkten, allen met een locatie aan de centrumrand. Albert Heijn (942 m² wvo) en Jumbo (1.145 m² wvo) liggen aan de noordkant; Jumbo in een solitair, functioneel pand met Van Haren en Action, met een eigen gratis parkeerterrein voor de deur. Albert Heijn zit op de Watermolen, aan de noordelijke entree van de Grotestraat. Tot slot is er een [REDACTED] (1.600 m² wvo) is gevestigd in het overdekte winkelcentrum De Hoge Wal.
- Horeca, cultuur, ambacht en diensten zijn verspreid over het centrum. Enige concentratie van horeca doet zich voor op het Schild, de oostelijke kop van de Grotestraat en de westelijke kop van de Haarstraat. Dit zijn tevens de belangrijkste verblijfsplekken in het centrum.
- De hoofdontsluitingsroute leidt autoverkeer langs de zuidkant van het centrum. Doorgaand autoverkeer via de noordelijke Enterstraat en Watermolen wordt ontmoedigd, maar deze route wordt in de praktijk toch veel gebruikt.
- Het noordelijk gelegen station is matig verbonden met de hoofdwinkelas.
- In het centrum van Rijssen kun je gratis parkeren. Op de meeste plekken is een blauwe zone ingesteld. Centrumbezoekers maken meer gebruik van de zuidelijke parkeerterreinen (vooral Walstraat), dan van de noordelijke.

Deelmilieus Rijssen Centrum

Op basis van functionele, fysiekruimtelijke en relationele kenmerken is het centrum ingedeeld in zeven deelmilieus. In onderstaande afbeelding zijn de deelmilieus afgebeeld, inclusief de plinten met een onaantrekkelijke uitstraling en de straten met een onduidelijke profilering of beperkte samenhang.

Figuur 11 Centrum Rijssen, onderscheid naar deelmilieus



Bron: PDOK achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

1: Haarstraat/Grotestraat

Deze as van west naar oost, fungeert als de hoofdwinkelas en kernwinkelgebied van Rijssen, met Het Schild als centraal plein. Het Schild kent geen uniform karakter door de weinig eenduidige vorm en verscheidene losstaande ruimtelijke elementen. De Grotestraat was oorspronkelijk de hoofdwinkelstraat. Met de komst van winkelcentrum Hoge Wal begin jaren '80 verschoof het zwaartepunt naar de Haarstraat. Hier liggen nog steeds belangrijke trekkers als Hema, Blokker en Sans Mode gevestigd. De Grotestraat is met de ontwikkeling van nieuwbouw (o.a. komst Xenos), het markante pand van Eshuis Mode op de westelijke kop en de verbouwing van de historische stadsboerderij tot hoogwaardig restaurant, weer op de kaart gezet. Aan de oostkant, richting Enterstraat en Albert Heijn, staan enkele winkels leeg (ook in de nieuwbouwplint van Xenos) en neemt de kracht van de Grotestraat af.

2: Hoge Wal

Het overdekte winkelcentrum Hoge Wal is in 1982 gebouwd en in 2001 gerenoveerd. De Hoge Wal telt 14 winkels met een totaal wvo van 3.517 m², waaronder supermarkt Dirk van den Broek. Er is gratis parkeren in de parkeerkelder met opgang via roltrap naar de winkels. De openbare bibliotheek op de 1^e verdieping gaat binnenkort verhuizen naar nieuwbouwontwikkeling Plan Tusveld, waardoor de verdieping leeg komt te staan. Op dit moment kent de Hogewal twee leegstaande units, waarvan een tijdelijk gevuld. De Hoge Wal heeft een introvert karakter. Dat is vooral te zien in de Walstraat, waar je tegen de achterkant van de winkels in Hoge Wal aankijkt. De Walstraat verbindt een van de belangrijkste zuidelijke bronpunten van parkeren met de westelijke kop hoofdwinkelas. Deze belangrijke verbinding is op dit moment weinig aantrekkelijk en verdient aandacht.

3: Noordelijk deel Boomkamp en Watermolen

Dit deelgebied is weinig samenhangend door de grootschalige kantoorunits westelijk van de Boomkamp (o.a. de Rabobank), het grote parkeerterrein van Jumbo/Action/Schoenenreus, het brede straatprofiel en de verschillende functies (detailhandel, kantoor, zorg en wonen) aan de Watermolen. Achter het woon/zorgcomplex De Giezen zijn zestig parkeerplaatsen. Hier geldt gratis langparkeren.

4: Zuidelijk deel Boomkamp

Hoewel het zuidelijk deel van de Boomkamp het verbindende element is tussen de hoofdwinkelas en Station Rijssen en het cluster Jumbo/Action/Schoenenreus, kent dit deelgebied vooral een woonfunctie. Bakkerij Voortman en een tandartspraktijk zijn hier een uitzondering op. Het straatprofiel is aangepast op de woonfunctie en er is vanaf het noordelijk deel van de Boomkamp geen enkele relatie met de centrumfuncties op Het Schild en de hoofdwinkelas.

5: Elsenerstraat/Europaplein:

Het Europaplein wordt gebruikt voor de warenmarkt en is het enige evenementenplein in het centrum. De ondergrondse parkeergarage heeft hier een entree. Theoretisch gezien zou het Europaplein als bronpunt van parkeren moeten fungeren maar het plein ligt er, afgezien van de marktdag, desolaat bij. Dit komt mede door het verhoogde profiel en de kwaliteit van de gebruikte stenen op het plein. In de winkelplinten rondom het plein (Rozengarde) is veel leegstand. Het gaat hier om grotere units. Mede door de leegstand en de laagwaardige uitstraling van de winkels rond het plein, is het verblijfsklimaat ondermaats. Dit geldt niet voor de zuidelijke kant van de Elsenerstraat, waar verschillende aanbieders als Wessels Mode, bakkerij Van Otten en Real Fitness (in combinatie met het zuidelijke bronpunt van parkeren aan de Walstraat) wel in staat zijn om levendigheid en een prettig verblijfsklimaat te brengen.

6: Enterstraat en omgeving

De Enterstraat en omgeving kennen een weinig uniform karakter qua functies, straatprofiel en ligging. Het deelmilieu maakt geen onderdeel uit van het kernwinkelgebied maar er zijn wel verschillende winkels gevestigd waaronder recent geopende PC Zijstraat voor damesmode, woonwinkels (Vandebe Wonen zal binnenkort de deuren sluiten) en op het zuidelijk deel van de Enterstraat is ook nog dagelijks aanbod te vinden in de vorm van een bakker en slager. De Enterstraat telt

drie horecagelegenheden, drie kappers en drie zakelijke en persoonlijke dienstverleners. Er is ook veel leegstand op de Enterstraat, waarbij het een paar grote leegstaande winkelunits betreft (voormalig woonwinkels). De Enterstraat wordt veel gebruikt door doorgaand verkeer, ondanks dat het straatprofiel zich hier niet voor leent. In nieuwbouwproject Plan Tusveld aan de Rozengarde en Julianastraat is er op de begane grond commerciële ruimte voor winkels ontwikkeld. Het profiel van dit deelgebied is moeilijk te duiden. Publieksfuncties worden afgewisseld met woonfunctie en maatschappelijke functies. Er heerst een overwegend rustig straatbeeld qua winkelend publiek.

