

‘Een nieuwe toekomst voor de aanloopstraat’

Een onderzoek naar de nieuwe toekomst voor de aanloopstraat, met in het bijzonder de Deurningerstraat in Oldenzaal



Auteur:

Begeleiders gemeente Oldenzaal:

Begeleider Saxion Hogescholen:

Beoordelaar:

Opleiding:

Datum:

Tim Boswerger

Moniek Bazen

Huub van Uum

Rik Zeeuwen

Jeroen Kuyper

Ruimtelijke ordening en planologie

13 juni 2016

Colofon

Titel

‘Een nieuwe toekomst voor de aanloopstraat’

Een onderzoek naar de nieuwe toekomst voor de aanloopstraat, met in het bijzonder de Deurningerstraat te Oldenzaal.

Gemeente Oldenzaal

Afdeling Beleid en ontwikkeling,
team Ruimtelijke ontwikkeling

Ganzenmarkt 1

7571 CD Oldenzaal

Begeleiders Oldenzaal

Mevr. M. Bazen (Moniek)

Beleidsmedewerkster gemeente
Oldenzaal

Dhr. H. van Uum (Huub)

Beleidsmedewerker gemeente
Oldenzaal

Saxion hogescholen Deventer

Academie Bestuur, Recht & Ruimte

Handelskade 75

7417 DH Deventer

Begeleider Saxion

Dhr. R. Zeeuwen (Rik)

Docent Saxion Hogescholen
Deventer

Beoordelaar

Dhr. J. Kuyper (Jeroen)

Docent Saxion Hogescholen
Deventer

Auteur

T. Boswerger (Tim)

De Hagen 10

7665 DP Albergen

Studentnummer: 333279
Ruimtelijke ordening & planologie

Datum

13 juni 2016

Voorwoord

Deze scriptie is in het kader van de afronding van de opleiding Ruimtelijke ordening en planologie geschreven. Het opstellen van mijn scriptie was niet mogelijk geweest zonder medewerking van de gemeente Oldenzaal. Ik wil de gemeente Oldenzaal danken voor de aangeboden mogelijkheid om mijn afstudeeronderzoek bij deze organisatie uit te voeren. Gedurende de opleiding is mijn interesse steeds meer gegroeid richting de stad, en dan met name de leegstandsproblematiek. Ik ben daarom zeer tevreden met de onderzoeksopdracht die mij is aangeboden: het zoeken naar een nieuwe toekomst voor de Deurningerstraat waarbij de leegstand moet worden aangepakt.

In het bijzonder wil ik mijn begeleiders Moniek Bazen en Huub van Uum van de gemeente Oldenzaal bedanken voor de begeleiding, de tijd en de moeite die zij in mij hebben gestopt om ervoor te zorgen dat ik een waardig eindrapport heb kunnen opleveren. Ook wil ik Rik Zeeuwen bedanken voor de begeleiding vanuit Saxion Hogescholen gedurende het afstudeertraject.

Daarnaast wil ik de medewerkers van de gemeenten Zutphen en Enschede die hebben meegewerkt aan de interviews bedanken. Zij hebben mij goede en leerzame inzichten gegeven omtrent de problematiek in de aanloopstraat.

Rest mij niet anders dan u veel leesplezier te wensen.

Tim Boswerger
Oldenzaal, 13 juni 2016

Samenvatting

Verschillende trends en ontwikkelingen hebben ertoe geleid dat het winkellandschap drastisch veranderd. Met name de economische, technologische en demografische ontwikkelingen leiden ertoe dat we anders winkelen, waardoor de winkelleegstand toeneemt. Deze winkelleegstand is met name zichtbaar in de aanloopstraat en ook in Oldenzaal. Een groep ondernemers heeft bij de gemeente Oldenzaal aangeklopt om samen op zoek te gaan naar een nieuwe toekomst voor de Deurningerstraat. In dit onderzoek wordt gekeken welke maatregelen de actoren kunnen nemen bij het transformeren van de aanloopstraat waarbij er wordt gezocht naar een nieuwe toekomst voor de aanloopstraat. Daarbij stond de volgende probleemstelling centraal: *“Welke maatregelen kunnen de betrokken actoren nemen bij het transformeren van een aanloopstraat gericht op de bestrijding van leegstand?”*

Om deze probleemstelling te kunnen beantwoorden is een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Daarbij is er gebruik gemaakt van deskresearch, (half-gestructureerde) interviews met medewerkers van de referentiegemeenten (Zutphen en Enschede) die ervaring hebben opgedaan met het transformeren van een aanloopstraat en een groepsdiscussie met de actoren uit de Deurningerstraat. Op basis van de verkregen informatie van het deskresearch, de interviews en de groepsdiscussie zijn de resultaten en conclusies beschreven.

De aanloopstraat vormt de entree naar het kernwinkelgebied en kenmerkt zich door een hoge diversiteit aan functies, namelijk horeca, detailhandel en dienstverlening. Wonen is in mindere mate aanwezig. Echter is gebleken dat de aanloopstraten niet goed meer functioneren. Een onaantrekkelijke aanloopstraat leidt tot minder passanten, minder omzet voor de ondernemers met als gevolg meer faillissementen en een toename van leegstand. Aangezien de behoefte aan fysieke winkels afneemt is het van belang dat de aanloopstraat van kleur verschiet. Daarbij is het belangrijk dat de aanloopstraat zich onderscheidt van andere straten in de binnenstad.

De aanwezigheid van vele partijen en belangen maken de ontwikkeling van het winkelgebied een complexe opgave. Echter worden de gemeente, de vastgoedeigenaar en de ondernemers het hardst geraakt door de problematiek in de aanloopstraat. Het transformeren van de aanloopstraat is een gezamenlijke opgave voor deze actoren waarbij zij allen over een pakket aan maatregelen beschikken die zij kunnen toepassen om de straat te transformeren. Op basis van de literatuur en interviews kan worden aangegeven dat de maatregelen gericht moeten worden op het pand, de onderneming en de omgeving. Het is belangrijk dat de gemeente stimuleert en faciliteert door als smeerolie in het proces te fungeren. De verantwoordelijkheid voor de transformatie moet bij de vastgoedeigenaren en ondernemers liggen waarbij de vastgoedeigenaar investeert in het pand en de (toekomstige) huurder stimuleert en faciliteert. De ondernemer moet zich inzetten voor de uitstraling van de straat en het creëren van een eigen identiteit voor de straat.

De belangrijkste conclusies uit het onderzoek zijn dat de Deurningerstraat getransformeerd moet worden waarbij de Deurningerstraat een brede mix aan functies kent (winkels, horeca, dienstverlening en wonen). De straat wordt opgesplitst volgens het ‘Surprise & Shop’ en het ‘Service & Shop’ principe waarbij de consument verrassing, beleving en reuring kan vinden. De eigen inwoner van Oldenzaal kan extra service en klantvriendelijkheid terugvinden in de Deurningerstraat. Om deze transformatie mogelijk te maken is het belangrijk dat de gemeente stimuleert en faciliteert door middel van flexibele wet- en regelgeving, het verstrekken van stimuleringsbijdragen en de aanpak van de openbare ruimte. De vastgoedeigenaar zal moeten investeren in de uitstraling en verhuurbaarheid van het pand en de ondernemer moet zich inzetten voor de uitstraling en de identiteit van de straat. Tevens kan het aanstellen van een (winkel)straatmanager ervoor zorgen dat de verantwoordelijkheid bij de overige partijen ligt.

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1. Inleiding	7
1.1 Situatieschets	7
1.2 Doelstelling	9
1.3 Probleemstelling.....	10
1.4 Begripsafbakening	10
1.5 Leeswijzer	10
Hoofdstuk 2. Onderzoeksmethodiek	12
2.1 Onderzoeksvragen	12
2.2 Aanpak onderzoek	12
2.3 Methodiek.....	13
2.4 Operationele uitvoering onderzoek.....	14
Hoofdstuk 3. Wat is een aanloopstraat?	17
3.1 Functie aanloopstraat	17
3.2 Functioneren aanloopstraten	18
3.3 Beïnvloedende factoren functioneren aanloopstraat	20
3.4 Toekomst aanloopstraten.....	23
3.5 Conclusie.....	24
Hoofdstuk 4. Actoren aanloopstraat.....	25
4.1 Actoren centrumgebied	25
4.2 Actorenanalyse.....	29
4.3 Actoren Deurningerstraat Oldenzaal	31
4.4 Conclusie.....	32
Hoofdstuk 5. Maatregelen transformatie aanloopstraat	33
5.1 Centrummanagement, BIZ & winkelstraatmanagement.....	33
5.2 Instrumentariumpakket actoren	36
5.3 Rol actoren geleidelijke transformatie.....	38
5.4 Conclusie.....	39
Hoofdstuk 6. Referentiegemeenten	41
6.1 Gemeente Zutphen.....	41
6.2 Gemeente Enschede	43
6.2.1 Transformatie Stadsgravenstraat.....	44
6.2.2 Transformatie De Heume.....	45
6.3 Zutphen en Enschede als leermeester	46
6.4 Conclusie.....	47

Hoofdstuk 7. Toekomst Deurningerstraat	49
7.1 Ambities gemeente Oldenzaal	49
7.2 Actieplan De Nieuwe Winkelstraat Oldenzaal	50
7.3 Ambities werkgroep Deurningerstraat.....	51
7.4 Nieuwe toekomst Deurningerstraat.....	52
7.5 Conclusie.....	53
Hoofdstuk 8. Conclusies en aanbevelingen	54
8.1 Conclusies.....	54
8.2 Aanbevelingen.....	56
Hoofdstuk 9. Reflectie	59
9.1 Betrouwbaarheid en validiteit.....	59
9.2 Onderzoeksresultaten.....	60
9.3 Beperkingen onderzoek.....	60
Bibliografie	62
Bijlage 1. ontwikkeling winkelgebied binnensteden Nederland	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Bijlage 2. Lijst met uitgewerkte maatregelen	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Bijlage 3. Interviews	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Bijlage 4. Verslagen bijeenkomst werkgroep Deurningerstraat.....	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Bijlage 5. Trefwoordenlijst	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
Bijlage 6. Minisamenvatting	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.

Hoofdstuk 1. Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de situatieschets, doelstelling, probleemstelling en de leeswijzer.

1.1 Situatieschets

Elke gemeente heeft belang bij een aantrekkelijke binnenstad die aansluit bij de identiteit van de stad. Winkels en centrumgebieden vormen daarbij een belangrijke rol in ons leven. Ze fungeren als dagelijkse voorziening, als werk- en ontmoetingsplek en als kloppend hart van de dorpen en steden. De winkellocaties worden ingedeeld in A-, B- en C-locaties. Deze indeling wordt ook wel de standplaatskwaliteit genoemd. Het uitgangspunt van de standplaatskwaliteit is om de omliggende straten af te zetten tegen het drukstbezochte winkelgebied (A1-locatie) (Bolt, 2003). Daarbij is het aantal passanten het belangrijkste criterium. De standplaatskwaliteit kent de volgende locaties:

- A1-locatie: Het drukste punt in het kernwinkelgebied. Gedomineerd door landelijke filialen, enkele publiekstrekkingen, nagenoeg geen leegstand.
- A2-locatie: Beschikt over circa 50%-70% van het aantal passanten van een A1-locatie waarbij regionale partijen meer aanwezig zijn dan landelijke filialen.
- B1-Locatie: Beschikt over 25%-50% van het aantal passanten van een A1-locatie en kenmerkt zich door met name lokale detaillisten en soms een beperkte autobereikbaarheid
- B2-locatie: Beschikt over circa 10%-25% van het aantal passanten van een A1-locatie. Naast lokale detaillisten is hier ook dag horeca gevestigd.
- C-Locatie: Een typische aanloopstraat waar partijen zijn gevestigd met specifieke assortimenten (speciaalzaken).

De aanloopstraten, vaak aangeduid als B- of C-locaties, vervullen een belangrijke functie voor het centrumgebied. De aanwezigheid van speciaalzaken en horecabedrijven geven een bijzondere kleur aan het karakter van de stad. De lagere huurprijzen in de aanloopstraten maken de straten geschikt voor startende ondernemers en nieuwe winkelformules. Daarnaast doen de aanloopstraten dienst als toegangspoort tot de historische binnenstad (Raven & Rindertsma, 2012). Deze straten vormen de verbinding met het kernwinkelgebied. De aanloopstraten typeren zich door kleinschalige (winkel)panden en een hoge mate van functiemenging van detailhandel, horeca, ambacht en dienstverlening. De woonfunctie komt in aanloopstraten in mindere mate voor.

Verschillende ontwikkelingen hebben ervoor gezorgd dat de behoefte aan fysieke winkels afneemt. Een oorzaak voor de afname van de behoefte aan fysieke winkels is de digitalisering van de samenleving. Men is tegenwoordig in staat om vanuit huis aankopen te doen. Ondanks de afname van de behoefte aan fysieke winkels, kent Nederland een overaanbod aan winkels in de detailhandel. De schaalvergroting is lange tijd de drijvende kracht geweest in de detailhandel. Sinds 1968 is het aantal vierkante meter vloeroppervlakte gestegen van minder dan 50 vierkante meter naar 284 vierkante meter winkelvloeroppervlak in 2015 (CBS, PBL, & Wageningen UR, 2015).

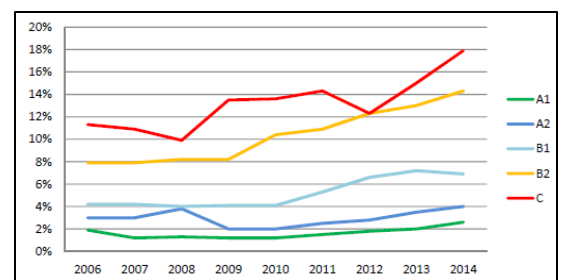
Daarnaast heeft de economische crisis de meeste impact gehad op de toename van winkelleegstand. De crisis heeft ertoe geleid dat het consumentenvertrouwen is gedaald naar een historisch dieptepunt. Klanten stelden aankopen uit en de winkelverkoop daalden (Loon, Bardoel, & Bergh, 2012).

Ook spelen demografische ontwikkelingen een rol bij de afname aan de behoefte aan fysieke winkels. De demografische transitie is een structurele factor voor de ontwikkeling van de winkelgebieden. De vergrijzing en de krimp hebben invloed op het winkelgebied, met name in het Noorden en Oosten van Nederland (Aarle, et al., 2014). Deze bovengenoemde ontwikkelingen leiden er toe dat we anders gaan winkelen waardoor de winkelgebieden veranderen. Winkelleegstand is daar een zichtbaar aspect van.

Waar de winkelleegstand op 1 januari 2014 nog 15.317 winkelpanden bedroeg, is dit aantal in 2015 toegenomen naar 16.775 winkelpanden. Dat percentage bedraagt nu 7,5% van het totaal aantal winkels in Nederland (Locatus, 2015). De oorzaken hiervoor kunnen gezocht worden in het veranderende koopgedrag van de consument. Hierdoor staat de functie van aanloopstraten in veel steden onder druk. De verwachting is dat door de afnemende vraag naar winkels de leegstand in aanloopstraten verder zal toenemen.

Een grote misvatting bij de winkelleegstand is dat men ervan uit gaat dat de verwachte economische groei de winkelleegstand vanzelf oplost. Deze misvatting zorgt voor veel terughoudendheid bij eigenaren. Een nieuwe aanpak is noodzakelijk. De leegstand heeft negatieve gevolgen voor de bestaande stedelijke gebieden. Sommige gebieden belanden in een neerwaartse spiraal van veroudering en verloedering. De aanpak van leegstand is een samenspel tussen de betrokken partijen op de vastgoedmarkt (Planbureau voor de Leefomgeving, 2013). De nadruk ligt daarbij op de samenwerking tussen de overheid, de ondernemer en de vastgoedeigenaar. De aandacht van de vastgoedeigenaar lijkt wel eens te ontbreken terwijl deze over de invulling van het pand gaat (Loon, Bardoel, & Bergh, 2012). Eigenaren zijn en blijven verantwoordelijk voor het oplossen van leegstand van hun vastgoed. De leegstand wordt pas een verantwoordelijkheid van de gemeente als leegstand een maatschappelijk probleem is en de leefbaarheid en de omgeving negatief aantast (VNG, 2011). Eén enkel leegstaand winkelpand dat goed onderhouden wordt is geen maatschappelijk probleem. Meerdere leegstaande winkelpanden in een straat zijn dat wel. Deze leiden tot minder passanten in de straat en daardoor bestaat de kans dat andere winkels ook in de gevarenzone komen (Planbureau voor de Leefomgeving, 2015).

De situatie van de winkelleegstand is het meest zorgelijk in de aanloopstraten. De leegstand is in aanloopstraten aanzienlijk hoger dan op andere locaties (Afbeelding 1). De leegstand op A-locaties zal zich grotendeels oplossen via marktwerking, terwijl de leegstand op B- en C-locaties meer structureel van aard is (Platform Binnenstadsmanagement, z.j.). Om de



Afbeelding 1: Leegstandsdynamiek naar standplaatskwaliteit (Platform Binnenstadsmanagement, z.j.)

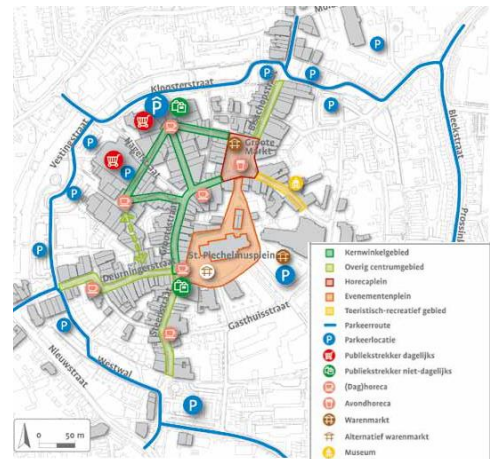
winkelleegstand tegen te gaan is het van belang dat aanloopstraten blijven investeren om hun attractiviteit te behouden, aangezien er wordt verwacht dat de vraag naar winkelpanden afneemt. Het toekomstperspectief van de aanloopstraat is afhankelijk van de lokale omstandigheden. Samenwerking is hierbij cruciaal. Het verhogen van de aantrekkelijkheid van een winkelgebied is een gezamenlijk belang van winkeliers en ondernemers, vastgoedeigenaren, financiers, gemeenten en makelaars. Een gezamenlijke aanpak is nu eenmaal effectiever dan losse deelinvesteringen per pand (Raven & Rindertsma, 2012). Volgens Nozeman et al. (2012) is het belangrijk dat binnensteden zich gaan onderscheiden om in trek te blijven bij consumenten. Er wordt gesteld dat tijdelijke winkels, pop-up stores en spannende combinaties van horeca en retail in de toekomst steeds meer voor het zo gewenste 'onderscheidend vermogen' zullen zorgen.

De gemeente Oldenzaal ervaart de laatste jaren een groeiende winkelleegstand. In de Detailhandelsvisie Oldenzaal (2013) wordt aangegeven dat er minder behoefte is aan fysieke winkels. Filialen met een groot oppervlak en/of veel vestigingen verdringen kleinschalige ondernemers. Veel winkelruimte komt vrij en wordt niet meer ingevuld. Leegstand neemt daardoor onvermijdelijk toe (Gemeente Oldenzaal, 2013a). Aan het eind van 2013 betreft het percentage leegstaande detailhandel panden in Oldenzaal 12,2% (Provincie Overijssel, 2013). Het leegstandspercentage van de totale winkelvloeroppervlakte (wvo) is in Oldenzaal gestegen vanaf 2008 van 7,7% van het totale wvo naar

8,2% in 2015. Gemiddeld gezien is het leegstandspercentage van Nederland in de periode 2008 tot 2015 gestegen van 5,5% naar 9,2% van het totale wvo (Locatus, 2015).

Zoals al is aangegeven is er minder behoefte aan fysieke winkels. De combinatie van de grote hoeveelheid winkelstraten en de afnemende behoefte aan fysieke winkelruimte, leiden tot veel (structurele) leegstand in de binnenstad van Oldenzaal. Er wordt gestreefd naar een compacter en overzichtelijk winkelgebied. De gemeente Oldenzaal legt de begrenzing van het winkelgebied bij de oude omwalling (parkeerring) tussen Steenstraat en Bisschopstraat. Aan de oostzijde vormen de pleinen Grote Markt en Plechelmusplein de begrenzing van het winkelgebied. Buiten dit gebied mogen de bestaande winkels blijven bestaan maar er worden geen nieuwe ontwikkelingen van winkels toegestaan buiten het winkelgebied (Gemeente Oldenzaal, 2013a).

De Deurningerstraat in Oldenzaal behoort niet meer tot het winkelgebied maar tot het centrumgebied. De gemeente Oldenzaal omschrijft het centrumgebied ook wel als aanloopzones, waar een meer bijzonder gespecialiseerd aanbod te vinden is. De gemeente Oldenzaal geeft in haar detailhandelsvisie (2013) aan dat de vraag naar dit type vestigingslocaties steeds verder af neemt, wat resulteert in leegstand in deze gebieden. Een aantal ondernemers uit de Deurningerstraat hebben zich verenigd om samen met de gemeente Oldenzaal op zoek te gaan naar een nieuwe toekomst voor de straat. De ondernemers vrezen voor negatieve ontwikkelingen van de straat door de verloederende en verouderende van de leegstaande winkelpanden en de daling van het aantal passanten. Een nieuwe toekomst voor de Deurningerstraat is een samenspel tussen de gemeente Oldenzaal, de ondernemers en de eigenaren van de leegstaande panden.



Afbeelding 2: Winkelgebied Oldenzaal, Gemeente Oldenzaal, 2013a

De gemeente Oldenzaal wil graag in gesprek en samenwerken met de ondernemers en eigenaren om de binnenstad vitaal en toekomstbestendig te houden. Het goed functioneren van de aanloopstraten (centrumgebieden) is daarbij essentieel. Een nieuwe manier van kijken naar de stad Oldenzaal is nodig om de bestaande kwaliteiten niet te verliezen en om op een actieve manier aan de stad te bouwen. De gemeente Oldenzaal wil samen bouwen aan de toekomst van Oldenzaal. Daarbij moet de blik naar buiten. De gemeente Oldenzaal geeft aan dat veel ontwikkelingen worden gedaan door te kijken naar hoe de buurgemeenten dit doen. Ze willen daarbij graag leren van de successen van de buurgemeenten. Daarnaast wil Oldenzaal minder sturen maar meer verleiden (Gemeente Oldenzaal, 2013b). De gemeente Oldenzaal wil samen met de betrokken actoren op zoek naar een nieuwe toekomst voor de stad.

1.2 Doelstelling

Het doel van de gemeente Oldenzaal is om samen met de ondernemers en eigenaren van leegstaande winkelpanden te komen tot een nieuwe toekomst voor de aanloopstraten (centrumgebieden), met in het bijzonder de Deurningerstraat. Het doel van dit onderzoek is om inzicht te verschaffen in de ruimtelijk-functionele, fysiek-ruimtelijke, economisch-organisatorische en juridisch-planologische maatregelen die de actoren kunnen toepassen bij het transformeren van een aanloopstraat. De rapportage moet dienen als 'gereedschapskist' van mogelijke maatregelen. Het betreft een verkennend onderzoek naar de mogelijkheden tot het transformeren van een aanloopstraat waarbij de rol van de actoren beschreven wordt en tevens een kansrijke transformatie voor de Deurningerstraat wordt aangeboden. Het eindrapport moet als basis dienen voor het gesprek tussen

de ondernemers, de eigenaren van de (leegstaande) panden en de gemeente Oldenzaal om samen te komen tot een nieuwe toekomst voor de aanloopstraat.

1.3 Probleemstelling

Uit de doelstelling volgt de volgende probleemstelling:

“Welke maatregelen kunnen de betrokken actoren nemen bij het transformeren van een aanloopstraat gericht op de bestrijding van leegstand?”

1.4 Begripsafbakening

In deze paragraaf worden de begrippen beschreven die van toepassing zijn op dit onderzoek.

Actoren

Onder actoren wordt in dit onderzoek verstaan: de gebruikers van het (winkel)pand (ondernemers), de gemeente en de vastgoedeigenaar.

Aanloopstraat

Een aanloopstraat is een straat die onderdeel uitmaakt van de (historische) binnenstad. De aanloopstraat dient als entree tot het kernwinkelgebied. De aanloopstraat behoort tot de B- en C-locaties (standplaatskwaliteit) en kenmerkt zich door een hoge diversiteit aan functies zoals detailhandel, horeca, en dienstverlening. De woonfunctie is in mindere mate aanwezig in de aanloopstraat.

Leegstand

Een pand die om verschillende redenen zijn oorspronkelijke functie verloren heeft. Hierbij kan onderscheid gemaakt worden tussen de volgende typen leegstand:

- Fictieleegstand: de leegstand duurt minder dan een jaar.
- Langdurige leegstand: de leegstand duurt tussen de één en drie jaar.
- Structurele leegstand: de leegstand duurt langer dan drie jaar.

Maatregelen

Een verzameling van mogelijke acties, subsidies en beleid die kunnen worden ingezet.

Transformatie

Een verandering van de functie.

1.5 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt de onderzoeksmethodiek van dit onderzoek beschreven. In dit hoofdstuk wordt duidelijk welke methoden gehanteerd zijn voor het verzamelen van de onderzoeksdata. In hoofdstuk 3 worden de eerste resultaten van het onderzoek gepresenteerd. In dit hoofdstuk wordt de aanloopstraat en de problematiek van de aanloopstraat beschreven. Hoofdstuk 4 geeft inzicht in de actoren die een rol kunnen spelen bij de transformatie van een aanloopstraat. Daarbij worden de belangen voor een goed functionerende aanloopstraat beschreven. Hoofdstuk 5 beschrijft de maatregelen die de actoren kunnen toepassen voor de transformatie van een aanloopstraat. Hoofdstuk 6 beschrijft het praktijkonderzoek bij de gemeenten Zutphen en Enschede. In dit hoofdstuk wordt de werkwijze van de transformatie van aanloopstraten van deze gemeenten beschreven. Hoofdstuk 7 beschrijft de ambities van de actoren uit de Deurningerstraat over deze straat. Op basis daarvan wordt een kansrijke transformatie voor de Deurningerstraat geschetst. In hoofdstuk 8 worden

de conclusies en aanbevelingen beschreven. Tot slot wordt er in hoofdstuk 9 gereflecteerd op het onderzoek aan de hand van een discussie

Hoofdstuk 2. Onderzoeksmethodiek

Om de probleemstelling en de verschillende onderzoeksvragen te kunnen beantwoorden is het van belang dat er een gedegen inventarisatie van het probleem wordt gemaakt. Dit gebeurt aan de hand van gerichte onderzoeksmethoden. In dit hoofdstuk worden de verschillende onderzoeksmethoden weergegeven.