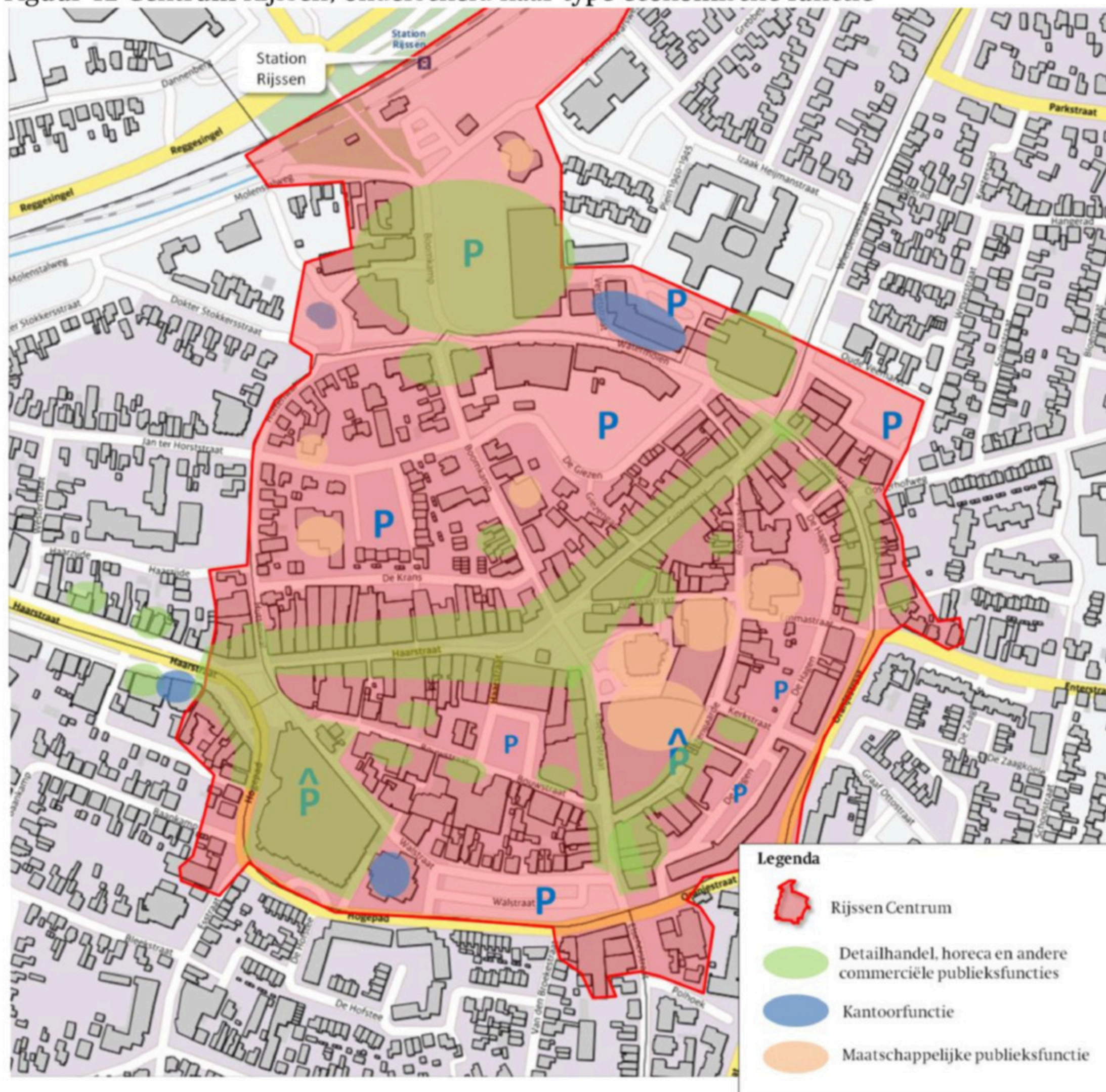
7: Bouwstraat / Walstraat

Dit deelgebied is beleidsmatig benoemd tot aanloopgebied. In de praktijk geldt dat de Bouwstraat een uitgerekte straat is, een weinig uniform karakter kent en dat publieksfuncties te veel zijn verspreid om interessant te blijven voor het winkelend publiek. Daarnaast wordt de straat onderbroken door een parkeerterrein (blauwe zone) wat ook de profilering niet te goede komt. De Bouwstraat kent twee belangrijke trekkers: Wessels Wonen van 4.116 m² wvo en restaurant 't Brodshoes, het enige restaurant in Rijssen Centrum in het hogere prijssegment, dat tevens beschikt over een aantal groepsruimtes. Naast deze twee trekkers zijn er een drietal kleinere aanbieders in de modische sfeer en een bakker gevestigd.

Functiekaart

In de onderstaande kaart is geschetst welke economische en maatschappelijke functies waar dominant zijn. Detailhandel, horeca en aanverwante diensten en publieksfuncties concentreren zich in het zuidelijk deel van het centrum. In het noorden is de woonfunctie dominant en zijn er wat meer grootschalige clusters van economische activiteit. De doorbloeding van het centrum van noord naar zuid is hierdoor zo goed als afwezig. Rondom het stadhuis domineren de maatschappelijke functies.

Figuur 12 Centrum Rijssen, onderscheid naar type economische functie



Bron: PDOK achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Leegstand Rijssen Centrum

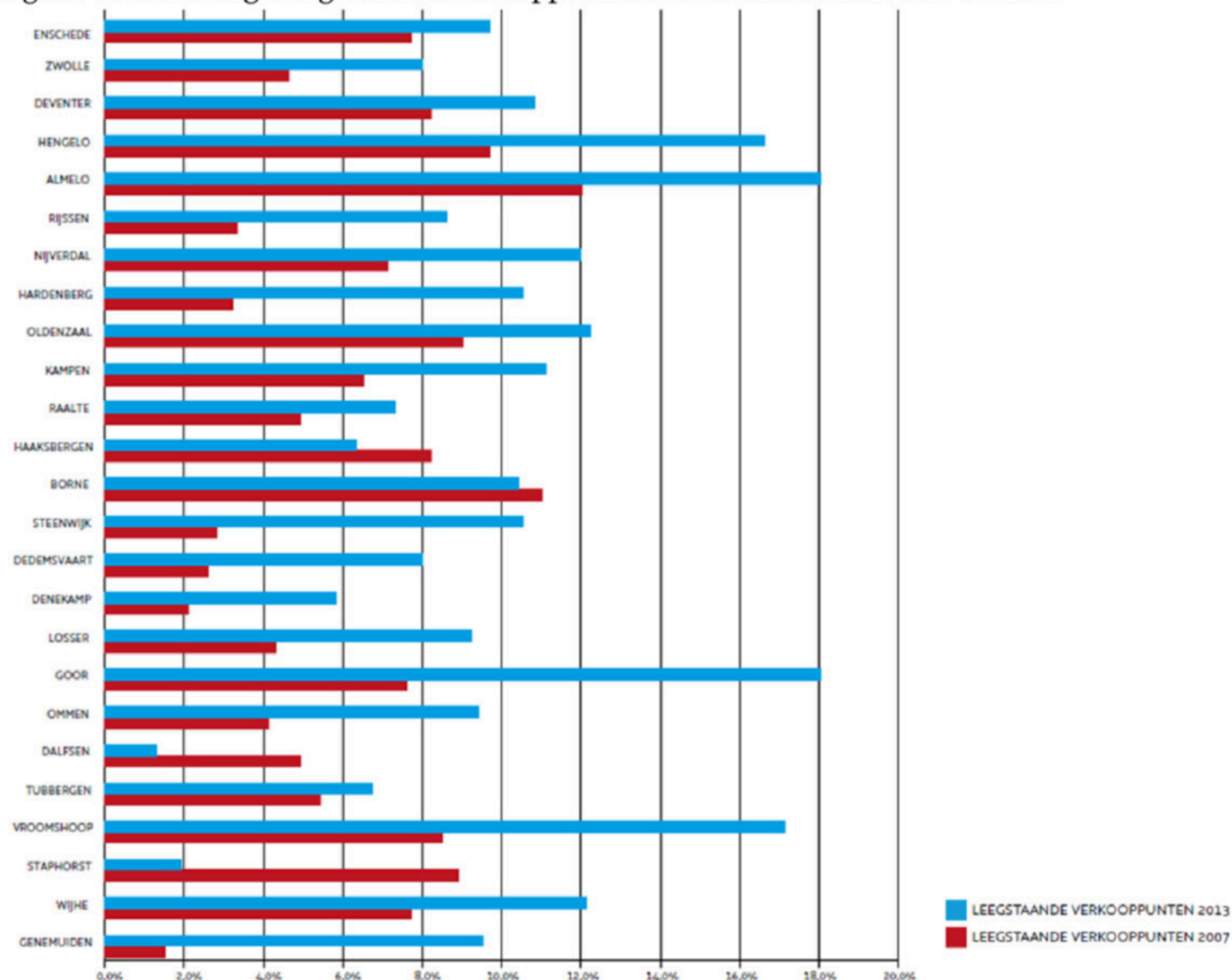
Op dit moment bedraagt de detailhandelsleegstand in Rijssen Centrum 7,4%.³ Dit is een fractie hoger dan landelijk (7%) maar het is relatief beperkt in vergelijking met de omliggende centra van hogere orde als Almelo en Hengelo. In het totaal gaat het om 21 leegstaande panden met een totaal van 4.105 m² wvo. In 2013 waren dit nog 18 panden met een totaal van 3.500 m² wvo (6,4% detailhandelsleegstand). Verder terug, in 2009, was het leegstandspercentage in Rijssen Centrum slechts 2,9%. De leegstand manifesteert zich door heel het centrum, zowel op de aanloopstraten (Enterstraat,

³ Het gaat hier om leegstaand winkelvloeroppervlakte. Van de totale leegstand wordt 2/3 toegerekend aan detailhandel en 1/3 aan niet-detailhandelsfuncties.

Bouwstraat), de hoofdwinkelas (Haarstraat, Grotestraat) als aan de randen (Watermolen) en in het overdekte winkelcentrum de Hoge Wal. Enige leegstandconcentratie is merkbaar op en rond het Europaplein, langs de Rozengarde en op de Enterstraat.

Net als in de rest van Nederland is het leegstandspercentage in Rijssen gegroeid in de periode van economische neergang. In vergelijking met andere steden in de regio is het percentage *leegstaande verkooppunten* snel gegroeid in de periode 2007-2013 maar is het percentage nog steeds aan de lage kant in vergelijking met veel centra in de regio (onderstaand figuur).

Figuur 13 Percentage leegstaande verkooppunten in het centrum in 2007 en 2013



Bron: Toekomstverkenning Binnensteden Overijssel, Trendbureau Overijssel, 2013

Beoordeling Rijssen Centrum

- In een onderzoek uit 2012 naar de tevredenheid van Overijsselse consumenten over de winkelgebieden die zij het vaakst bezoeken kregen de centra van Staphorst en Rijssen-Holten de hoogste waardering met respectievelijk een 7,7 en een 7,8 (bron: Toekomstverkenning Binnensteden Overijssel, 2013). Ook uit het regionale koopstromenonderzoek uit 2010 blijkt dat de winkelvoorzieningen in Rijssen over het algemeen met een ruim voldoende tot goed worden beoordeeld. De waardering voor de winkelvoorzieningen in Rijssen is vergeleken met kernen van vergelijkbare grootte positief. Met name de parkeermogelijkheden worden beter beoordeeld. **Gratis parkeren** is dan ook een van de grote troeven voor Rijssen Centrum. Vooral regiobezoekers zijn positief over de **kwantiteit en de kwaliteit** van het winkelaanbod.