2.1 Onderzoeksvragen

Voor de beantwoording van de probleemstelling zijn enkele onderzoeksvragen geformuleerd. De onderstaande onderzoeksvragen hebben geleid tot voldoende kennis en inzicht om de probleemstelling te kunnen beantwoorden. De probleemstelling van dit onderzoek luidt als volgt:

“Welke maatregelen kunnen de betrokken actoren nemen bij het transformeren van een aanloopstraat gericht op de bestrijding van leegstand?”

Om de probleemstelling te beantwoorden zijn er vijf onderzoeksvragen geformuleerd. Deze onderzoeksvragen zijn voornamelijk beantwoord door middel van literatuur, praktijkervaringen van professionals en de bijeenkomsten met de actoren uit de Deurningerstraat.

1. Wat is een aanloopstraat?

- 1.1 Wat is de functie van een aanloopstraat?
- 1.2 Hoe functioneren aanloopstraten op dit moment?
- 1.3 Welke factoren beïnvloeden het functioneren van een aanloopstraat?
- 1.4 Wat is de toekomst van een aanloopstraat en de Deurningerstraat?

2. Welke actoren spelen een rol bij de transformatie van een aanloopstraat?

- 2.1 Welke actoren zijn er in een aanloopstraat en wat is hun belang?
- 2.2 Welke actoren zijn er in de Deurningerstraat?

3. Welke maatregelen zijn er voor de betreffende actoren in de literatuur beschreven voor het verbeteren van een aanloopstraat?

- 3.1 Welke juridisch-planologische maatregelen zijn er in de literatuur beschreven?
- 3.2 Welke economisch-organisatorische maatregelen zijn er in de literatuur beschreven?
- 3.3 Welke ruimtelijk-functionele maatregelen zijn er in de literatuur beschreven?
- 3.4 Welke fysiek-ruimtelijke maatregelen zijn er in de literatuur beschreven?

4. Hoe gaan de geselecteerde gemeenten (Enschede en Zutphen) om met het transformeren van een aanloopstraat?

- 4.1 Welke transformaties van aanloopstraten zijn tot stand gekomen binnen de geselecteerde gemeenten?
- 4.2 Welke maatregelen zijn toegepast door de actoren?
- 4.3 Wat zijn de succes- en faalfactoren van de betreffende transformaties?

5. Welke transformatie biedt kansrijke perspectieven voor de Deurningerstraat?

- 5.1 Welke ambities hebben de betreffende actoren voor de transformatie van de Deurningerstraat?
- 5.2 Welke transformatie past binnen de gestelde ambities van de betreffende actoren?

2.2 Aanpak onderzoek

Gedurende het onderzoek is er gebruik gemaakt van drie methoden van onderzoek voor het beantwoorden van de probleemstelling en de onderzoeksvragen. De resultaten zijn niet behaald door middel van cijfermatige gegevens maar door middel van inzichten en theorieën omtrent

aanloopstraten en de betreffende actoren. Dit onderzoek heeft als doel om de gemeente Oldenzaal inzicht te verschaffen in de maatregelen die de actoren kunnen toepassen bij het transformeren van een aanloopstraat en tevens wordt er een kansrijke transformatie voor de Deurningerstraat aangeboden.

Het onderzoek is kwalitatief van aard. Er wordt gebruik gemaakt van theoretische dataverzameling (analyse van bestaande literatuur, beleidsdocumenten etc.), (half-gestructureerde) interviews met medewerkers van de referentiegemeenten en een groepsdiscussie met een aantal ondernemers en vastgoedeigenaren uit de Deurningerstraat.

2.3 Methodiek

Deze paragraaf beschrijft de gehanteerde methoden van onderzoek. Zoals al is beschreven wordt er gebruik gemaakt van deskresearch, (half-gestructureerde) interviews en een groepsdiscussie. Tevens wordt de betrouwbaarheid en validiteit van de gehanteerde onderzoeksmethoden beschreven.

Deskresearch

Deskresearch is een belangrijke methode voor het behalen van de onderzoeksdata. Bij alle onderzoeksvragen wordt er gebruik gemaakt van deskresearch. Wel verschilt het per onderzoeksvraag welke literatuur geanalyseerd wordt. Om te bepalen of de geanalyseerde literatuur in de praktijk is toegepast, zal er een toetsing plaatsvinden aan de praktijk. Deze toetsing heeft betrekking op succesvolle transformaties bij de geselecteerde gemeenten (referentiegemeenten).

Het deskresearch is een belangrijke methode voor het verkrijgen van onderzoeksdata. Het dient als wetenschappelijke basis voor het onderzoek. Om de betrouwbaarheid van de literatuur te waarborgen is het belangrijk om te weten waarom een publicatie geschreven is. Om het onderzoek op een wetenschappelijke basis te laten berusten, is er zoveel mogelijk getracht om de antwoorden op de onderzoeksvragen met meerdere gerespecteerde bronnen te onderbouwen. Onder gerespecteerde bronnen worden in ieder geval onderzoekers van kennisinstututen/kennisplatforms (zoals Platform31, Planbureau voor de Leefomgeving, Nederlandse Raad van Winkelcentra, etc.), onderzoekers van kennisinstellingen (hogescholen, universiteiten) en onderzoekers/adviseurs van non- profit en profit organisaties (zoals overheden en adviesbureaus etc.). Tevens is er getracht om zo veel mogelijk recent opgestelde documenten te raadplegen. Met het oog op de economische crisis, die van grote invloed is geweest op de winkelleegstand, worden documenten na 2008 als recent aangeduid. Het deskresearch moet zorgen voor voldoende betrouwbare en wetenschappelijke bronnen die het onderzoek ondersteunen. In de tekst wordt naar de auteur(s) verwezen en de bronnen zijn in de literatuurlijst opgenomen.

Interview

“Een interview is een vraaggesprek waarin de beleving van de geïnterviewde(n) vooropstaat. Het heeft tot doel informatie te verzamelen over een bepaald onderwerp” (Verhoeven, 2011). Dit onderzoek maakt gebruik van half-gestructureerde interviews. Er is gebruik gemaakt van een eenduidige onderwerpen- en vragenlijst. Begrippen die op een andere manier geïnterpreteerd kunnen worden, worden duidelijk omschreven wat er mee bedoeld wordt. Daarnaast was er ruimte voor de eigen inbreng van de respondent. De interviews werden mondeling afgenomen. Om misverstanden te voorkomen zijn de interviews opgenomen en schriftelijk verwerkt. De schriftelijke verwerking is ter controle opgestuurd naar de respondent om misverstanden en onduidelijkheden te voorkomen.

Voor de analyse van de interviews is er gebruik gemaakt van het thematisch coderen. Bij thematisch coderen worden uitspraken van de respondent ingedeeld naar soort en type, zodat alle antwoorden

van de verschillende respondenten met elkaar vergeleken kunnen worden. Er is uitgegaan van het deductief coderen. Op basis van de theorie werd er op zoek gegaan naar bepaalde woorden en uitspraken. De codering van het interview is in de bijlage opgenomen (bijlage 3.3). Om de verkregen informatie van de interviews te ordenen is er gebruik gemaakt van een tabel. De tabel bevat zowel het volledige antwoord als een concluderend antwoord. Door de antwoorden te concluderen zijn de belangrijkste resultaten snel en overzichtelijk leesbaar.

Groepsdiscussie

Een groepsdiscussie maakt het relatief eenvoudig om diepgaande informatie over een bepaald onderwerp te verkrijgen. De groepsdiscussie wordt gebruikt om een koppeling te maken met de lokale situatie en op basis van de gedeelde belangen van de aanwezige actoren een kansrijk perspectief voor de Deurningerstraat te schetsen. Door middel van de groepsdiscussie zijn de achterliggende motivaties en beweegredenen achterhaald.

Een groepsdiscussie bestaat uit 6 tot 10 personen, een deskundige en een gespreksleider. Binnen de groep wordt er een onderwerp uitgezet om de betrokkenen te laten discussiëren. De gespreksleider en deskundige moeten ervoor zorgen dat alle onderwerpen voorbij komen die op de gesprekspuntenlijst staan. (Business Talent Network, 2015)

Tijdens de inspiratieavond hebben tien personen zich aangemeld om mee te denken in de werkgroep Deurningerstraat (groepsdiscussie). Tijdens deze groepsdiscussie waren er van de tien aangemelde personen maar zeven personen aanwezig waaronder vier ondernemers en drie vastgoedeigenaren. Daarnaast waren de verantwoordelijke wethouder en een deskundige van de gemeente Oldenzaal aanwezig. De groepsdiscussie werd geleid door wethouder Renkema van de gemeente Oldenzaal. De groepsdiscussie is op dinsdag 19 april 2016 gehouden. Het doel van de avond is om via een informele setting te komen tot een soort van visie voor de Deurningerstraat. Daarbij wordt ingegaan op de drie thema's bestrijding leegstand, ruimtelijke kwaliteit en verkeer en parkeren.

Om betrouwbare resultaten te presenteren zijn er twee verslagen gemaakt van de groepsdiscussie. Eén door de onderzoeker en één door een communicatiemedewerker van de gemeente Oldenzaal. Deze verslagen zijn ter controle opgestuurd naar de respondenten om misverstanden te voorkomen. Beide verslagen zijn met elkaar vergeleken om grote verschillen uit te sluiten.

Bij het opstellen van een kansrijk perspectief voor de Deurningerstraat is er gekozen voor deze methode en *niet* voor het afnemen van interviews met de ondernemers en de vastgoedeigenaren. Tijdens het onderzoek is gebleken dat de actoren in het gedeelde belang moeten handelen en niet vanuit het individuele belang. Het overleg met de opdrachtgever heeft uitgewezen dat de groepsdiscussie als waardevol werd gezien, omdat de interactie tussen de respondenten leidde tot gedeelde belangen en ambities. Deze zijn waardevol in het aanreiken van een kansrijk perspectief voor de Deurningerstraat.

2.4 Operationele uitvoering onderzoek

Nu de gehanteerde methoden van onderzoek beschreven zijn is het belangrijk om te zien hoe dit in de praktijk is uitgevoerd. Deze paragraaf beschrijft de uitvoering van de onderzoeksvragen.

1. Wat is een aanloopstraat?

Voor het beantwoorden van onderzoeksvraag één is gebruik gemaakt van deskresearch en verkregen informatie uit de groepsdiscussie. Aan de hand van bestaande literatuur is beschreven wat de functie van een aanloopstraat is, hoe de aanloopstraten functioneren, welke factoren invloed hebben op het functioneren van een aanloopstraat en wat de toekomst van de aanloopstraat is. Voor de beschrijving

van het functioneren van de Deurningerstraat is ook informatie van de respondenten van de groepsdiscussie gebruikt. Bij het gebruik van de literatuur is er getracht om zo veel mogelijk aan de voorwaarden, zoals ze in paragraaf 2.3 zijn beschreven, te voldoen en zijn er meerdere bronnen gebruikt voor de beantwoording van deze onderzoeksvraag. Het is moeilijk om aan te geven welke bronnen de belangrijkste waren aangezien er veel bronnen gebruikt zijn. Wel zijn een groot deel van de bronnen afkomstig van kennisinstituten als het Planbureau voor de Leefomgeving en Platform31. Daarnaast hebben de respondenten tijdens de bijeenkomst van de 'werkgroep Deurningerstraat' belangrijke informatie over het functioneren van de straat in de huidige situatie gegeven.

2. Welke actoren spelen een belangrijke rol bij de transformatie van een aanloopstraat?

Voor de beantwoording van deze onderzoeksvraag is gebruik gemaakt van deskresearch. Het deskresearch heeft inzicht gegeven in de actoren die een belangrijke rol spelen bij de ontwikkeling van winkelgebieden in Nederland. Daarin zijn tevens de belangen van de actoren beschreven bij een goed functionerend winkelgebied, dan wel aanloopstraat. Daarna is er door middel van het opstellen van een belangenmatrix op zoek gegaan naar gedeelde belangen. Het belangrijkste document wat gebruikt is, is het rapport 'winkelgebied van de toekomst' afkomstig van auteurs van Platform31. Daarnaast heeft het boek 'Het Nederlandse winkellandschap in transitie' extra verdiepende informatie verschaft over de positie van de actoren. De overige bronnen hebben het verhaal ondersteund. Om de actoren uit de literatuur te toetsen aan de praktijk, is er gebruik gemaakt van de interviews met de gemeenten Zutphen (2) en Enschede (1). Daaruit blijkt dat de literatuur overeenkomt met de praktijk waardoor de betrouwbaarheid van de resultaten vergroot is.

3. Welke maatregelen zijn er voor de betreffende actoren in de literatuur beschreven voor het verbeteren van een aanloopstraat?

Voor de beantwoording van onderzoeksvraag drie is gebruik gemaakt van deskresearch. Tijdens het deskresearch is achterhaald welke maatregelen de actoren kunnen toepassen ter verbetering van een aanloopstraat. Daarbij zijn de maatregelen tevens onderverdeeld in uitvoerende en ondersteunende maatregelen. De belangrijkste bronnen voor de beantwoording van deze onderzoeksvraag zijn: 'Toekomst van aanloopstraten' (2011) in opdracht van platform Binnenstadsmanagement en 'Aanpak kwaliteitsverbetering aanloopstraten Maastricht' (2012) van BRO. Daarnaast is er gebruik gemaakt van meerdere bronnen om de resultaten te ondersteunen en de betrouwbaarheid te vergroten. Om deze resultaten te toetsen aan de praktijk, is er gebruik gemaakt van de interviews met de gemeenten Zutphen en Enschede. Daaruit blijkt dat de maatregelen uit de literatuur overeenkomen met de praktijk.