- Wel blijkt uit datzelfde koopstromenonderzoek dat in de periode 2005-2010 de positie van de dagelijkse en niet-dagelijkse sector in Rijssen achteruit is gegaan. **De koopkrachtbinding en toevloeiing is verminderd.**
- De warenmarkt op maandag en zaterdag functioneert goed. Inwoners van Rijssen bezoeken regelmatig de warenmarkt in hun eigen woonplaats. Één op de vijf inwoners van Rijssen doet tenminste één keer per maand een aankoop via internet
- In vergelijking tot de overige centra in de regio Twente heeft Rijssen tot op heden **weinig problemen gehad met winkelleegstand** in het centrum. De afgelopen jaren zijn er echter redelijk wat winkelmeters toegevoegd, onder andere bij herontwikkelingen in de Haarstraat, de Grotestraat en bij nieuwbouwontwikkeling Plan Tusveld. De leegstand is in één jaar (2013-2014) gestegen van 6,4% naar 7,4%.
- Het centrumaanbod heeft een erg **sterk accent op mode en luxe**, en dan vooral kleding. Hier staat Rijssen om bekend en dit is ook de kracht van het centrum. Echter, voor een centrumgebied van deze orde is het aanbod in mode en luxe wat **overgedimensioneerd** en ruimtelijk gezien **te weinig geconcentreerd** op de hoofdwinkelas Haarstraat/Grotestraat.
- Opvallend is het feit dat een aantal centrumondernemers tijdens de lunch de deuren sluiten. Dit strookt met overwegend behoudende karakter van Rijssen. Het is dan ook opvallend dat juist mode (en dan vooral het hogere segment), luxe (o.a. juweliers) en bijvoorbeeld het aantal kappers een sterke stempel drukken op het centrumaanbod. Niet alleen vanwege overwegend behoudende karakter van Rijssen, maar ook vanwege het relatief lage inkomen van de gemiddelde inwoner van Rijssen.
- Het **horeca-aanbod is redelijk eenzijdig**: het overgrote deel van het aanbod valt in de categorie 'eetcafe' en 'lunchroom'. Het aanbod voldoet aan de eisen van de meeste centrumbezoekers en het biedt een relatief gunstige prijs/kwaliteit verhouding, maar er is weinig variatie. Ruimtelijk gezien zijn er geen uitgesproken horecaclusters. Het cultuuraanbod (theater, bioscoop, museum, galerie) is beperkt.
- Rijssen kent een **actieve ondernemersvereniging** HABI en ook de winkeliers in de Hoge Wal zijn georganiseerd. Er worden veel activiteiten georganiseerd. Binnen het centrum geldt een verplichte deelname aan het ondernemersfonds. Vanwege de zondagsrust zijn er in Rijssen geen koopzondagen maar wordt er eens in de zoveel tijd een koopzaterdagavond georganiseerd tot 21.00 uur. Hier worden ook evenementen aan gekoppeld en deze zijn tot nu toe zeer succesvol gebleken.
- De HABI en ook veel centrumondernemers zijn actief op **social media**. In het centrum van Rijssen is er een **Free Wifi Zone**. Daarnaast hebben veel zelfstandige winkels ook een **webshop** (Sans Mode en Wessels Mode) en er zijn veel verschillende kortingsacties of spaaracties die worden uitgedragen via de verschillende media. Kortom, de centrumondernemers in Rijssen zijn al ver gevorderd in **het nieuwe winkelen**, men is goed georganiseerd en kan gezamenlijk het een en ander van de grond brengen.
- Communicatie en marketing is duidelijk aanwezig in de digitale sfeer maar minder in het fysieke centrum. 'Modestad Rijssen' is hoe het centrum zich profileert, maar dit komt nergens terug in fysieke omgeving.
- Rijssen Centrum wordt gekenmerkt door een uitgebreid aanbod in Mode & Luxe, veelal van lokale ondernemers die in de loop der jaren hun sporen hebben verdiend en in betere tijden de buffers hebben kunnen opbouwen. Voor nieuwkomers in het Rijssense centrum is het moeilijker stand te houden. Het gaat hier om beginnende

ondernemers, zonder financiële buffers, die zich eerst moeten bewijzen. In de voorbijgaande jaren van crisis is dit uiterst moeizaam gebleken.

- Hoewel Rijssen bekend staat om **kwalitatief hoogstaand aanbod van sterke lokale aanbieders** heeft zich de afgelopen twee jaar een kentering voltrokken en **schuift het aanbod meer op naar de 'discount-sfeer'**.⁴ Dit is overigens ook een landelijke trend, maar heeft gezien het imago van Rijssen Centrum, consequenties voor het aanbod en de profilering van het centrum. **Teruglopende bestedingen** in de fysieke detailhandel, de **weinige succesvolle nieuwkomers** en verdere **toevoeging van winkelmeters** in een toch al **overgedimensioneerd centrumaanbod** hebben gevolgen voor op de ruimtelijk-economische structuur van het centrum van Rijssen.

2.1 Conclusie

- Rijssen kent circa 29.000 inwoners, relatief jong, maar weinig koopkrachtig. In de toekomst is er nog een beperkte bevolkingsaanwas in Rijssen, wat uitzonderlijk is in een krimpregio. In het secundaire verzorgingsgebied wonen circa 100.000 mensen. De gele en groene leefstijl is oververtegenwoordigd. Deze consumenten hechten bij winkel- en horecabeleving vooral waarde aan eigentijdse producten met een scherpe prijs / kwaliteitverhouding en zijn eerder geneigd om hun inkopen te doen in een laagdrempelige retailomgeving bij vertrouwde, lokale winkeliers. Prijs is erg belangrijk voor de groene consument. Inwoners van Rijssen zijn loyaal aan het lokale ondernemersbestand.
- Binnen Twente is Rijssen Centrum het vierde grootste centrum na de centra van Enschede, Almelo en Hengelo. Binnen de regio kent Rijssen een uniek aanbod aan mode en luxe, veelal van lokale zelfstandige ondernemers. Rijssen staat binnen de regio bekend als aankoopplaats voor kleding van kwaliteit. Zowel de dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel in Rijssen Centrum vervullen een stevige functie voor de eigen inwoners maar kennen ook een regiofunctie. De aanverwante functies als horeca en dienstverlening vervullen deze regiofunctie in mindere mate.
- De winkelstructuur in Rijssen wordt gekenmerkt door een beperkt aanbod in ondersteunende centra en een focus op aanbod in het centrum. In het centrum valt meer dan de helft van het aanbod onder de branche Mode & Luxe. De hoofdwinkelas is de Haarstraat/Grotestraat. Niet-dagelijkse trekkers zijn veelal gevestigd aan de hoofdwinkelas, maar ook daarbuiten is het nodige aanbod gevestigd. Er zijn drie supermarkten in het centrum, allen met een locatie aan de centrumrand. Horeca, cultuur, ambacht en diensten zijn verspreid over centrum. Gratis parkeren is een belangrijke troef.
- Detailhandel, horeca en aanverwante diensten en publieksfuncties concentreren zich in het zuidelijk deel van het centrum. In het noorden is de woonfunctie dominant en zijn er wat meer grootschalige clusters van economische activiteit. De noord-zuiddoorbloeding van het centrum is hierdoor zo goed als afwezig.
- In vergelijking tot de centra in de regio Twente heeft Rijssen Centrum tot op heden weinig problemen gehad met winkelleegstand. De afgelopen jaren zijn er echter redelijk wat winkelmeters toegevoegd en is de leegstand in één jaar (2013-2014) gestegen van 6,4% naar 7,4%.

⁴ In termen van de BSR-Model leefstijlprofielen en de daaraan gekoppelde retailbelevingen (zie bijlage 1) is in het detailhandelsaanbod Rijssen Centrum een verschuiving gaande van blauw naar de andere kleuren van het spectrum (geel voorop).

- Het centrumaanbod heeft een erg sterk accent op mode en luxe, en dit is ook de sterkte van Rijssen Centrum. Echter, voor een centrumgebied van deze orde is het aanbod in mode en luxe wel wat overgedimensioneerd en ruimtelijk gezien te weinig geclusterd.
- De afgelopen twee jaar schuift het aanbod meer op naar de 'discount-sfeer'. Teruglopende bestedingen in de fysieke detailhandel, de weinige succesvolle nieuwkomers en verdere toevoeging van winkelmeters in een toch al overgedimensioneerd centrumaanbod hebben de ruimtelijk-economische structuur geen goed gedaan.

3 Marktmogelijkheden

In dit hoofdstuk zijn drie methoden gehanteerd om de ontwikkelingsmogelijkheden in Rijssen Centrum te bepalen. In paragraaf 3.1 worden de winkeldichtheden van Rijssen Centrum afgezet tegen het landelijke gemiddelde en in woonplaatsen met een vergelijkbaar aantal inwoners. Ook wordt het detailhandelsaanbod en aanbod in aanverwante functies in Rijssen Centrum vergeleken met soortgelijke winkelgebieden. In 3.2 is de indicatieve marktruimteberekening uiteengezet en 3.3 gaat in op marktmogelijkheden die blijken uit de vergelijking van leefstijlprofielen van bewoners van het verzorgingsgebied en de bezoekers van Rijssen Centrum,

3.1 Referentieanalyse

Winkeldichtheden

- De winkeldekking in Rijssen bedraagt 2,64 m² wvo per inwoner. Dit is een stuk hoger dan landelijk (1,67 m² per inwoner) maar enigszins vergelijkbaar met de winkeldekking in andere woonplaatsen van tussen de 20.000 en 30.000 inwoners.
- Wanneer we alleen naar de winkeldichtheid van het centrumgebied kijken (het aantal wvo in het centrum van Rijssen / het aantal inwoner van de woonplaats) dan kent ook Rijssen Centrum een fors hogere winkeldekking ten opzichte van de centrumgebieden in steden van soortgelijke grootte en ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde (1,20 ten opzichte van 0,76 m² wvo per inwoner).