4. Hoe gaan de geselecteerde gemeenten (Enschede en Zutphen) om met het transformeren van een aanloopstraat?

Deze onderzoeksvraag is beantwoord door middel van deskresearch en het afnemen van (half-gestructureerde) interviews met medewerkers van de gemeenten Enschede en Zutphen die ervaring hebben opgedaan met en betrokken zijn geweest bij het transformeren van een aanloopstraat. De gemeente Zutphen is als referentiegemeente geselecteerd omdat uit een rapport van Platform Binnenstadsmanagement is gebleken dat zij een succesvolle transformatie hebben uitgevoerd. Tevens wordt Zutphen van oudsher omschreven als een Hanzestad wat overeenkomt met Oldenzaal, wat ook als Hanzestad wordt aangemerkt en daarnaast over veel historische gebouwen beschikken. Aangezien de gemeente Oldenzaal in haar structuurvisie heeft aangegeven graag van haar buurgemeenten (Hengelo en Enschede) te leren en de opdrachtgever de voorkeur heeft uitgesproken om van de werkwijze van Enschede te leren, is Enschede geselecteerd als referentiegemeente. Het is gebleken dat zij een succesvolle transformatie van een aanloopstraat hebben uitgevoerd waardoor zij als leermeester voor Oldenzaal kunnen dienen.

Deze onderzoeksvraag dient tevens als toetsing van de literatuur aan de praktijk om te achterhalen of de actoren en de maatregelen zoals die in de voorgaande onderzoeksvragen zijn beschreven overeenkomen. Deze onderzoeksvraag heeft inzicht gegeven in de werkwijze van de geselecteerde gemeenten omtrent de transformatie van een aanloopstraat, wat de succes- en faalfactoren van het proces zijn en welke aanbevelingen zij op basis van de opgedane ervaring aan de gemeente Oldenzaal willen meegeven. Deze onderzoeksvraag is door middel van literatuur beantwoord waarbij er met name gebruik is gemaakt van de 'Economische visie Laarstraat', inspiratieboek 'Back to the future 2.0, Stadsgravenstraat' en het inspiratieboek 'De Heurne 2.0, eerste duurzaamheidsstraat Twente'. Daarnaast zijn er zoals al is aangegeven interviews afgenomen bij de gemeenten Zutphen (2) en Enschede (1) om verdiepende informatie te achterhalen. Deze aanpak heeft geleid tot waardevolle informatie voor de gemeente Oldenzaal.

5. Welke transformatie biedt kansrijke perspectieven voor de Deurningerstraat?

Deze onderzoeksvraag is beantwoord door middel van deskresearch en de groepsdiscussie. Het deskresearch heeft inzicht gegeven in de ambities van de gemeente Oldenzaal en de ambities van het stichting ondernemersfonds Oldenzaal. Hoewel de stichting ondernemersfonds geen belanghebbende is voor de Deurningerstraat, vertegenwoordigd zij wel de ondernemers uit Oldenzaal en wordt haar visie voor de binnenstad van Oldenzaal serieus genomen. Om de wensen en ambities van de actoren uit de Deurningerstraat (ondernemers en vastgoedeigenaren) in beeld te brengen, is er gekozen voor de resultaten van de bijeenkomst van de 'werkgroep Deurningerstraat'. Tijdens deze bijeenkomst werd er gezamenlijk nagedacht over een visie voor de Deurningerstraat waarbij het er om ging dat de gedeelde belangen behartigd werden. Deze informatie heeft ertoe geleid dat er een kansrijk perspectief voor de Deurningerstraat is opgesteld. De belangrijkste bronnen voor de beantwoording van deze onderzoeksvraag zijn: 'Masterplan Binnenstad' (gemeente Oldenzaal), Detailhandelsvisie Oldenzaal, Actieplan De Nieuwe Winkelstraat Oldenzaal (DNWS) en de resultaten van de 'werkgroep Deurningerstraat'. De ambities van de actoren zijn geanalyseerd waarna er op basis van gedeelde belangen een kansrijk perspectief is aangeboden.

Hoofdstuk 3. Wat is een aanloopstraat?

Voor veel gemeenten hebben de centrumgebieden een belangrijke functie in economische en sociale zin. In veel centrumgebieden van (grote) steden zijn het winkelen, horeca en andere vrijetijdsbestedingen de belangrijkste functie geworden. In de aanloopstraten fungeren kleinere winkelstraten als ontmoetingsplaatsen die voor de leefbaarheid een belangrijke rol spelen. Daarnaast hebben winkelgebieden voor de direct belanghebbenden nog een andere belangrijke functie: het genereren van omzet en huurinkomsten, het creëert werkgelegenheid en het is een visitekaartje voor toeristen en bedrijven van buiten de stad (Aarle, et al., 2014).

Door de huidige trends en ontwikkelingen zijn de winkelgebieden onderhevig aan grote veranderingen. De behoefte aan fysieke winkels neemt af. Winkelgebieden zijn er in verschillende soorten en maten: historische stads- en dorpsharten, overdekte winkelcentra, winkelboulevards, grootschalige en perifere detailhandelsvestigingen, outletcentra, wijkwinkelstraten en aanloopstraten. De gebieden verschillen van elkaar in omvang, het winkelaanbod, de functie en het krachtenveld (Aarle, et al., 2014). De volledige uitwerking van de ontwikkeling van winkelgebieden in binnensteden van Nederland is in de bijlage opgenomen (Bijlage 1). Dit hoofdstuk geeft antwoord op de onderzoeksvraag 'wat is een aanloopstraat' en beschrijft de aanloopstraat, het functioneren ervan, de factoren die het functioneren van een aanloopstraat beïnvloeden en de toekomst voor de aanloopstraten.

3.1 Functie aanloopstraat

De huidige economische, technologische en demografische ontwikkelingen hebben ertoe geleid dat de behoefte aan fysieke winkels afneemt wat op den duur kan resulteren in winkelleegstand. Zoals in hoofdstuk een al is gebleken is deze situatie het meest zorgelijk in de zogenoemde aanloopstraten (paragraaf 1.1). Echter wordt de term 'aanloopstraat' in veel onderzoeken en publicaties benoemd, en duidt de term 'aanloopstraat' vaak op de toegang naar het (historisch) centrum van de stad. Toch bestaat er geen eenduidige definitie van een aanloopstraat.

Winkelstraatmanager Nel de Jager geeft tijdens de themabijeenkomst "de toekomst van aanloopstraten: Meet the Streets!" (2009) aan dat aanloopstraten zich kenmerken door een mix aan winkel-, woon- en werkfuncties waarbij de winkelfunctie de dominerende functie is. Winkels in aanloopstraten worden veelal doelgericht bezocht, er is weinig sprake van combinatiebezoek (met horecavoorzieningen etc.). Routing is een belangrijk element voor het succes van een aanloopstraat. In het rapport 'Aanloopstraten in beeld' (2012) wordt het begrip aanloopstraat omschreven als: een B- of C-locatie in kernwinkelgebieden waarvan de volgende kenmerken van toepassing zijn:

- Sterke functiemenging van winkels, dienstverlening en horeca;
 - Mix van speciaalzaken;
 - Relatief meer midden- en kleinbedrijven minder winkelketens;
 - Nadruk op recreatief winkelen en doelgericht aankopen doen;
 - Vaak ligging nabij bronpunten, zoals parkeergarages en stations;
 - Broedplaatsfunctie voor nieuwe formules en startende ondernemers;
 - Goede autobereikbaarheid met parkeermogelijkheden voor de deur of in de directe omgeving;
 - Versnipperd vastgoedeigendom;
 - Huurniveau lager dan op A-locaties.
- (Raven & Rindertsma, 2012)

Husslage (2002) definieert de aanloopstraten als de verbinding tussen een bronpunt van verkeer en het kernwinkelapparaat. Deze straten dienen als aanlooproute naar A-locaties in een binnenstad,

vanaf parkeerplaatsen voor auto's of fietsen en stopplekken voor het openbaar vervoer. Er is vaak een mix van doelgerichte en recreatief bezochte winkels. Kenmerk van aanloopstraten is dat het eigendom is versnipperd over een groot aantal actoren, variërend van institutionele beleggers tot stichtingen en erfgenamen (Linders & Aarle, 2012). Zoals al is gebleken worden de secundaire winkelgebieden (B- en C-locaties) door grootschalige detailhandel bedreigd. In het rapport 'The role and vitality of secondary shopping - a new direction' (2004) wordt het volgende geschreven over de aanloopstraat (secondary shopping area):

Our research has shown that secondary shopping areas have a much wider diversity of retailing and services than the prime areas, and therefore a vital part of the retail offer of a town. No town centre would be complete without secondary shopping. (NRPF, 2004)

Aanloopstraten beschikken over een grotere diversiteit aan detailhandel en diensten dan het kernwinkelgebied. De aanloopstraten spelen een belangrijke rol in de vitaliteit van de binnenstad. Het onderzoek maakt gebruik van de termen *prime shopping* en *secondary shopping* om onderscheid te maken in het kernwinkelgebied en de aanloopstraat. In *the prime areas* zijn het aanbod van winkels, de loopstromen (aantal voetgangers) en de huren het hoogst. *The secondary areas* kenmerken zich door kleine zelfstandige bedrijven (speciaalzaken), lage loopstromen en lagere huren van de winkelpanden. Grote retail ontwikkelingen aan de rand van de stad kunnen grote effecten hebben op de aanloopstraten, zoals het verplaatsen van het zwaartepunt van het centrum. Hierdoor komen aanloopstraten nog meer afgelegen te liggen (NRPF, 2004).

Er kan gezegd worden dat aanloopstraten een belangrijke functie vervullen voor het kernwinkelgebied. De aanwezigheid van speciaalzaken en horecagelegenheden geven een bijzondere kleur aan het karakter van een stad. Bezoekers van een winkelgebied zien de aanloopstraten bij binnenkomst als eerst. Daardoor dienen de aanloopstraten als toegangspoort tot de binnenstad. De aanloopstraat kan daarom beschreven worden als *een straat die onderdeel uitmaakt van het (historische) centrum. De aanloopstraten maken geen deel uit van het kernwinkelgebied, maar vormen wel de entree naar het kernwinkelgebied. De aanloopstraat behoort tot de B- en C-locaties (standplaatskwaliteit) en kenmerkt zich door een hoge diversiteit aan functies zoals detailhandel, horeca, en dienstverlening. De woonfunctie is in mindere mate aanwezig in de aanloopstraat*.

3.2 Functioneren aanloopstraten

Het functioneren van de aanloopstraten, waarin ze als winkelstraat wordt gezien, verslechtert. Door de huidige economische, technologische en demografische ontwikkelingen verliezen winkelpanden hun invulling en komen leeg te staan. Leegstand, en als gevolg daarvan verloedering, komt met name voor in de zogenoemde secundaire en tertiaire winkelgebieden (B- en C-locaties) in de binnensteden (aanloopstraten). Evers, Kooijman & Van der Krabben (2012) geven hier verschillende redenen voor. Ten eerste lenen deze gebieden zich in mindere mate voor het recreatieve winkelen (fun shopping), terwijl winkelen steeds meer een recreatieve functie heeft. Ten tweede sluiten de winkeleenheden niet meer aan bij de wensen en behoeften van de klanten; zij willen steeds grotere winkels. De toenemende winkelleegstand heeft ervoor gezorgd dat de functie van de aanloopstraten in veel steden onder druk staat. Afbeelding 1 in de inleiding (paragraaf 1.1) laat zien dat de situatie omtrent de winkelleegstand het meest zorgelijk is in de aanloopstraten. De leegstand is in de aanloopstraten (B- en C-locaties) aanzienlijk hoger dan in de A-locaties. Daarbij wordt aangegeven dat de leegstand op A-locaties zich grotendeels zal oplossen via marktwerking, terwijl de leegstand in de B- en C-locaties meer structureel van aard is (Platform Binnenstadsmanagement, z.j.). De leegstand heeft negatieve gevolgen voor de directe omgeving. Sommige gebieden belanden in een neerwaartse spiraal van

verloedering en veroudering. De leegstand leidt tot minder passanten en daardoor bestaat de kans dat andere winkels ook in de gevarenzone komen (Planbureau voor de Leefomgeving, 2015 a).

Steeds meer gemeenten kiezen voor een compactere binnenstad als gevolg van de dalende winkelverkoop in de binnensteden. In de meeste binnenstadsplannen en detailhandelsvisies zijn de optimistische plannen voor uitbreiding van voor de crisis verdwenen. Mede door de afnemende bezoekers aantallen en bestedingen is het noodzakelijk dat het kernwinkelgebied compacter wordt. Dit resulteert in leegstand aan de randen van het kernwinkelgebied, dus de aanloopstraten die onvoldoende aanhaken op de passantenstromen (Beek, 2015).

De oorzaken van de toenemende leegstand kunnen gezocht worden in de huidige economische, technologische en demografische ontwikkelingen. De financiële crisis heeft er toe geleid dat het consumentenvertrouwen is gedaald. Consumenten hebben aankopen uitgesteld wat heeft geleid tot een daling van de winkelverkoop. Dit heeft met name invloed op de niet-dagelijkse artikelen. Het Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 geeft aan dat de detailhandelsomzet in de dagelijkse sector de afgelopen vijf jaar is toegenomen. Voor de niet-dagelijkse sector geldt het omgekeerde. Deze sector heeft de afgelopen vijf jaar minder omzet gedraaid (I&O Research, 2015). Daarnaast hebben de technologische ontwikkelingen omtrent het internetwinkelen ook invloed op fysieke winkels. De financiële crisis, de opkomst van internet en de demografische ontwikkelingen hebben gezorgd voor een lagere passantenstroom, minder winkelbestedingen en een toenemende winkelleegstand (NRW, 2010).

Er kan worden aangegeven dat een aantal indicatoren inzicht geven in het functioneren van een aanloopstraat. Zoals hierboven is beschreven hebben verschillende ontwikkelingen geleid tot leegstand, minder winkelbestedingen en een toenemende winkelleegstand. De indicatoren die inzicht geven in het functioneren van de aanloopstraat zijn dan ook de leegstand, de omzet van de ondernemer en de passantenstroom. Deze indicatoren worden bevestigd door het onderzoek van Bressers (2011) en zij voegt er nog een indicator aan toe: het huurprijsniveau. Deze indicatoren worden hieronder beschreven. Tevens wordt het functioneren van de Deurningerstraat aan de hand van deze indicatoren weergegeven.

Leegstand

Leegstand is een belangrijke indicator voor het functioneren van een aanloopstraat. Leegstand heeft negatieve gevolgen voor de omgeving waardoor deze in een neerwaartse spiraal van verloedering en veroudering komt. Daarnaast kan leegstand voor een daling van de passanten zorgen wat invloed heeft op de omzet van de ondernemer. De deurningerstraat in Oldenzaal heeft al geruime tijd te maken met een forse leegstand. Een eigen telling op basis van de gemeentelijke basisadministratie en feitelijke constatering in de straat laat zien dat 29% van het totaal aantal panden in de Deurningerstraat leegstaat (telling gehouden op woensdag 9 maart). Deze leegstand kan resulteren in verloedering en veroudering van de panden indien de eigenaar er geen aandacht aan besteed. Voor een aantal panden is dit het geval en een aantal ondernemers uit de straat hebben zich verenigd om samen met de gemeente Oldenzaal op zoek te gaan naar een nieuwe toekomst voor de straat.

Omzet

De omzet die door winkels in aanloopstraten behaald wordt geeft het economisch functioneren van de winkel en de aanloopstraat weer. Wanneer de omzetten van de winkels in een aanloopstraat dalen, worden ondernemers gedwongen om te stoppen. Dit resulteert in nieuwe leegstand wat op zijn beurt negatieve effecten heeft op de omgeving. De leegstand in de Deurningerstraat heeft gevolgen voor de omzet van de ondernemers. De ondernemers vrezen voor een daling van de omzet door de

verloedering en veroudering van de leegstaande panden (Christoffel, Schasfoort, Aaltink, & Jansink, 2015).

Huurprijsniveau

Het huurprijsniveau geeft een goede indicatie over het functioneren van een aanloopstraat. Straten met een lage huurprijsniveau worden vaak gekenmerkt door een hogere leegstand (B- en C-locaties). Wanneer een winkelstraat goed functioneert heeft dit invloed op het huurprijsniveau. Vraag en aanbod bepalen samen de huurprijs en daarmee tevens de verkoopwaarde van het pand. Een winkelstraat die goed functioneert is vanzelfsprekend aantrekkelijker dan een slecht functionerende winkelstraat. Dit verklaart de huurprijsverschillen tussen de A-locaties en de B- en C-locaties. Lange tijd waren de huurprijzen in de Deurningerstraat €115,- per vierkante meter per jaar. Echter hebben de vastgoedeigenaren naar aanleiding van de inspiratieavond Deurningerstraat (16 februari 2016) de huren verlaagd naar €80,- per vierkante meter per jaar. Een groot verschil ten opzichte van het kernwinkelgebied van Oldenzaal (Grootestraat, winkelcentrum de Driehoek en winkelcentrum de Vijfhoek). Hoewel de leegstand ook aanwezig is in de Grootestraat is de huur veel hoger dan de Deurningerstraat. Op Funda wordt een winkelpand van 185 m² aangeboden voor €1.975 per maand (jaarlijks €23,700) (Funda). Dat betekent dat de huurprijs €128 per vierkante meter per jaar bedraagt. In winkelcentrum de Driehoek wordt een winkelpand van 53 m² aangeboden voor €18.000 per jaar. Dat bedraagt een huurprijs van €339,62 per vierkante meter per jaar (Uniek bedrijfsmakelaars). Hoewel dit maar twee voorbeelden zijn kan het wel een beeld geven van de verschillen in de hoogte van de huurprijs.

Passantenintensiteit

De hoogte van het aantal passanten in een aanloopstraat is een belangrijke indicator voor het functioneren van de straat. De passanten worden gezien als potentiële klanten voor de ondernemer. Een hogere passantenintensiteit betekent een hogere standplaatskwaliteit en andersom. Bij het bepalen van de huur wordt er onder andere gekeken naar de passantenintensiteit in de straat. Ondernemers zijn dan ook bereid om meer huur te betalen op locaties met een hoge passantenstroom, omdat dit een hogere omzet kan betekenen.

Hoewel er geen concrete data is verkregen voor de passantenintensiteit kan worden aangegeven dat het aantal passanten in de Deurningerstraat is gedaald. De aanleiding voor dit onderzoek was het overleg met een aantal ondernemers die zich hebben verenigd om samen met de gemeente Oldenzaal op zoek te gaan naar een nieuwe toekomst voor de straat. De redenen die zij aangaven voor de zoektocht naar de nieuwe toekomst zijn de leegstand en de daling van het aantal passanten in de straat.

Op basis van deze gegevens kan geconcludeerd worden dat de Deurningerstraat niet voldoende functioneert. Het huurprijsniveau geeft een goede indicatie over het functioneren van een aanloopstraat. Straten met een laag huurprijsniveau worden vaak gekenmerkt door een hogere leegstand. De mate van leegstand in de Deurningerstraat bevestigt deze uitspraak. Daarnaast kan de daling van het aantal passanten leiden tot een daling van de omzet van de gevestigde ondernemers. Wanneer de resultaten van de Deurningerstraat worden vergeleken met de vicieuze cirkel van leegstand (paragraaf 3.3) kan geconcludeerd worden dat de straat op zoek moet naar een nieuwe toekomst om leegstand tegen te gaan.

3.3 Beïnvloedende factoren functioneren aanloopstraat

Tegenwoordig heeft winkelen steeds meer een recreatieve functie. Bij recreatief winkelen is het doel ontspanning en vermaak. Er worden veel verschillende winkels bezocht, waarvan vaak zonder een van

te voren vastgesteld koopdoel. Verrassing en entourage dragen bij aan het doen van (impuls)aankopen. Een onderscheidende ambiance (verrassing) en goede horeca dragen bij aan de verblijfsduur van de consument. Een bijzonder karakter (aanbod, ambiance) en lange verblijfsduur rechtvaardigen een grote inspanning om er te komen (reistijd, etc.) Bij dit type winkelen zijn vooral de smaakgevoelige assortimenten en grote diversiteit van belang. Dit type winkelgedrag vindt dan ook veel plaats in de (historische) binnensteden (Droogh Trommelen en Partners, 2010). Deze paragraaf beschrijft een aantal factoren die het functioneren van een aanloopstraat beïnvloeden.

Het functioneren van aanloopstraten wordt bepaald door de attractiviteit, de ruimtelijke dynamiek, ontwikkelingen op de retailmarkt en het type aanloopstraat. (...) De attractiviteit wordt bepaald door de locatie, de functiemix, het winkelaanbod en de ambiance. (...) Naarmate de aanloopstraat dichterbij het kernwinkelgebied en/of bronpunten ligt en geen fysieke, visuele of functionele barrières kent ten opzichte van het kernwinkelgebied en / of bronpunten, heeft de straat een beter perspectief. (Bressers, 2011)

Onderscheidend vermogen (aantrekkelijkheid)

Het economisch functioneren van winkelgebieden houdt veel overheden en ondernemers bezig. Ondernemers hebben steeds meer moeite om het hoofd boven water te houden. Uit een wat ouder onderzoek naar consumentengedrag (Dinteren & Tetteroo, 1990) komt naar voren dat consumenten zich bij de keuze van hun bestemmingen hoofdzakelijk laten leiden door de kwaliteit van het aanbod (assortiment, kwaliteit, service) en de ambiance (verblijfsklimaat, uitstraling, schoonheid, veiligheid). Het onderscheidend vermogen van de winkelcentra verdwijnt en de aantrekkingskracht van winkelgebieden verminderd (Schildkamp, 2013). Schildkamp (2013) vergelijkt het functioneren van een winkelgebied met het dashboard van een auto. De controlelampjes en meters in het instrumentenpaneel geven inzicht in het functioneren van de auto. De winkelgebieden werken op een soortgelijke wijze. Daarin staan de begrippen vitaliteit en weerbaarheid centraal:

- Vitaliteit gaat over de kenmerken waarop consumenten en ondernemers een winkelgebied beoordelen. Hierbij horen de vragen als: welke branches mist de bezoeker? Wat is de mate van leegstand? Hoe schoon, heel en veilig is het gebied? De ondernemer kijkt vooral naar het vestigingsklimaat. Hoeveel consumenten bezoeken het gebied? Hoe bereikbaar is het etc.
 - Weerbaarheid gaat over kenmerken die maken dat een gebied kan inspelen op veranderende situaties. Hierbij gaat het over kenmerken als de eigendomssituatie, de samenwerking tussen de ondernemers, eigenaren en de gemeente etc.
- (Schildkamp, 2013)

Door het 'dashboard' uit te werken worden de kwaliteiten, potenties, problemen en aandachtspunten voor de toekomst inzichtelijk. Het geeft het functioneren van de straat in een bepaalde mate weer. Het dashboard geeft vooral inzicht in de aantrekkelijkheid van de straat. Het gaat met name over fysieke en organisatorische aspecten.

Een attractieve aanloopstraat zal deels organisch ontstaan vanwege de ligging, de vestigingen die aanwezig zijn en de aantrekkelijkheid van het vastgoed. Het rapport 'Aanloopstraten in beeld' (2012) geeft een aantal kenmerken waarop het functioneren van een aanloopstraat beoordeeld kan worden. Daarbij gaat het om de volgende kenmerken:

- Omgeving: locatie en functie binnen het kernwinkelgebied;
- Retailaanbod en andere functies: retailaanbod en samenhang van functies;
- Vastgoed: huurprijzen, kwaliteit vastgoed en uniciteit retailaanbod;
- Ruimtelijke aspecten: structuur & routing, ambiance, openbare ruimte, compactheid en vindbaarheid;

- Bereikbaarheid: bronpunt, parkeren en bereikbaarheid met (openbaar) vervoer;
 - Samenwerking en promotie: Samenwerking, promotie, marketing & evenementen.
- (Raven & Rindertsma, 2012)

De Loof (2011) geeft aan dat het van belang is dat er geïnvesteerd wordt in de openbare ruimte van aanloopstraten. De consument laat de keuze ergens te winkelen sterk afhangen van de uitstraling en het imago van de stad. Een goede uitstraling van een winkelstraat maakt het winkelen aantrekkelijk en kan daarnaast de ondernemers verleiden een nieuwe vestiging in de straat te openen.

Het onderscheidend vermogen van een aanloopstraat wordt bepaald door de aantrekkelijkheid van de straat. Dit wordt sterk bepaald door de ruimtelijke aspecten als routing, ambiance, openbare ruimte maar ook door de omgeving waarin het gevestigd is. Daarnaast is het (winkel)aanbod een belangrijk kenmerk voor het goed functioneren van een winkelgebied. Het gaat dan vooral om de samenhang van functies en of deze functies aansluiten bij het koopgedrag van de consument. Aangezien winkelen steeds meer een recreatieve functie heeft zal de functiemix van winkels en horeca steeds belangrijker worden. Het vastgoed is ook een belangrijk kenmerk voor het functioneren van een aanloopstraat. Daarbij gaat het vooral om de kwaliteit en de uitstraling van het vastgoed en de hoogte van de huur. Een onaantrekkelijke aanloopstraat heeft negatieve gevolgen voor het aantal passanten in de aanloopstraat. Minder passanten leidt tot lagere omzetten en een toenemende leegstand.