Tabel 4 Winkeldichtheden vergeleken

	Rijssen	Woonplaatsen met 25.000 - 35.000 inwoners	
		2,53	1,67
Centrum	1,20	0,76	0,62

Bron: Locatus retailfacts 2014 en Locatus benchmarkverkenner 2014

Vergelijking met soortgelijke centra

Om het centrumaanbod in Rijssen beter te duiden is het aanbod in Rijssen Centrum vergeleken met dat van centrumgebieden van woonplaatsen met tussen de 25.000 en 35.000 inwoners. In het totaal gaat het om 43 centrumgebieden in heel Nederland. Het aantal inwoners in woonkern Rijssen (28.652) ligt iets lager dan gemiddeld in de benchmark (29.533).

Detailhandel centrumaanbod

- Rijssen Centrum kent een zeer groot detailhandelsaanbod, zowel absoluut (in termen van het totaal wvo en het totaal aantal winkels) als relatief (het totaal wvo en aantal winkels per inwoner).
- In absolute termen kent Rijssen Centrum ruim 11.700 m² wvo meer winkelmeters ten opzichte van de benchmark. Het totaal wvo in Rijssen Centrum is 1,57 keer zo groot als het aanbod in de benchmark. Ook telt Rijssen Centrum een groot aantal winkels ten opzichte van de benchmark.

- Met een gemiddelde unitgrootte van 246 m² wvo kent Rijssen Centrum relatief grote units in vergelijking met de Benchmark.

Tabel 5 Vergelijking totaal aanbod centrum Rijssen met benchmark

Categorie	Rijssen	Benchmark	Absoluut verschil	% Verschil
Totaal m ² wvo	34.255	22.534	+11.721	+57%
Totaal m ² wvo per inwoner	1,20	0,76	+0,44	+52%
Totaal winkels	139	117	+22	+23%
Totaal winkels per 1.000 inwoner	4,9	3,9	+1	+19%
Gemiddelde unitgrootte in m ² wvo	246	193	+53	+27%

Bron: Locatus benchmarkverkenner 2014

- Het centrumaanbod in de dagelijkse sfeer is zowel absoluut als relatief gezien iets groter dan in de benchmark.
- In de niet-dagelijkse sfeer is het aanbod substantieel groter. Het gaat hier om een verschil van ruim 10.500 m² wvo (60% groter dan in de benchmark). Wanneer het aanbod wordt gerelateerd aan het aantal inwoners in de woonplaats dan zijn de verschillen nog groter.
- Het aanbod qua aantal winkels in Rijssen Centrum is groter dan in de centra van de benchmarkplaatsen, maar de verschillen nemen pas echt grote vormen aan als gekeken wordt naar winkelvloeroppervlakte. Dit betekent dat Rijssen Centrum relatief veel grootschalige centrumaanbieders kent in de niet-dagelijkse sfeer.

Tabel 6 Vergelijking dagelijks en niet-dagelijks aanbod centrum Rijssen met benchmark.

	Rijssen	Benchmark	Absoluut verschil	% Verschil
Wvo dagelijks	6.245	5.065	+1.180	+23%
Wvo dagelijks per inwoner	0,22	0,17	+0,05	+27%
Winkels dagelijks	30	25	+5	+22%
Wvo niet-dagelijks	28.010	17.469	+10.541	+60%
Wvo niet-dagelijks per inwoner	0,98	0,59	+0,39	+65%
Winkels niet -dagelijks	109	92	+17	+18%
Wvo Mode & Luxe	17.491	11.112	+6.379	+57%
Wvo Mode & Luxe per inwoner	0,61	0,38	+0,23	+62%
Winkels Mode & Luxe	72	56	+16	+30%

Bron: Locatus benchmarkverkenner 2014

Horeca, leisure, diensten en aanverwante functies

- Voor wat betreft leisure-gerelateerde functies zijn de rollen omgedraaid. Rijssen Centrum kent relatief weinig horecagelegenheden. Ook is het aanbod in cultuur en ontspanning zeer beperkt. Het centrum kent in totaal 26 vestigingen met een 'leisure'-functie. Dat zijn er elf minder dan de benchmark.
- Ook in vergelijking met centra in de regio kent Rijssen een klein aanbod aan leisure (horeca en cultuur). Haaksbergen en Oldenzaal kennen bijvoorbeeld een groter aanbod aan leisure terwijl deze woonplaatsen kleiner van omvang zijn en de centra een minder belangrijke detailhandelsfunctie kennen (bron: Masterplan Borne, 2009).
- Voor wat betreft diensten-gerelateerde functies kent Rijssen Centrum erg veel financiële instellingen. Daarnaast zijn ook aanbieders van particuliere dienstverlening oververtegenwoordigd.

Tabel 7 Vergelijking leisure aanbod centrum Rijssen met benchmark

	Rijssen	Benchmark	Absoluut verschil	% Verschil
Horeca	24	32	-8	-24%
Cultuur	1	3	-2	-70%
Ontspanning	1	2	-1	-56%
Totaal verkooppunten leisure	26	37	-11	-30%

Bron: Locatus benchmarkverkenner 2014

Tabel 8 Vergelijking dienstenaanbod centrum Rijssen met benchmark

	Rijssen	Benchmark	Absoluut verschil	% Verschil
Ambacht	18	18	-	3%
Financiële Instelling	8	2	6	251%
Particuliere dienstverlening	18	11	7	66%
Totaal verkooppunten diensten	44	31	13	42%

Bron: Locatus benchmarkverkenner 2014

3.2 Distributieve berekening detailhandel

Door middel van een distributieve berekening is zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een uitspraak gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden in Rijssen Centrum. Met een DPO kan het huidige functioneren van het winkelapparaat in het centrum én de toekomstige uitbreidingsruimte (in m² wvo) indicatief worden berekend voor drie afzonderlijke winkelsectoren, namelijk Dagelijks, Mode & Luxe en Vrije Tijd & Electro. De indicatieve marktruimte in 2025 is gecorrigeerd voor het naar verwachting toenemende belang van internet als aankoopkanaal. In bijlage 2 is een uitgebreide berekening van het DPO opgenomen.

Tabel 9 Indicatieve DPO berekening huidige situatie Rijssen Centrum

	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd & Electro
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 7.310	€ 2.530	€ 3.323
Gerealiseerde vloerproductiviteit Rijssen Centrum	€ 6.510	€ 1.898	€ 3.762
% Verschil tussen gemiddelde en gerealiseerde vloerproductiviteit	-11%	-25%	+13%

In de huidige situatie zien we dat de sector Mode & Luxe, zelfs op basis van de reeds hoog ingeschatte koopstromen (75% binding en 45% toevloeiing), ruim benedengemiddeld functioneert. In de dagelijkse sector is dit in mindere mate ook aan de orde. Voor Vrije Tijd & Electro zien we op basis van de gebruikte koopstroompercentages een bovengemiddeld functioneren met een vloerproductiviteit die hoger ligt dan het landelijk gemiddelde.

Op basis van de gebruikte koopstromen zal ook de bevolkingsaanwas (groei tot 30.000 inwoners) niet voldoende extra bestedingspotentieel opleveren om de markt voor Mode & Luxe, en in beperktere vorm ook voor de Dagelijkse sector, in evenwicht te brengen.

- Voor wat betreft de dagelijkse sector achten wij het mogelijk dat, mede door de mogelijke relocatie van de Albert Heijn, de koopkrachtbinding van de inwoners van *de gemeente Rijssen-Holten* aan het centrum toeneemt van 36% naar 40% (met een gelijkblijvende toevloeiingspercentage). Er ontstaat dan een beperkt positieve marktruimte.
- Om te komen tot een evenwicht in de branche Mode & Luxe zal theoretisch gezien, een binding van 85% (van de inwoners uit *de kern Rijssen*) en een toevloeiing van 50% gerealiseerd dienen te worden. Dit zijn, voor wat betreft niet dagelijkse sectoren, extreem hoge percentages die in vrijwel geen enkele woonplaats van soortgelijke omvang en functie zijn terug te vinden.