Passantengedrag en routing

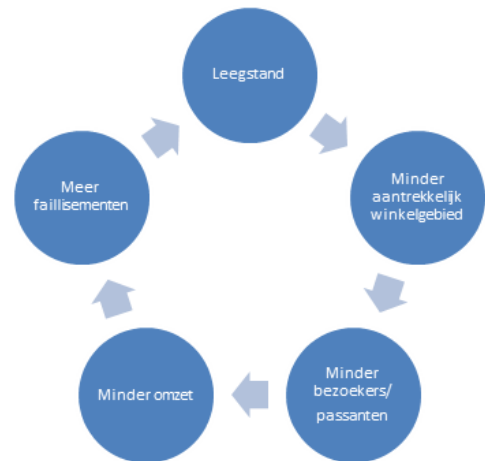
Tijdens de themabijeenkomst 'De toekomst van aanloopstraten: Meet the streets!' (2009) geeft De Jager aan dat de routing van groot belang is voor aanloopstraten. Aanloopstraten worden vaak doelgericht bezocht waardoor passanten er niet lang verblijven. Wanneer bezoekers kiezen voor een bezoek aan een winkelgebied, moet er eerst een keuze gemaakt worden om het gebied te bereiken. De meerderheid van de bezoekers kiest daarbij voor de auto (Borgers et al., 2006). Echter heeft de auto terrein verloren ten opzichte van de fiets. Het aantal verplaatsingen per fiets is ten opzichte van 2010 verhoudingsgewijs toegenomen (I&O Research, 2015). Bezoekers komen veelal via bronpunten als parkeerplaatsen en bus- en treinstations naar het centrum. De route naar het centrum geldt tevens als de route uit het centrum en maakt deel uit van het verbindingsnetwerk. Er zijn een aantal belangrijke variabelen voor de fysieke eigenschappen van het verbindingsnetwerk naar het centrum:

Examples of physical characteristics of network links are variables such as land use (retail, housing, etc.), transport modes allowed, dimensions like width and height, type of pavement, indoor/outdoor, architectural design and so on. In case of downtown shopping areas, we expect that the supply of shops at each link is a very important variable.(..) One such global variable is the accessibility of links. If one link provides good access to other, attractive links, the link will be attractive itself as well. Again, in a shopping environment, links giving good access to attractive shopping streets will have a higher probability to be chosen. (Borgers, Kemperman, & Timmermans, 2006)

De looproute van passanten wordt sterk beïnvloed door de mate van bereikbaarheid en de aantrekkelijkheid van het gebied. Passanten zullen eerder kiezen voor een goede bereikbare verbinding naar de binnenstad met een aantrekkelijk winkelklimaat. De aantrekkelijkheid van de straat heeft een directe invloed op de keuze van de passant om wel of niet door de straat te lopen. Er is een duidelijke relatie zichtbaar tussen de parkeervoorzieningen (bronpunten), passantenstromen en ruimtelijke ontwikkelingen langs routes naar het winkelgebied. De aantrekkingskracht van bepaalde delen van het winkelgebied en de aantrekkingskracht van bepaalde voorzieningen, zorgen voor het

verplaatsingsgedrag van voetgangers (passantenstroom). De toename van het aantal passanten richting het winkelgebied zorgt daardoor voor ontwikkelingen langs deze routes (Hermans et al., 2011). Wanneer de bereikbaarheid en het parkeren voldoen aan een – voor een gebied passend- minimumniveau, zijn het geen factoren die het aantal passanten beïnvloeden (Kennisplatform Verkeer en Vervoer, 2013). Wel kunnen veranderingen in de omvang van het parkeergebied rond een winkelgebied leiden tot een wijziging van de looproutes van automobilisten. Dit kan resulteren in een afname van het aantal passanten en kan een negatieve invloed uitoefenen op de aantrekkelijkheid van de winkelpanden langs deze route. Dit kan op zijn beurt resulteren in meer leegstand, lagere huren of andere (winkel) bestemmingen voor de langs liggende panden.

Er kan worden aangegeven dat de factoren die beschreven zijn een flinke invloed hebben op het functioneren van een aanloopstraat. Een onaantrekkelijke aanloopstraat leidt tot minder passanten, minder omzet, meer faillissementen en een toenemende leegstand. Een verandering in het loopgedrag van de passanten heeft dan ook invloed op het functioneren van een aanloopstraat. Een verandering van de looproute naar een ander winkelgebied kan positief zijn voor het ene winkelgebied maar heeft negatieve gevolgen voor het andere winkelgebied. De vicieuze cirkel van leegstand (Stec Groep, 2014) geeft een goed beeld van hoe de factoren invloed uitoefenen op het functioneren van een aanloopstraat. Daarbij zijn de indicatoren die inzicht geven in het functioneren van de aanloopstraat duidelijk zichtbaar: leegstand, omzet en passantenintensiteit.



Afbeelding 3: Vicieuze cirkel leegstand (Stec Groep, 2014)

3.4 Toekomst aanloopstraten

De veranderingen in het winkelgebied vragen om een nieuwe toekomst voor de aanloopstraten. Er is al aangegeven dat de Deurningerstraat niet goed meer functioneert (paragraaf 3.1). Deze paragraaf beschrijft de nieuwe toekomst voor de aanloopstraten.

De huidige economische, technologische en demografische ontwikkelingen hebben ertoe geleid dat het functioneren van de aanloopstraat verslechterd. Om de winkelleegstand tegen te gaan is het van belang dat aanloopstraten blijven investeren om hun attractiviteit te behouden, aangezien er wordt verwacht dat de vraag naar winkelpanden afneemt. De afnemende aantallen bezoekers en bestedingen leiden tot een compactere binnenstad. Dit resulteert in leegstand aan de randen van het kernwinkelgebied, dus de aanloopstraten die onvoldoende aangehaakt zijn op de passantenstromen (Beek, 2015).

De toenemende winkelleegstand als gevolg van het slechter functioneren van aanloopstraten biedt nieuwe kansen voor de aanloopstraat. De Nederlandse Raad voor Winkelcentra (NRW, 2010) verwacht dat het winkelgebied zal transformeren waarbij weinig nieuwe winkelgebieden worden toegevoegd, maar de bestaande winkelgebieden worden herontwikkeld om de leegstand tegen te gaan. Aanloopstraten krijgen nieuwe kansen om zich te ontwikkelen tot een aantrekkelijk gebied. In de aanloopstraten, buiten het kernwinkelgebied, is een transformatie nodig van de focus op winkels naar een mix van horeca, cultuur, diensten, ambachten, wonen en werken (Beek, 2015). Het is belangrijk dat binnensteden zich gaan onderscheiden om in trek te blijven bij consumenten. Om de attractiviteit te behouden zullen de aanloopstraten moeten investeren in het onderscheidend vermogen. Het is gebleken dat de consument meer waarde hecht aan beleving en authenticiteit. Tegenwoordig heeft het winkelen namelijk meer een recreatieve functie. De aanloopstraten kunnen in deze behoefte van

de consument voorzien door een nieuwe mix van kwaliteitswinkels met speciale producten en goede service, horeca, ambachten en vastgoed met een bijzondere architectuur of een bijzondere invulling (Raven & Rindertsma, 2012). In de toekomst zal de aanloopstraat van kleur verschieten en niet enkel als winkelstraat fungeren.

De aanpak van de aanloopstraat is een gezamenlijke opgave voor de actoren die belanghebben bij een goed functionerende aanloopstraat. De aanpak van de (winkel) leegstand is een gezamenlijke opgave tussen de verschillende partijen. In eerste instantie is dit een opgave voor de vastgoedeigenaar aangezien deze over de invulling van het pand gaat. Daarnaast hebben de ondernemers baat bij een aantrekkelijk winkelgebied. Voor de gemeente zijn het historische centrum en het winkelgebied het visitekaartje van de stad. Samenwerking is cruciaal bij de ontwikkeling van de aanloopstraat. Het verhogen van de aantrekkelijkheid van een winkelgebied is een gezamenlijk belang van de actoren in de straat. Een gebiedsaanpak is effectiever dan losse deelinvesterings per pand of per ondernemer. In eerste instantie is het bestrijden van leegstand een probleem voor de vastgoedeigenaar aangezien deze over de invulling van het pand gaat. De leegstand is pas een probleem van de gemeente als het negatieve effecten heeft op de omgeving vanwege de uitstraling van een verloederd gebouw of sterk veranderende verkeers- of passantenstromen (Planbureau voor de Leefomgeving, 2015b).

3.5 Conclusie

Dit hoofdstuk heeft getracht antwoord te geven op de onderzoeksvraag 'wat is een aanloopstraat'. Daarbij was het belangrijk inzicht te bieden in het functioneren van de aanloopstraat en de toekomst van de aanloopstraten. Geconcludeerd kan worden dat een aanloopstraat een belangrijke functie vervult voor het kernwinkelgebied. Echter hebben de huidige ontwikkelingen ertoe geleid dat de behoefte aan fysieke winkels afneemt en de aanloopstraat niet goed meer functioneert. Echter biedt dit nieuwe kansen voor de aanloopstraat om zich te ontwikkelen. Omdat de winkelfunctie in veel aanloopstraten de dominerende functie is, is het belangrijk dat de aanloopstraat een transformatie ondergaat waarbij de straat niet enkel als winkelstraat fungeert. Belangrijke factoren die invloed hebben op het goed functioneren van de aanloopstraat zijn het onderscheidend vermogen (aantrekkelijkheid en identiteit) en het passantengedrag en routing. Onderlinge samenwerking tussen de actoren is hierbij cruciaal. Op basis van de vicieuze cirkel van leegstand kan geconcludeerd worden dat de transformatie moet bijdragen aan een aantrekkelijke omgeving waardoor meer bezoekers naar het gebied komen. Dit leidt tot hogere omzetten bij de gevestigde ondernemers en minder leegstand als gevolg van faillissementen.

Hoofdstuk 4. Actoren aanloopstraat

Het vorige hoofdstuk heeft inzicht gegeven in het functioneren van de aanloopstraten. De huidige ontwikkelingen hebben ervoor gezorgd dat het functioneren van de aanloopstraat verslechterd. Om het winkelgebied en het centrum van de stad vitaal te houden is het belangrijk dat de aanloopstraten een nieuwe toekomst tegemoet gaan. Echter maakt de aanwezigheid van vele partijen en belangen de aanpak van winkelgebieden een complexe opgave. In winkelgebieden worden zowel publieke als private belangen behartigd. Het toekomstbestendig maken van de aanloopstraten en het bestrijden van de winkelleegstand is een samenspel van verschillende actoren in de straat. Dit hoofdstuk geeft antwoord op de onderzoeksvraag 'welke actoren spelen een belangrijke rol bij de transformatie van een aanloopstraat'.

4.1 Actoren centrumgebied

De aanloopstraat behoort niet meer tot het kernwinkelgebied maar maakt wel onderdeel uit van het totale winkelgebied (A-, B-, en C-locaties) in de binnenstad. In de binnenstad zijn verschillende groepen die belangen hebben bij een vitale binnenstad: overheid, bewoners (leefklimaat), bezoekers (aantrekkelijkheid), ondernemers (economisch klimaat) en vastgoedbeleggers (waardeontwikkeling) (Planbureau voor de Leefomgeving, 2015 b). In het boek 'Het Nederlandse winkellandschap in transitie' (2012) wordt een aantal actoren in een dynamisch speelveld op de winkelmarkt geschetst. Er wordt aangegeven dat de Nederlandse Raad van Winkelcentra (NRW) overtuigd was dat goede winkelgebieden alleen kunnen ontstaan als alle betrokkenen samenwerken en rekening houden met elkaars mogelijkheden en beperkingen. Daarbij worden de volgende actoren onderscheiden: de retailer, overheidsmedewerkers, beleggers in vastgoed en projectontwikkelaars.

Gekeken naar de aanloopstraat worden in de 'Expertmeeting aangename aanloopstraten' (2015) de volgende actoren beschreven die betrokken zijn bij het transformeren van een aanloopstraat: particuliere huurder, filiaalbedrijf/keten, eigenaar én ondernemer, institutionele en particuliere beleggers en woningbouwcorporatie. Voor het goed functioneren van het winkelgebied, dan wel het centrumgebied is het noodzakelijk om de belangen van de actoren te achterhalen. De projectontwikkelaar, die planmatig nieuwe winkelgebieden wil ontwikkelen, wordt in dit onderzoek niet meegenomen aangezien steeds meer gemeenten kiezen voor een compacter winkelgebied en de behoefte aan fysieke winkels afneemt.

Daarnaast zijn er actoren die belang hebben bij een vitale woon- en leefomgeving namelijk de woningcorporatie en de bewoner. In dit hoofdstuk worden de overheid, de vastgoedeigenaar, de ondernemer, de consument, de bewoner en de woningcorporatie beschreven waarbij de belangen bij een goed functionerend (winkel)gebied worden beschreven.

Overheid

De Nederlandse overheid heeft van oudsher grote invloed op de winkelmarkt. Dit gaat met name over het ruimtelijke aspect: hoeveel meters winkelvoorzieningen zijn toegestaan en waar is dit toegestaan? Deze overheidsbemoeienis heeft geresulteerd in een unieke fijnmazige winkelstructuur die men nergens ter wereld ziet (Bolt, 2003).

Rijksoverheid

Het Rijk heeft de wettelijke macht om landelijke regels en beleid op te stellen. Dit beleid heeft zijn weerzien in de provinciale en gemeentelijke beleidsdocumenten en wetten. Een belangrijk instrument dat de Rijksoverheid heeft opgesteld in de 'Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte', is de ladder voor duurzame verstedelijking. Deze ladder gaat ervan uit dat er eerst naar het bestaand stedelijk gebied

gekeken moet worden voordat er aan uitbreiding gedacht kan worden. Het tegengaan van leegstand is daarbij een belangrijke gedachte.

Provincie

Voor de provincie is het goed functioneren van een winkelgebied belangrijk om te voldoen aan de leefbaarheid en de regionale economische ontwikkeling. Daarnaast heeft de provincie vanuit de Wet Ruimtelijke Ordening de verantwoordelijkheid voor de handhaving van een goede ruimtelijke ordening en kwaliteit. Provincies scheppen daarvoor ruimtelijke kaders die leidend zijn voor de gemeenten. Het plannen en realiseren van binnenstedelijke vastgoedontwikkelingen worden voor het grootste deel gezien als de verantwoordelijkheid van de gemeenten. Echter vormen grote nieuwe winkelontwikkelingen, zowel binnen, aan of buiten de stad zoals PDV- en GDV-locaties een belangrijke uitzondering (Aarle, et al., 2014).

Hoewel het Rijk en de provinciale overheid weldegelijk belangen kunnen hebben bij de ontwikkeling van een winkelgebied of aanloopstraat, worden deze niet beschreven. De belangen en opgestelde beleidsdoelstellingen van deze overheden zijn in de gemeentelijke wet- en regelgeving opgenomen.

Gemeente

Voor veel gemeenten zijn de centrumgebieden belangrijk, zowel in economische als in sociale zin. Winkelen, met name de dagelijkse boodschappen, horeca en andere vormen van vrijetijdsbesteding zijn in veel binnensteden de belangrijkste functie geworden. Tegenwoordig dienen de winkelgebieden als visitekaart voor de stad. De aanloopstraten fungeren als ontmoetingsplaatsen die voor de leefbaarheid een belangrijke rol spelen, zeker met de verwachte sluiting van andere sociale voorzieningen in het vooruitzicht. Om die redenen ervaren veel gemeenten een mogelijke terugloop van de winkelfunctie als bedreiging voor de stedelijke vitaliteit (Aarle, et al., 2014).

Het beperkte gemeentelijke grond- en vastgoedbezit in de winkelgebieden en haar beperkte middelen maken het transformeren van een aanloopstraat een lastige opgave voor een gemeente. De gemeente heeft de volgende belangen bij een goed functionerend winkelgebied:

- De gemeente wordt door haar burgers verantwoordelijk gehouden voor de leefbaarheid van haar grondgebied:
Leefbaarheid is een subjectief begrip en lastig te definiëren. Wel is de kwaliteit en de diversiteit van het winkelaanbod voor veel gemeenten en hun bewoners een belangrijk onderdeel voor de aantrekkelijkheid van het winkelgebied.
- Stimuleren van de lokale economie en werkgelegenheid:
Aantrekkelijke winkelgebieden dragen bij aan het behouden en aantrekken van inwoners, bedrijven en toeristen. De aantrekkelijke winkelgebieden zijn daarom een factor in het stimuleren van de economische groei en het creëren van werkgelegenheid.
(Aarle, et al., 2014)
- Behouden of vergroten aantrekkelijkheid winkelgebied:
Een aantrekkelijk winkelgebied heeft invloed op de bezoekersaantallen, ruimtelijke kwaliteit, vastgoedwaarden en het winkelaanbod. De achteruitgang van winkelgebieden in bezoekersaantallen, ruimtelijke kwaliteit, vastgoedwaarden en het winkelaanbod kan negatieve invloed hebben op de gemeentelijke belangen (Aarle, et al., 2014).

Vastgoedeigenaren

Een groot aantal van de locaties waarin de winkels gevestigd zijn, zijn niet in het bezit van de winkeliers. Een groot deel van de winkeliers huurt zijn winkelruimte van de vastgoedeigenaar. De winkelvastgoedmarkt is voor een belangrijk deel een beleggingsmarkt. Dit houdt in dat het eigendom

en gebruik niet samenvallen. De belegger verhuurt vastgoed aan de gebruiker. Het doel van de belegger is om door middel van een investering van vermogen rendement te halen uit de kasstromen gedurende de exploitatieperiode (Planbureau voor de Leefomgeving, 2013). De vastgoedeigenaar is een belangrijke actor bij de ontwikkeling van een winkelgebied. Hij gaat immers over de invulling van het pand. Daarnaast is deze ook verantwoordelijk voor de staat en de vorm van het vastgoed en de mate van onderhoud. In het artikel 'de kunst van het succesvol transformeren' stelt Kamps dat veel lokale beleggers meer vastgoedposities overnemen van institutionele beleggers op de B- en C-locaties, en een belangrijke rol spelen in het vitaal houden van de aanloopstraten. De particuliere beleggers zijn namelijk de 'local heroes' die emotionele betrokkenheid tonen omdat ze zelf in het dorp of stad wonen waar de problematiek zich afspeelt (Bijsterveld, 2013). De vastgoedeigenaren hebben de volgende belangen bij een goed functionerend winkelgebied:

- Continuïteit van de exploitatie van het vastgoed of huurinkomsten:
Het is voor een vastgoedeigenaar van groot belang om een gebruiker in het pand te hebben. Deze gebruiker levert een bepaald rendement uit huurinkomsten aan de vastgoedeigenaar, wat het directe rendement genoemd wordt. Het optimaliseren van het rendement is van groot belang om financiële risico's te verminderen.
- Waardeontwikkeling van het retailvastgoed:
De waardeontwikkeling van het vastgoed is het indirecte rendement voor een vastgoedeigenaar en is naast het directe rendement een manier waarop de belegger zijn winst kan vergroten.
- Behouden of vergroten aantrekkelijkheid winkelgebied:
De aantrekkelijkheid van een winkelgebied heeft invloed op de hoogte en de continuïteit van de huurstroom en de waardeontwikkeling van het vastgoed.
(Aarle, et al., 2014)

Ondernemer

In de binnenstad zijn er verschillende ondernemers en bedrijfstypes. Een ondernemer is een persoon die iets onderneemt, en daarmee een of andere maatschappelijke bijdrage levert. Hij stelt zich ten doel om een inkomen te behalen door middel van het leveren van een bepaalde combinatie van arbeid, kapitaal en kennis. In een aanloopstraat zijn veelal publieksgerichte bedrijven gevestigd zoals detailhandel, horeca en zakelijke dienstverlening. Daarnaast is er ook nog een wezenlijk verschil in een ondernemer én eigenaar en een particuliere huurder. De ondernemer én eigenaar heeft een groter belang bij een goed functionerend winkelgebied dan de particuliere huurder. Een particuliere huurder kan zich eenvoudiger op een andere locatie vestigen dan de ondernemer én eigenaar. Doelen van de ondernemer zijn het voortbestaan van de onderneming en winstmaximalisatie. De ondernemers hebben de volgende belangen bij een goed functionerend winkelgebied:

- Behouden of vergroten van bezoekersaantallen:
Om een bepaalde omzet te halen zijn winkeliers afhankelijk van de aanwezigheid van consumenten in het winkelgebied waarin zij gevestigd zijn. Het is gebleken dat aantrekkelijke winkelgebieden meer consumenten trekken. Daarnaast is het behoud van bezoekersaantallen belangrijk voor de toekomstige verkoopwaarde van het winkelpand, die vaak als pensioenvoorziening wordt gezien voor de ondernemer én tegelijkertijd eigenaar.
- Goede bereikbaarheid en toegankelijkheid:
De bereikbaarheid en toegankelijkheid van een winkelgebied zijn belangrijke aspecten voor de aantrekkelijkheid van een winkelgebied voor consumenten. Hiertoe behoren voldoende

parkeergelegenheden, duidelijke routing, goede begaanbaarheid voor minder mobiele consumenten en in sommige gebieden ruime openingstijden.

(Aarle, et al., 2014)

- Aantrekkelijkheid vestigingsomgeving:

Winkeliers hebben baat bij een aantrekkelijke vestigingsomgeving. De aantrekkelijkheid van de omgeving straalt af op de vestiging en het levert een bijdrage aan de passantenstromen. Hierbij gaat het om een goed onderhouden winkelomgeving en goede parkeervoorzieningen (ING, 2014).

Consument

De consument is de actor bij de detailhandel waar alles om draait. Het gedrag van de consument bepaalt in hoge mate het bestaan van de winkels in een winkelgebied. Consumentengedrag kan gedefinieerd worden als “al het gedrag dat een consument vertoont bij het zoeken naar, het kopen, het gebruiken/verbruiken, het evalueren en het zich ontdoen van producten, diensten en ideeën” (Nederstigt & Poiesz, 2010). Het gedrag van de consument is door de jaren heen sterk veranderd. Waar de consument vroeger zelf aan de slag moest om zijn aankopen te doen kan men tegenwoordig via het online winkelen zijn goederen thuis laten bezorgen. Dit brengt concrete veranderingen in het bezoekgedrag met zich mee. Er zijn een aantal concrete veranderingen in het bezoekgedrag van de consument te beschrijven. De moderne consument heeft behoefte aan gemak, service en als klant te worden behandeld. Daarnaast leeft de moderne consument anders dan de vorige generaties, stelt andere eisen en heeft vooral haast. Hiertegenover staan de beperkte openingstijden van winkels, 54 uur per week op een week van 168 uur. Koopavonden, koopzondagen, openingstijden het is allemaal zo restrictief. De openingstijden moeten niet geregeld worden van bovenaf door de overheid maar door de ondernemer zelf (Molenaar, 2011). Het doel van de consument is afhankelijk van het bezoekdoel. Het bezoekdoel van de consument is te verdelen in het run-, fun- en doelaankopen (NRW, 2010). De consument heeft de volgende belangen bij een goed functionerend winkelgebied:

- Een veilig en leefbaar winkelgebied:
Consumenten stellen prijs op winkelgebieden als ontmoetingsplekken en plekken voor de vrijetijdsbesteding.
- Beschikbaarheid van producten:
Het gaat hierbij vooral om de bereikbaarheid en toegankelijkheid naar de winkel.
- Als consument is er een direct financieel belang bij een goed functionerend winkelgebied:
Als consument is het directe belang om tegen zo laag mogelijke kosten te kunnen kopen wat de consument wil. (Aarle, et al., 2014)

Bewoner

Ook zijn de bewoners van de binnenstad een belangrijke actor. Deze bewoner ruilt in het algemeen de ruimte, rust en het groen in voor de nabijheid en de kwaliteit van diensten en voorzieningen. De bewoner van een binnenstad is gebaat bij een leefbare woonomgeving. Een van de belangrijkste redenen om in een binnenstad te wonen is de aantrekkelijkheid van de historische gebouwen en de bijzondere sfeer. Een andere reden voor de bewoner is de nabijheid van voorzieningen in de binnenstad (Planbureau voor de Leefomgeving, 2015b). De bewoner maakt gebruik van de voorzieningen in de binnenstad om doelgerichte aankopen te doen of om recreatief te winkelen. Daarnaast maakt de bewoner gebruik van de binnenstad als vorm van vrijetijdsbesteding door te winkelen en gebruik te maken van voorzieningen als theaters en evenementen. Wanneer de bewoner aankopen doet of gebruik maakt van de voorzieningen in de binnenstad, dan kan deze ook als consument aangemerkt worden.

Woningcorporatie

Volgens de Woningwet 2015 moeten de woningcorporaties zich concentreren op het bouwen, verhuren en beheren van sociale huurwoningen en enkele andere maatschappelijke taken. De Woningwet 2015 noemt dit: diensten van algemeen economisch belang (daeb). Taken die hieronder vallen zijn de bouw, verhuur en beheer van sociale huurwoningen, beheer van maatschappelijk vastgoed en investeren in leefbaarheid. In de binnensteden kunnen de corporaties een belangrijke rol spelen door het grote bezit aan woningen. De woningcorporaties worden steeds vaker betrokken bij de aanpak van binnensteden en het bestrijden van sociale problemen. De woningcorporatie kan voor de toekomst van de aanloopstraat als actor worden gezien aangezien de aanloopstraat niet enkel als winkelgebied moet fungeren. Wanneer er woningen worden toegevoegd aan de aanloopstraat, kan de woningcorporatie als actor worden gezien.

Echter schrijft de wet de woningcorporaties voor dat zij zich moeten concentreren op haar kerntaken, de diensten van algemeen economisch belang (daeb). Woningcorporaties mogen enkel investeren in de leefbaarheid als zij bezit hebben in de wijk, als het initiatief een verantwoordelijkheid is van een andere organisatie dan de woningcorporatie en de investering mag niet meer bedragen dan €125,- per woning.

4.2 Actorenanalyse

Om de belangen en het krachtenveld te analyseren wordt er gebruik gemaakt van de belangenmatrix. In de belangenmatrix worden het doel van de actor, de belangen van de actoren bij een goed functionerende aanloopstraat, de urgentie voor transformatie en afwegingen omtrent het investeren beschreven. In de bovenstaande tekst zijn de actoren uit de binnenstad en de aanloopstraten geïnventariseerd. Daarin is beschreven waarom ze een belangrijke actor zijn. Een nieuwe toekomst voor de aanloopstraat moet gezocht worden in een geleidelijke transformatie van de straat.

Belangenmatrix

De belangenmatrix geeft de doelen en belangen weer die in bovenstaande tekst al zijn beschreven (paragraaf 4.1). Voor de beschrijving van het ontstaan van de urgentie voor een transformatie en de afweging omtrent het investeren is er gebruik gemaakt van de presentatie 'expertmeeting aangenamen aanloopstraten' (2015).

Tabel 1: Belangenmatrix

	Doel	Belangen	Wanneer ontstaat urgentie	Afweging investering
Gemeente	- Compacter winkelgebied - Versterken binnenstad - Verzorgen goede ruimtelijke ordening - Goed woon- en leefklimaat - Vitale binnenstad	- Verantwoordelijk voor goede ruimtelijke ordening - Stimuleren lokale economie en werkgelegenheid - Behouden of vergroten aantrekkelijkheid winkelgebied	- toenemende leegstand - verloedering en verpaupering van winkelgebied	- maatschappelijke meerwaarde - versterking voor winkelgebied
Vastgoed-eigenaar	- Rendement behalen uit investering - Stijging vastgoedwaarde	- Continuïteit van exploitatie vastgoed en huurinkomsten - Waardeontwikkeling van het retailvastgoed - Behouden of vergroten aantrekkelijkheid winkelgebied	- Vertrek van huurder resulteert in daling/geen huurinkomsten - Daling vastgoedwaarde	- Ontwikkeling vastgoedwaarde - Ontwikkeling rendement

Ondernemer (particuliere huurder) Detailhandel Horeca Dienstverlening	- Voortbestaan onderneming - Voldoende omzet/winst genereren	- Behouden of vergroten bezoekersaantallen - Goede bereikbaarheid, toegankelijkheid en aantrekkelijk winkelgebied - Aantrekkelijke vestigingsomgeving	- Daling omzet - Daling passanten	- Mogelijkheden elders vestigen - medewerking eigenaar - terugverdientijd investering
Ondernemer én eigenaar	- Voort bestaan onderneming - Voldoende omzet/winst - Stijging vastgoedwaarde (pensioenvoorziening)	Zie ondernemer en vastgoedeigenaar	- Daling omzet - Daling vastgoedwaarde	- ontwikkeling vastgoedwaarde - Omvang en terugverdientijd investering
Consument Fun Run/doel	- Vermaak - Juiste prijs/product verhouding - Beschikbaarheid product	- Veilig en leefbaar winkelgebied - beschikbaarheid producten - financieel belang (product tegen zo laag mogelijke prijs)		- X - X
Bewoner (consument) Huidig/ Toekomstig	- veilige woon- en leefomgeving - vermaak (vrijetijdsbesteding)		- woon- en leefomgeving wordt negatief aangetast	- bijdrage aan woon- en leefomgeving
Woning-corporatie	- huisvesting voor lagere inkomens	- Kansen voor toevoeging betaalbare woningen - Behoud woon- en leefklimaat	- Slechte leefbaarheid	- ontwikkeling vastgoedwaarde & rendement - daeb

De belangenmatrix geeft in één oogopslag een goed beeld van de belangen voor een goed functionerende aanloopstraat en de urgentie tot een geleidelijke transformatie. De urgentie voor het geleidelijk transformeren ontstaat vanuit het financiële perspectief en vanuit een aantrekkelijke woon-, leef- en vestigingsomgeving. Er is een breed gedeelde urgentie voor het geleidelijk transformeren van de aanloopstraat. Tabel 1 laat zien dat er een groot aantal gedeelde belangen zijn bij een goed functionerende aanloopstraat. Deze belangen gaan met name over de aantrekkelijkheid van het winkelgebied, het genereren van inkomsten (huur of omzet) en het vergroten van de bezoekersaantallen.