Tabel 10 Indicatieve DPO berekening toekomstige situatie Rijssen Centrum

	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd & Electro
2025 (geen ambitieniveau)	-550	-3.750	+150
2025 (wel ambitieniveau)	+250	-350	-

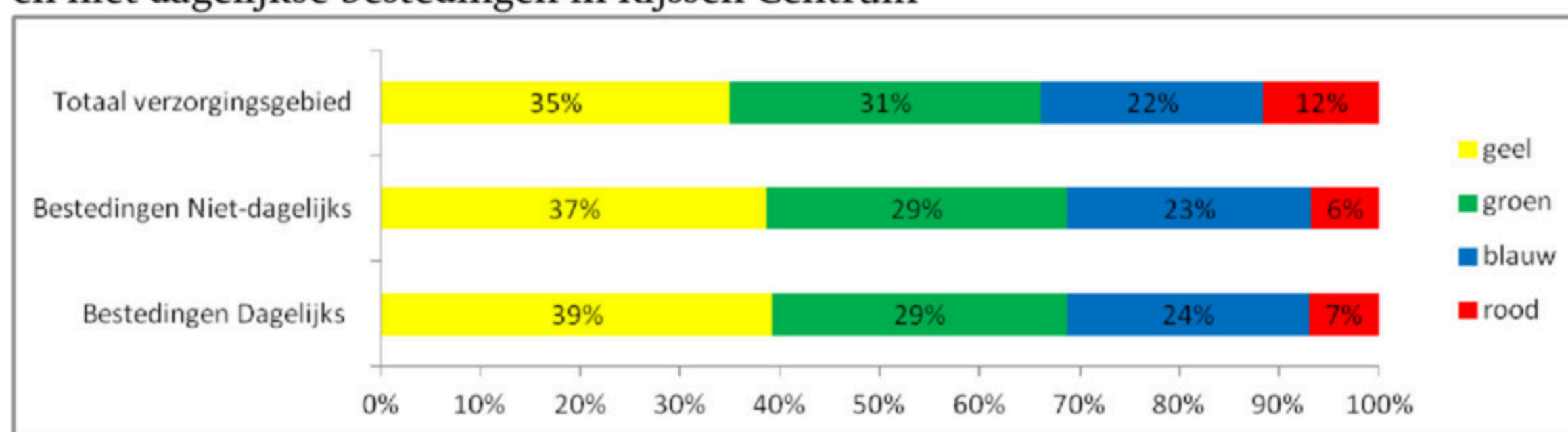
3.3 Leefstijlprofielen

In Rijssen en in de omliggende woonkernen is de Gele en Groene levensstijl oververtegenwoordigd. Inwoners met een Blauw leefstijlprofiel zijn vooral te vinden in de woonwijken aan de rand van de kern Rijssen en in de meer landelijke omgeving (zie bijlage 1 voor uitgebreide uitleg van leefstijlprofielen).

We weten welke leefstijlen dominant zijn onder de *inwoners* in het verzorgingsgebied (paragraaf 2.1). Daarnaast is er gekeken welke leefstijlprofielen er oververtegenwoordigd zijn onder *de consumenten in het centrum van Rijssen*. De verschillen tussen het profiel van de *inwoners in het verzorgingsgebied* en het profiel van de *consumenten in het centrum van Rijssen* zijn echter erg klein:

- Gele en Blauwe consumenten zijn licht oververtegenwoordigd in de bestedingen in Rijssen Centrum ten opzichte van hun aandeel in het totale verzorgingsgebied.
- Rode en Groene consumenten zijn licht ondervertegenwoordigd in de bestedingen in Rijssen Centrum.

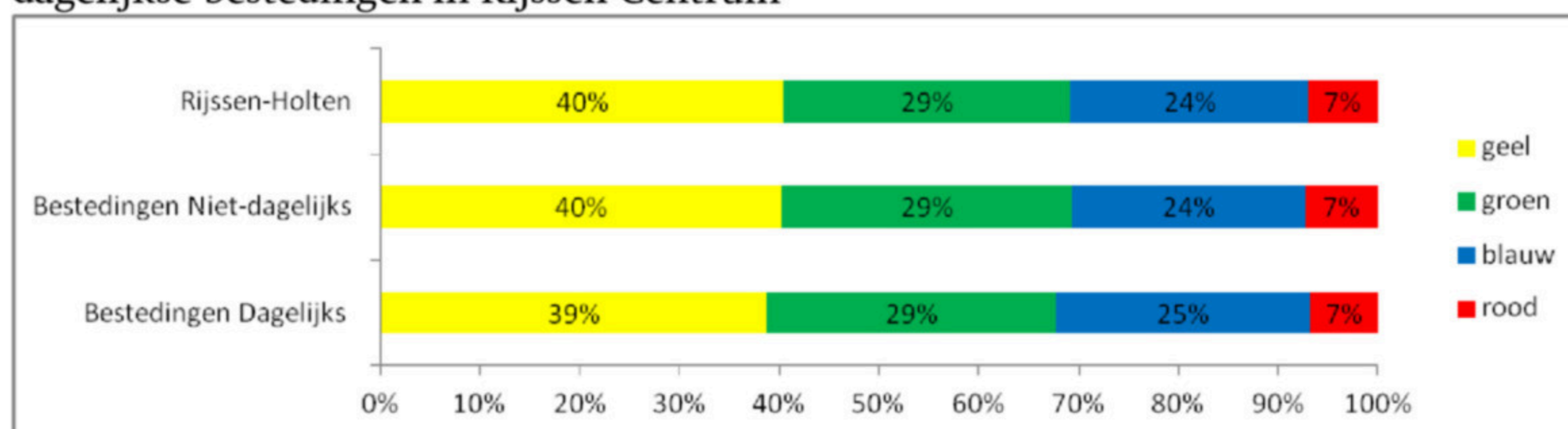
Figuur 14 Verdeling leefstijl *totale verzorgingsgebied* ten opzichte van de dagelijkse en niet-dagelijkse bestedingen in Rijssen Centrum



Bron: SmartAgent

- Wanneer alleen wordt gekeken naar consumenten uit de gemeente Rijssen-Holten, en hun bestedingen in het centrum, dan valt op dat bij bestedingen in de dagelijkse sector de Gele consument juist wat ondervertegenwoordigd is ten faveure van de Blauwe consument. De verschillen zijn echter klein.

Figuur 15 Verdeling leefstijl *Rijssen-Holten* ten opzichte van de dagelijkse en niet-dagelijkse bestedingen in Rijssen Centrum



Bron: SmartAgent

Hoewel het bevolkingsprofiel van het verzorgingsgebied nauwelijks afwijkt van het bestedingsprofiel in Rijssen Centrum geldt dat het imago van en het aanbod in Rijssen Centrum toch vooral aanspreekt tot consumenten met een Blauwe levensstijl. Blauwe consumenten voelen zich aangetrokken tot de betere (vers)speciaalzaken en winkels in mode en luxe van topondernemers die kwaliteit, service en innovatie hoog in het vaandel hebben staan. Deze 'Blauwe' uitstraling is ook wat Rijssen kenmerkt, uniek maakt en waar het bovenlokaal publiek op af komt (overigens geldt dit vooral voor het Rijssense winkelaanbod en niet zozeer in termen van horeca, sfeer, verblijfsklimaat en andere publieksfuncties). Opvallend genoeg zien we niet dat de Blauwe levensstijl oververtegenwoordigd is in de bestedingen. Dit betekent dat consumenten met een Geel of Groen leefstijlprofiel in Rijssen Centrum hun aankopen doen in winkels die qua formulebeeld het meest thuishoren bij de consumenten met een Blauwe levensstijl.

3.4 Conclusie

Op het gebied van detailhandel zijn er vrijwel geen uitbreidingsmogelijkheden in de niet-dagelijkse sector, ondanks de te verwachten groei van het draagvlak in het primaire verzorgingsgebied. Het huidige functioneren van het aanbod (ondergemiddeld) en de generieke ontwikkelingen (met onder druk staande bestedingen en een groeiend aandeel internetaankopen) staan een versterking van het aanbod in de weg. Zelfs met een taakstellende groei van binding en toevloeiing aan het aanbod in Rijssen Centrum moet voor de toekomst eerder rekening gehouden worden met het (verder) inkrimpen van het winkelaanbod.

Mogelijkheden voor versterking van het aanbod zijn er zeker wel op het terrein van horeca, cultuur en ontspanning, waar Rijssen mede door de aard van de lokale bevolking minder goed op scoort. Onder invloed van generieke ontwikkelingen, die wijzen op een steeds grotere branche- en sectorvervaging (tussen detailhandel en horeca bijvoorbeeld) is het wel belangrijk dat Rijssen op dit terrein een inhaalslag maakt. Temeer omdat centra als die van Rijssen (centra die te kenschetsen zijn als te klein voor het tafellaken en te groot voor het servet) een extra inspanning zullen moeten doen. Een extra inspanning om zich aan de ene kant te onderscheiden van de grote centra, met een grote verscheidenheid aan allerhande publieksfuncties in een aantrekkelijke, vaak historische setting en aan de andere kant van de functioneel ingerichte, gemakkelijk toegankelijke boodschappencentra.

Hoewel consumenten in het centrum overwegend een Groen of Geel leefstijlprofiel hebben is het Rijssense winkelaanbod toch vooral gericht op de Blauwe leefstijl die zich aangetrokken tot de betere (vers)speciaalzaken en winkels in mode en luxe van topondernemers die kwaliteit, service en innovatie hoog in het vaandel hebben staan. Deze 'Blauwe' uitstraling is wat Rijssen kenmerkt, uniek maakt en dit is ook waar het bovenlokaal publiek op af komt. Het imago van luxe, de kwaliteit en het ondernemerschap in Rijssen Centrum dient te worden gewaarborgd.

4 Perspectief Rijssen Centrum

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de generieke trend en ontwikkelingen en hun effecten op het functioneren van centrumgebieden (4.1). Daarna wordt kort stilgestaan bij de lokale ontwikkelingen in Rijssen en hoe deze van invloed zijn op het functioneren van Rijssen Centrum (4.2) en wordt het lokale beleidskader geschetst (4.3). En wordt afgesloten met een SWOT-analyse en perspectiefbepaling (4.4).

4.1 Trends en ontwikkelingen

De afgelopen vijf jaar daalden de bestedingen in non-food. Aan deze val lijkt een einde te zijn gekomen. Het eerste half jaar van 2014 daalde de omzet in de non-food licht: -0,1% ten opzichte van de eerste helft van 2013 (bron: maandstatistiek detailhandel CBS). In de mei, juni en juli van 2014 lagen de bestedingen van consumenten op of net iets boven het niveau van een jaar eerder. De stabilisatie en de groei van de consumptie in 2014 volgen op bijna drie jaar van vrijwel onafgebroken krimp. Voor 2015 verwachten de meeste financiële instellingen (ABN Amro, Rabobank, ING) een bescheiden groei. Het herstel is vermoedelijk broos en behalve daling van de particuliere consumptie (in volume) is er nog een probleem voor de detailhandel. Andere sectoren trekken een groter deel van de consumptieve bestedingen aan. Denk aan gezondheid, mobiliteit (reizen) en vrije tijd.

Figuur 16 Gemiddelde vloerproductiviteit (in €) en ontwikkeling 2004-2011 (in%)



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011

- **Demografische ontwikkelingen:** Nederland staat aan de vooravond van een demografische aardverschuiving. Er is gelijktijdig sprake van verdunning (daling gemiddelde huishoudgrootte), vergrijzing en een krimpende beroepsbevolking. Al deze demografische ontwikkelingen hebben een negatief effect op het bestedingspotentieel. De vergrijzing heeft het grootste effect. In 2030 zal bijna een kwart van de Nederlandse bevolking ouder zijn dan 65 jaar. Dit is een groei van 62% ten opzichte van nu. De huidige generatie 65-plussers besteedt beduidend minder in winkels dan mensen jonger dan 65. Voor zover ze meer vrij te besteden hebben, is het niet vanzelfsprekend dat senioren meer uitgeven aan detailhandel. Ze hebben namelijk minder koopdrang – hoeven hun garderobe en interieur niet zo nodig elk jaar te vernieuwen – en meer keuzevrijheid en tijd.
- **Internet en technologische ontwikkelingen:** Naast de economische crisis en demografische ontwikkelingen zijn er ook structurele sectorspecifieke ontwikkelingen gaande. De consument gebruikt vaker andere of meerdere kanalen en communicatiemiddelen voor één enkele transactie. Steeds meer aankopen worden via internet gedaan. Winkelen is hierdoor niet meer plaats- of tijdgebonden. De consument kan op ieder moment van de dag, op elke denkbare plaats aankopen doen. De detailhandelsbestedingen via internet groeien ook ten tijde van crisis en bedragen inmiddels ruim 10% van alle non-food detailhandelsverkopen. Aan

consumentenelektronica wordt online van oudsher het meest besteed. De internetbestedingen aan modische artikelen zijn aan een flinke opmars bezig.

Centrale winkelgebieden

- **Veranderende bezoekersmotieven.** Onderzoek van de Rabobank 'Fun of Functie: Verschuivingen in het ruimtelijk koopgedrag' laat zien dat er bewuster voor bepaalde winkelgebieden wordt gekozen, afhankelijk van het specifieke winkeldoel: **recreatief en op zoek naar beleving** of **functioneel en op zoek naar snelheid en gemak**: of fun, of functie. De consument kiest bewust voor bepaalde winkelgebieden ten koste van andere. De winnaars zijn de kleine winkelgebieden die voorzien in de behoefte van consumenten op zoek naar snelheid en gemak (denk aan wijkwinkelcentra) en de grote winkelgebieden die voorzien in de behoefte aan beleving (denk aan de grotere stadscentra). De middengroep, die tussen wal en schip valt, kenmerkt zich vaak door een beperkte bereikbaarheid, betaald parkeren en mist in veel gevallen de gezelligheid en het horeca- en culturele aanbod van bijvoorbeeld een historisch stadscentrum. Deze middelgrote winkelgebieden, moeten waken voor een afkalvende functie en er voor zorgen dat ook zij op enige wijze inspelen op deze veranderende bezoekersmotieven. Rijssen Centrum heeft als voordeel dat er gratis parkeren is, en dat de bereikbaarheid overwegend goed is. Daarnaast is het aanbod in het centrum voor een groot deel ook gericht op recreatief winkelen.
- 'Winkelen' is nog steeds het primair bezoekmotief voor centrumgebieden. **Andere motieven**, zoals horecabezoek, cultuur en evenementen worden echter steeds belangrijker. Wil een centrumgebied zich onderscheiden dan is niet alleen het winkelaanbod, maar juist ook horeca, vermaak en evenementen doorslaggevend. De combinatie maakt een centrum aantrekkelijker voor een consument.
- Nederland staat bekend om zijn **fijnmazige, hiërarchische winkelstructuur**. Iedere buurt of wijk kent zijn eigen winkelvoorziening, gedimensioneerd op het aantal inwoners in het verzorgingsgebied. Hierdoor kent Nederland in verhouding tot het buitenland relatief veel op korte afstand te bereiken winkels en winkelmeters per inwoner (1,8 m² wvo per inwoner). Deze fijnmazige winkelstructuur staat echter onder druk. **Schaalvergroting** is een dominante trend: de afgelopen vijf jaar daalde het aantal winkels licht, maar nam het aantal vierkante meters verkoopvloeroppervlak per winkelunit toe van 210 m² naar 252 m² (+20%). Eenzelfde trend valt waar te nemen bij winkelgebieden: aan de onderkant van de hiërarchie – de buurtvoorzieningen – vindt uitval plaats, de grotere winkelgebieden nemen in omvang toe.
- De **concurrentie tussen winkelgebieden en winkels** neemt toe. Consumenten worden steeds mobieler en zijn steeds beter geïnformeerd. Ook zijn zij steeds minder trouw aan winkelgebieden. Winkels en winkelgebieden moeten elke dag weer in de gunst van de consument zien te komen. Dit stelt eisen aan de aanpasbaarheid van winkels en winkelgebieden. Deze laatste dienen zich duidelijk te profileren, ofwel op grond van functionaliteit (doelgericht boodschappen doen en de aanschaf van andere frequent benodigde artikelen) ofwel op beleving (recreatief winkelen). "Stuck in the middle"-centra krijgen het steeds moeilijker.
- Door de crisis zijn diverse **winkelvastgoedprojecten uitgesteld, afgesteld of sterk versoberd**. Ruimtelijk-functionele versterking van winkelgebieden is echter een continu vereiste. Het risico is groot dat door de crisis ook die **noodzakelijke vernieuwing en versterking onder druk komt te staan**. Juist in een tijd van revolutionaire veranderingen in de sector is continue investering in de kwaliteit van de meest waardevolle winkelgebieden van het grootste belang.

- De **leegstand** loopt de afgelopen jaren gestaag op; deze is het hoogst in de zogenaamde B- en C-milieus van centrumgebieden, binnenstedelijke winkelstraten en de buurtcentra. Jarenlang is sprake geweest van stijgende huurniveaus, nu is veelal stabilisatie en zelfs daling aan de orde. In deze gebieden vindt nu een (gedeeltelijke) verkleuring van detailhandel naar andere commerciële functies (zoals ambacht, dienstverlening, horeca, kleinschalige bedrijfshuisvesting) en wonen plaats.
- Door het ingrijpende en structurele karakter van de veranderingen is de **vestigingsstrategie** van winkelketens, zeker in de non-food, aan het veranderen. Jarenlang lag de nadruk bij veel ketens op expansie, en openden zij talrijke winkels, ook in de kleinere winkelgebieden. Omdat de functie van de fysieke winkel onder invloed van de technologische ontwikkelingen aan het veranderen is, is aan die expansie een einde gekomen. Veel ketens maken een pas op de plaats en investeren primair in een beperkter aantal vestigingen, in vooral de grotere winkelgebieden.

Het Nieuwe Winkelen

- De consument gebruikt steeds vaker meerdere kanalen en communicatiemiddelen voor één enkele transactie. De techniek ontwikkelt zich razendsnel en de consument adopteert het. De slimme ondernemer springt op deze ontwikkeling in. In Rijssen gebeurt dit al volop. Meerdere lokale zelfstandigen hebben ook een webwinkel. De mogelijkheden zijn legio. Veel bestaande technieken en diensten kunnen nu al worden ingezet om meer en sneller klanten te bereiken, ze beter te bedienen en zo meer omzet te genereren. Social media als Facebook en Twitter, en toepassingen als QR Codes, Google Places, Foursquare en Groupon zijn tegenwoordig voor bijna iedereen en bijna overal toegankelijk. In het centrum van Rijssen wordt hier door het HABI en de individuele ondernemers al flink op ingezet. Rijssen-Holten kreeg vorig jaar als eerste gemeente in Oost-Nederland gratis draadloos internet in het centrum.
- Dit kan door typische 'cross channel'-functionaliteiten te integreren in het winkelgebied. Dit betreft niet alleen specifieke formules en allerlei digitale toepassingen, maar ook servicepunten en afhaallocaties voor online aankopen. Door dergelijke afhaal- en servicepunten te koppelen aan bestaande winkelgebieden krijgen deze een impuls. Hiervan profiteren ook de zittende ondernemers. De ervaring leert dat het gros van de consumenten die producten komt afhalen ook nog aankopen doet op locatie.

Focus op de binnenstad: accommodeer een breed palet aan functies in het centrum

De binnenstad staat hoog op agenda van gemeentelijke bestuurders. In veel collegeakkoorden staat de binnenstad bovenaan de prioriteitenlijst. We zien dat steeds meer gemeenten prioriteit geven aan versterking van (het onderscheidend vermogen van) het centrum. Een florerend centrumgebied draagt bij aan het voorzieningenniveau, de leefbaarheid en het imago van de stad. De binnenstad wordt steeds vaker gezien als '**kloppend hart**', en daarmee behelst een toekomstbestendige binnenstad dan ook veel méér dan alleen winkelen.

- Naast klassieke (commerciële) publieke centrumfuncties als detailhandel en horeca is het wenselijk om ook andere type functies zo veel mogelijk in het centrum te accommoderen. Het gaat hier om voorzieningen die zorg dragen voor meer **levendigheid, extra traffic en een langere verblijfsduur**. Denk aan werken (onder andere kantoorunits en flexibele werkplekken), ambachten, zorg, kinderopvang,

maatschappelijke dienstverlening en andere type bedrijvigheid (tenzij overlastgevend).

- Ook leent het centrum zich voor het huisvesten van nieuwe aanbodsvormen als *pick-uppoints*, *kluisjes* en *servicepunten*. In plaats van dergelijke voorzieningen te laten landen op solitaire locaties buiten het centrum, bijvoorbeeld op kantoorlocaties of op bedrijventerreinen, is het voor de **levendigheid en toekomstbestendigheid** van het centrum wenselijk om deze functies bij voorkeur te huisvesten binnen het centrum.
- Dit betekent als gemeente dat je terughoudend bent in wat je toestaat buiten het centrum (nee, tenzij) en **vooruitstrevend en flexibel omgaat met wat je binnen het centrum huisvest** (ja, mits). Een sterke binnenstad worden publieksfuncties als horeca en winkelen aangevuld met **wonen, werken, cultuur, evenementen, zorg en onderwijs** en is er aandacht voor een de **openbare ruimte, groen en water**.

Nieuwe aanbodsvormen en centrumfuncties

Kluisjes - Kluisjes zorgen ervoor dat de consument op elke gewenst moment producten kan ophalen. Dit is een voordeel voor de consument, maar ook voor het centrum. Het genereert immers traffic naar het winkelgebied. Consumenten kunnen er niet alleen producten ophalen van winkels in het centrum, maar ook van producten die ze bij online retailers hebben gekocht. Bij het ophalen van het product wordt de consument mogelijk tot combinatiebezoek met het centrum verleid.

Pick-up Point/Servicepunt - Een drive-in waar online bestelde producten kunnen worden opgehaald. In de supermarkt-sector verwacht men dat steeds meer supermarkten dit concept gaan aanbieden. Voor Rijssen Centrum is het interessant als aanwezige supermarkt(en) deze functie kunnen aanbieden omdat dit bijdraagt aan de bezoekmotivatie van het winkelgebied. Het thuis laten bezorgen van producten is lastig aangezien consumenten minder thuis zijn. Servicepunten kunnen een goede toevoeging zijn aan het centrumaanbod.



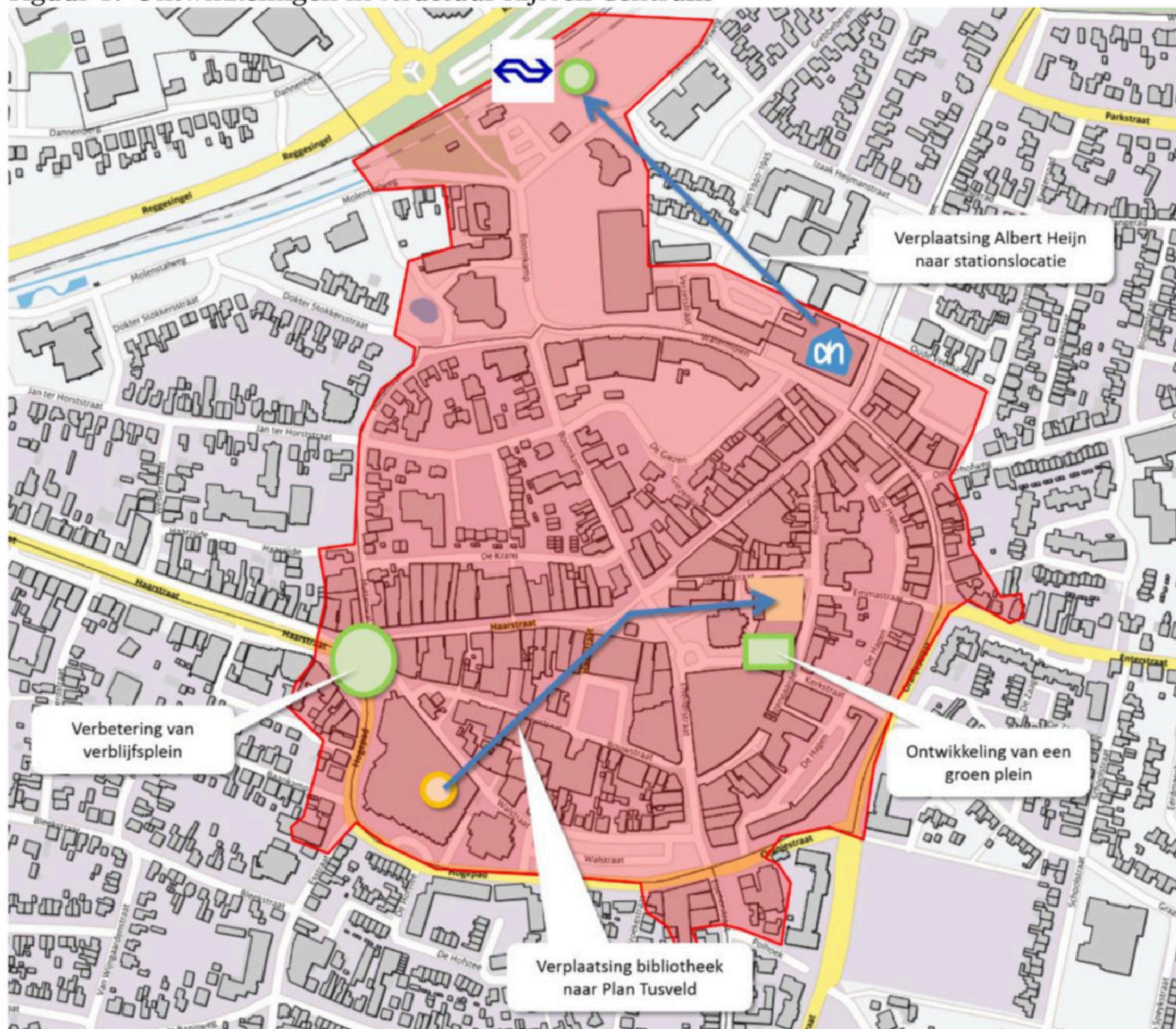
Flexibele werkplekken – Zelfstandige ondernemers (ZZP'ers) nemen een steeds groter aandeel in de beroepsbevolking in. Daarnaast is Rijssen ondernemingsgezind en is de bevolking is relatief jong. Startende ondernemers en ZZP'ers zijn gebaat bij goedkope en/of flexibele werkplekken eventueel gecombineerd met horeca. In Rijssen centrum is het CVJO gevestigd dat startende ondernemers een professionele werkomgeving in een open kantoortuin met collega ondernemers biedt. Horeca gecombineerd met een prettig werkklimaat ontbreekt.

Hybride (food)concepten - We hybride concepten met food en detailhandel in verschillende vormen terugkomen en toenemen aan populariteit. Denk aan combinatie versmarkt met horeca en traiteur/afhaal, integratie van foodretail, horeca, foodservice en foodbeleving. Duurzame verse (streek)producten, gecombineerd met het gemak van een traiteur. Een plek waar horeca en supermarkt worden gecombineerd. Zelfstandige verswinkels gecombineerd horeca (bijvoorbeeld een bakker waar geluncht kan worden). Dergelijke concepten zijn in Rijssen Centrum zeer beperkt aanwezig.

4.2 Lokale ontwikkelingen

- In de stationstomgeving speelt de ontwikkeling van woningen, appartementen en commerciële/maatschappelijke voorzieningen waaronder de realisatie van een supermarkt Albert Heijn op de Watermolen wordt mogelijk verplaatst naar deze locatie met betere bereikbaarheid en een verbeterde parkeersituatie. Albert Heijn kan op deze locatie de regiofunctie beter vervullen (wat mogelijk ook een grotere toevloeiing naar Rijssen Centrum tot gevolg zal hebben). Wanneer de Albert Heijn verhuist zal er een dagelijkse trekker op de oostelijke kop van de hoofdwinkelas (kop van de Grotestraat) vertrekken. In het oostelijk gedeelte van de Grotestraat is de kracht van de Grotestraat als winkelstraat op dit moment al beperkt.
- De bibliotheek gelegen op de eerste verdieping van De Hoge Wal zal verplaatsen naar Plan Tusveld. Dit zorgt voor een verdere concentratie van maatschappelijke publieksfuncties rondom het gemeentehuis. Ruimtelijk-functioneel gezien is de verplaatsing wenselijk.
- Tussen het stadhuis en Plan Tusveld en speelt de ontwikkeling van een groen plein. De ontwikkeling is weinig geïntegreerd met Het Schild. Ruimtelijk gezien is het een opzichzelfstaande ontwikkeling. Tot slot speelt ook vernieuwing van de openbare ruimte op de westelijke entree van de hoofdwinkelas (kop van de Haarstraat). De gemeente wil het verblijfsklimaat op deze plek veraangenamen.

Figuur 17 Ontwikkelingen in structuur Rijssen Centrum



Bron: PDOK achtergrondkaart, bewerking Bureau Stedelijke Planning

4.3 Beleid

Het geldend gemeentelijk beleid en wordt gehanteerd als een van de vertrekpunten voor het opstellen van de structuurvisie, Onderstaand volgt kort welk huidige gemeentelijk beleid van belang is bij het vormgeven van de ruimtelijk-economische visie voor het centrum van Rijssen.

Structuurvisie Rijssen-Holten

Deze gemeentebrede structuurvisie is vastgesteld in 2012. Voor het centrum van Rijssen is het volgende relevante beleid vastgelegd;

1. **Historisch centrum Rijssen:** Rijssen heeft een historisch centrum zowel qua structuur als bebouwing. Dit laatste is niet echt dominant meer aanwezig. Ontwikkelpunten:
 - Herstel en behoud van de historische structuur en bebouwing.
 - Aandacht voor toeleidende wegen (linten) voor wat betreft functies en inrichting.
 - Ruimtelijke kwaliteit in het centrum door verbeteren functie van pleinen.
 - Inspelen op het internetwinkelen en de consequenties hiervan waar mogelijk ruimtelijk vertalen.
2. **Stationskwartier Rijssen:** De stationsomgeving van Rijssen vraagt als scharnierpunt tussen het centrum van Rijssen en het bedrijventerrein de Mors en als openbaar vervoersknooppunt om een geschikte invulling. Het is een ruimtelijk dominante plek langs de Koppellaan (Reggesingel). Ontwikkelpunt:
 - Adequate bij de functie passende invulling van het nu nog braakliggende terrein.

Ruimtelijk streefbeeld 2000

Als onderdeel van het bestemmingsplan Kern 2000 is een ruimtelijk streefbeeld opgesteld. Met de vaststelling van het bestemmingsplan Kern Rijssen 2010 (13 december 2012 vastgesteld) is het ruimtelijk streefbeeld feitelijk als toetsingskader komen te vervallen. Nagenoeg alle projecten binnen het ruimtelijk streefbeeld waren gerealiseerd, op twee projecten na;

1. **Bouwvolume op locatie voormalig busstation:** De openbare ruimte is reeds aangelegd, echter het voorziene bouwwerk op de hoek Elsenerstraat-Huttenwal is nooit gerealiseerd. De locatie heeft een volume nodig om als poort van het centrum te kunnen fungeren. Dit wordt (nog even los van functie en gebruik) meegenomen in de nieuwe structuurvisie).
2. **Locatie Haarstraat-Bouwstraat:** Het ruimtelijk streefbeeld geeft aan dat een bebouwing met een passende hoogte-opbouw en parcelering op deze locatie gewenst is. De kiosk aan de Haarstraat dient op de langere termijn uit het straatbeeld te verdwijnen, dat wil niet zeggen dat de functie in de omgeving van Het Schild niet passend zou zijn.

Horeca en detailhandel, overige commerciële voorzieningen

De detailhandelsnota uit 2007 wordt op dit moment herzien en wordt meegenomen in de structuurvisie voor het centrum. Ook voor het aspect horeca (visie uit 2006) zal de visie worden ge-update.

4.4 SWOT-analyse en perspectiefbepaling

SWOT-analyse

SWOT is de afkorting voor Strengths (sterktes), Weaknesses (zwaktes), Opportunities (kansen) en Threats (bedreigingen). De SWOT-analyse is een veelgebruikte methode om inzicht te krijgen in het functioneren van een bedrijf of gebied. Het gaat om de relatieve positie. Zaken waar de gemeente of andere stakeholders invloed op hebben zijn te scharen onder de sterke of zwakke punten. Zaken die van 'buiten' komen en waar geen of nauwelijks invloed op kan worden uitgeoefend, vallen onder de kansen of bedreigingen.

Tabel 11 SWOT-analyse Rijssen Centrum

Sterktes	Zwaktes
- Diverse lokale grootheden - Gratis parkeren - Grote koopkrachtbinding en toevloeiing - Naamsbekendheid als 'kwalitatief goed winkelen' - Actieve ondernemersvereniging - Het Nieuwe Winkelen wordt omarmt: Rijssen Centrum goed zichtbaar op social media, veel winkels met webshop.	- Deelgebieden zijn niet goed verbonden - Verblijfsklimaat in bepaalde deelmilieus ondermaats; geen duidelijke signatuur als winkelgebied. - Te veel verspreid aanloopmilieu in plaats van concentratie van functies op hoofdwinkelas. - Doorbloeding noord-zuid
Kansen	Bedreigingen
- Bevolkingsaanwas in een krimpregio - Inwoners zijn loyaal aan lokale detailhandel - Jonge bevolking (minder last van vergrijzing) - Investeringsbereidheid, organisatie en lokale kracht van ondernemers en ondernemersvereniging.	- Economische crisis: omzet onder druk, uitstel en afstel investeringen - Echt 'funshoppen' gebeurt in centra van grotere orde; runshoppen centra met hoge mate functionaliteit - Internetwinkelen - Lage koopkracht gemiddelde inwoner van Rijssen - Oplopende leegstand - Ondernemers op leeftijd: opvolging van zaak?

SWOT-confrontatie

Een SWOT-confrontatie koppelt de sterke en de zwakke punten aan de kansen en bedreigingen. Zo ontstaan de meest veelbelovende mogelijkheden en meest bedreigende situaties voor centrum Rijssen

Meest veelbelovend

Rijssen heeft van oudsher een zekere grandeur en een reputatie en vervult een stevige functie voor zowel inwoners van Rijssen als inwoners uit omliggende plaatsen. Met lokale helden en een zeer uitgebreid aanbod mode en luxe heeft het centrum, binnen de regio, sterke troeven in hand. Het draagvlak groeit nog (tegen de tendens in), er is een actief ondernemersbestand en inwoners zijn trouw aan de lokale winkels. Met een vereende krachtsinspanning, behoud van gratis parkeren en concentratie van winkelvoorzieningen en andere publieksfuncties moet Rijssen in staat zijn de huidige positie te handhaven. Concentratie van detailhandel aan de hoofdwinkelas Grotestraat/Haarstraat draagt bij aan een compact en sterk kernwinkelgebied. Naast 'winkelen' zijn ook andere functies als horeca, vermaak en evenementen belangrijk in het centrum.

Meest bedreigend

Rijssen Centrum kent ruimtelijk-functioneel gezien enkele mindere punten: de noordkant is niet goed verbonden met het zuidelijk deel, de verbinding tussen het station en het centrum ontbreekt, het verblijfsklimaat in de enkele deelmilieus kan beter en de diversiteit en concentratie van de verschillende centrumfunctie is niet optimaal. De afgelopen jaren is de leegstand toegenomen. Er zijn enkele grote aanbieders verdwenen of verhuisd. Er ontstaan hierdoor een minder heldere structuur. Het aanbod beweegt van 'chique' naar discount en 'pop-up'. Verdere neergang dreigt als er niet wordt toegewerkt naar een meer compact centrumgebied, een heldere ruimtelijke structuur en een prettig verblijfsklimaat. Dit vereist gezamenlijke krachtsinspanning van ondernemers, gemeente en vastgoedeigenaren.

5 Visie, positionering en vertaling in ruimtelijk-functionele structuur

Als centrum van een kern van een kleine 30.000 inwoners is de positie van het centrum van Rijssen niet onbedreigd. De combinatie van demografische ontwikkelingen (vergrijzing), economische vooruitzichten en technologische veranderingen (rol e-commerce) hebben een diepgaande invloed op de manier waarop mensen winkelen, en daarmee op de ruimtelijke structuur van de detailhandel.

Consumenten kiezen steeds bewuster voor bepaalde winkelgebieden, afhankelijk van het specifieke winkeldoel: recreatief en op zoek naar beleving (fun) of functioneel of naar snelheid en gemak (functie). De winnaars zijn de kleine(re) winkelgebieden die voorzien in de behoefte van consumenten op zoek naar snelheid en gemak (denk aan wijkwinkelcentra) en de grote winkelgebieden die voorzien in de behoefte aan beleving (denk aan de binnenstad van Zwolle). De middengroep dreigt tussen wal en schip te vallen. Ze blinken niet uit in functionaliteit en gemak, en ook niet in beleving. Rijssen Centrum heeft echter voldoende unieke karakteristieken om zich boven die middengroep te verheffen: het dient daarvoor een aantrekkelijk aanbod van winkels, horeca en andere (commerciële) publieksvoorzieningen in een gezellige ambiance te combineren met behoud van functionaliteit. Op die manier kan het profiteren van de behoefte van de consument aan gemak, zonder in te boeten op het aspect van ambiance en beleving, kenmerkend voor succesvolle (stads)centra.

‘Winkelen’ is nog steeds het primair bezoekmotief voor centrumgebieden. Andere motieven, zoals horecabezoek, cultuur en evenementen worden echter steeds belangrijker. Wil het centrumgebied van Rijssen zich onderscheiden, dan is niet alleen het winkelaanbod, maar juist ook het aanbod aan horeca, vermaak en evenementen doorslaggevend. De combinatie maakt het centrum, ook dat van Rijssen, aantrekkelijker voor een consument.

5.1 Visie en positionering

Een aantrekkelijke plek om te winkelen en te verblijven voor de inwoners van Rijssen en uit de regio Twente.

Rijssen Centrum zal zich in zijn verzorgingsfunctie in de toekomst primair moeten richten op de combinatie van:

- De inwoners uit Rijssen (circa 29.000 inwoners); en
- Het secundaire verzorgingsgebied (circa 100.000 inwoners) bestaande uit de kern Holten en de buurgemeenten Wierden, Hellendoorn en Hof van Twente.

De beide gebieden zijn goed voor het grootste deel van de bezoekers (en daarmee omzet) in Rijssen Centrum.