De consument heeft belang bij een goed functionerend winkelgebied om in haar doel te voorzien: het verkrijgen van het product voor de juiste prijs, de beschikbaarheid van het product en vermaak. Er ontstaat geen urgentie voor de transformatie van een aanloopstraat voor de consument omdat deze simpelweg zijn producten in een ander winkelgebied kan verkrijgen. De consument is niet aan een winkelstraat gebonden.

De overheid (gemeente) is nadrukkelijk te onderscheiden van de andere actoren wier belangen gericht zijn op de eigenbelangenbehartiging, hoezeer ze ook rekening moeten houden met andere belangen (Nozeman, Post, & Langendoen, 2012). Het is de taak van de gemeente om zoveel mogelijk belangen te behartigen en het algemeen belang te waarborgen. Om een vitale binnenstad, een goed woon- en leefklimaat en een compacter winkelgebied te waarborgen voor haar inwoners, heeft de gemeente

belang bij een goed functionerende aanloopstraat. Daarin is het zaak om de leegstand, verloedering en veroudering tegen te gaan.

4.3 Actoren Deurningerstraat Oldenzaal

In de vorige paragraaf zijn de actoren beschreven die belang hebben bij een goed functionerend centrumgebied en aanloopstraat. Echter, zijn er een aantal van deze actoren die het hardst geraakt worden door de problematiek van de aanloopstraten. Het feit dat er een werkgroep voor de Deurningerstraat is opgericht waarbij een aantal ondernemers en vastgoedeigenaren zijn verenigd, laat zien dat de urgentie voor een nieuwe toekomst van de straat hoog is. De bewoners van Oldenzaal en de consument worden niet direct geraakt door de problematiek in de aanloopstraat. Deze partijen zijn normaal gesproken niet afhankelijk van de Deurningerstraat voor de dagelijkse boodschappen of het recreatief winkelen. De woningcorporatie heeft geen bezit in de Deurningerstraat. Deze partij heeft dan ook geen directe financiële betrokkenheid met de aanloopstraat. Wel kan deze in de toekomst een rol spelen bij de geleidelijke transformatie van de straat. Echter zorgt de huidige wet- en regelgeving ervoor dat het investeren in de Deurningerstraat een complexe opgave is voor de woningcorporatie. De gemeente, de vastgoedeigenaren en de ondernemers hebben wel directe financiële of juridische betrokkenheid met de problematiek in de Deurningerstraat.

Hoewel de gemeente Oldenzaal geen vastgoedbezit heeft in de Deurningerstraat, heeft zij wel een directe financiële betrokkenheid bij het functioneren van een aanloopstraat. De gemeente kan verschillende belastingen (reclamebelasting, onroerendezaakbelasting, precariobelasting etc.) heffen van de ondernemers. Wanneer er veel panden leegstaan loopt de gemeente deze belastinginkomsten mis. Daarnaast is de gemeente verantwoordelijk voor de openbare ruimte en een goede ruimtelijke ordening omtrent de woon- en leefomgeving van haar inwoners. Door de leegstand, de verloedering en de veroudering van de Deurningerstraat ontstaat er een hoge urgentie voor een transformatie van de aanloopstraat.

Uit de Basisregistratie Adressen en Gebouwen (BAG) van de gemeente Oldenzaal blijkt dat een groot deel van de vastgoedeigenaren uit de Deurningerstraat in of in de buurt van Oldenzaal woont. De overige eigenaren zijn verenigd in stichtingen of B.V. 's. het grootste deel van de eigenaren uit de Deurningerstraat zijn particuliere vastgoedbeleggers, wat overeenkomt met de constatering van Kamps in het artikel 'de kunst van het succesvol transformeren' (paragraaf 4.1). Deze particuliere vastgoedbeleggers uit de Deurningerstraat kunnen aangemerkt worden als de 'local heroes' die emotionele betrokkenheid tonen omdat ze zelf in de stad wonen waar de problematiek zich afspeelt. Het ten doel gestelde rendement van de vastgoedeigenaar en de emotionele betrokkenheid van een (groot) deel van de particuliere vastgoedeigenaren maakt dat deze actor een belangrijke rol speelt in de uitvoering van de transformatie van de Deurningerstraat. Dit vraagt een actieve rol van de vastgoedeigenaar. Het is belangrijk dat de vastgoedeigenaar belemmeringen voor de (toekomstige) huurder wegneemt. Afboeken is de sleutel om in de toekomst een stabiel rendement te halen. Daarbij is het belangrijk om nieuwe verdienmodellen te creëren. Echter is het afboeken een complexe opgave aangezien het vastgoed als pensioenvoorziening geldt. Daarnaast is het van belang dat de vastgoedeigenaar investeert in het pand en in een nieuwe functie. Een goed verzorgd pand, of een tijdelijke ingevulde ruimte lossen het probleem van de leegstand niet op maar het blijkt dat deze makkelijker verhuren dan een verloedert pand (Loon, Bardoel, & Bergh, 2012).

De ondernemers hebben evenals de vastgoedeigenaren en de gemeente directe financiële betrokkenheid met de problematiek in de aanloopstraat. Door de verloedering, veroudering en de toenemende leegstand bestaat de kans dat de straat in een negatieve spiraal terechtkomt. Door de

daling van het aantal passanten als gevolg van het minder aantrekkelijk worden van het winkelgebied zullen de omzetten dalen wat kan resulteren in faillissementen en meer leegstand.

4.4 Conclusie

Dit hoofdstuk heeft getracht antwoord te geven op de onderzoeksvraag ‘welke actoren spelen een rol bij de transformatie van een aanloopstraat’. Het is duidelijk geworden dat het transformeren van een aanloopstraat een complexe opgave is waarbij verschillende belangen behartigd moeten worden. Echter geeft de belangenmatrix duidelijk inzicht in de urgentie voor een geleidelijke transformatie van de aanloopstraat. Deze urgentie ontstaat vanuit het financiële perspectief (winstmaximalisatie, voortzetten exploitatie (verkoop producten of huurinkomsten) en vanuit een aantrekkelijke woon-, leef-, en vestigingsomgeving. Wanneer er gekeken wordt naar de Deurningerstraat, blijkt dat er een aantal actoren het hardst geraakt worden door de problematiek van de aanloopstraat. Deze actoren hebben een directe financiële of wettelijke betrokkenheid bij de aanloopstraat.

Geconcludeerd kan worden dat de ondernemer, de vastgoedeigenaar en de gemeente een belangrijke rol spelen bij de transformatie van een aanloopstraat. Daarbij is het belangrijk dat er met de belangen van de consument rekening gehouden wordt omdat zij invloed hebben op het functioneren van de aanloopstraat (paragraaf 3.4, passantenintensiteit). De daling van het aantal passanten met als gevolg de daling van de omzetten kan resulteren in meer faillissementen en meer leegstand. Echter heeft de ondernemer belang bij het voortzetten van de onderneming en de maximalisatie van de winst en de vastgoedeigenaar heeft belang bij het verkrijgen van huurinkomsten en de waardeontwikkeling van het vastgoed. Het toekomstbestendig maken van een aanloopstraat vraagt een goede samenwerking tussen de gemeente, de vastgoedeigenaar en de ondernemer. De gemeente is verantwoordelijk voor een goede ruimtelijke ordening en de vastgoedeigenaar beslist over de invulling van het pand. Het is belangrijk dat de actoren flexibel en innovatief zijn. Het nemen van verlies is de sleutel tot succes, mits er nieuwe verdienmodellen gecreëerd worden. Uiteraard is het noodzakelijk dat men kennis heeft van de beschikbare instrumenten die de actoren ter beschikking hebben voor het verbeteren van de aanloopstraat.

Hoofdstuk 5. Maatregelen transformatie aanloopstraat

De problematiek in de aanloopstraten heeft ertoe geleid dat de aanloopstraat in de toekomst van kleur moet verschieten. Dit houdt in dat de aanloopstraat niet enkel als winkelstraat moet fungeren. Het toevoegen van nieuwe functies en het creëren van een onderscheidend karakter zijn essentieel bij het vitaal en toekomstbestendig maken en houden van de aanloopstraat (paragraaf 3.5). In het vorige hoofdstuk is gebleken dat de aanpak van een aanloopstraat een samenspel van verschillende actoren is. Deze actoren hebben gedeelde belangen en een gedeelde urgentie om de aanloopstraat (geleidelijk) te transformeren. Er zullen scherpe en heldere keuzes gemaakt moeten worden. Daarnaast is afboeken de sleutel tot een nieuwe toekomst, mits er nieuwe verdienmodellen gecreëerd worden. De Deurningerstraat in Oldenzaal zal in de toekomst niet enkel een winkelfunctie moeten vervullen maar zal een (geleidelijke) transformatie moeten ondergaan. De actoren in de Deurningerstraat die in het vorige hoofdstuk beschreven zijn (paragraaf 4.3), beschikken allen over een pakket aan maatregelen die zij kunnen toepassen om de (geleidelijke) transformatie van een aanloopstraat mogelijk te maken. Dit hoofdstuk geeft antwoord op de onderzoeksvraag ‘welke maatregelen zijn er voor de betreffende actoren in de literatuur beschreven voor het verbeteren van een aanloopstraat’.

Aangezien het is gebleken dat de problematiek van de aanloopstraat een gezamenlijke opgave is van de gemeente, vastgoedeigenaar en de ondernemer begint dit hoofdstuk allereerst met maatregelen (samenwerkingsverbanden) van hogere orde. Dit betreft het centrummanagement, BIZ en winkelstraatmanagement. Hoewel deze ook als maatregelen gezien kunnen worden, zijn het vooral samenwerkingsverbanden waarbij er gewerkt wordt aan een gezamenlijke aanpak van de binnenstad. Een groot deel van de maatregelen uit de vier dimensies van maatregelen (paragraaf 5.2) kunnen onder het mom van deze samenwerkingsverbanden worden uitgevoerd.

5.1 Centrummanagement, BIZ & winkelstraatmanagement

Binnensteden zijn gebieden met complexe opgaven en uitdagingen. Er zijn veel partijen met uiteenlopende belangen, hoewel er ook veel gedeelde belangen zijn. De binnenstad is een gebied waar uitnodigingsplanologie al jaren gemeengoed is. Overheid en investerende partijen staan hier samen aan de lat. De invloed van de gemeente op de economische activiteiten en op het consumentengedrag is zeer gering. Ze kan vooral stimulerend en faciliterend optreden. Hoewel alle stakeholders die in de binnenstad actief zijn het belang van de samenwerking erkennen, blijkt het in de praktijk een lastige opgave. Juist daar ligt de rol voor de overheid (Wigman, 2015). In deze paragraaf worden de maatregelen (samenwerkingsverbanden) van een hogere orde beschreven. Hoewel deze ook als maatregelen gezien kunnen worden, zijn het vooral samenwerkingsverbanden waarbij er gewerkt wordt aan een gezamenlijke aanpak van de binnenstad. Zoals al is aangegeven kan een groot deel van de maatregelen (paragraaf 5.2) onder het mom van deze samenwerkingsverbanden worden uitgevoerd.

Centrummanagement

Centrummanagement streeft naar het bevorderen van het economisch functioneren van de binnenstad en een verbetering van de leefbaarheid door de aantrekkingskracht van de stad te vergroten. Het Hoofdbedrijf Detailhandel heeft 2001 het ‘Handboek Binnenstadsmanagement’ uitgegeven waarna in 2010 het ‘Handboek centrummanagement’ is uitgegeven. Het handboek omschrijft centrummanagement als volgt:

“Centrummanagement kan in het algemeen omschreven worden als een structureel samenwerkingsverband van publieke en private partijen in een centrum, op basis van

gelijkwaardigheid, met een gezamenlijke inzet van middelen, teneinde de aantrekkingskracht en daarmee het economisch functioneren van het centrum te versterken. (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2010)

Bij centrummanagement gaat het om een samenwerking tussen de gemeente, ondernemers, eigenaren en andere betrokken om de positie van het centrum te behouden en verder te versterken. De samenwerking vindt plaats op basis van gelijkwaardigheid, met een gezamenlijke inzet van middelen. De beslissing hoe het centrummanagement vorm krijgt wordt in elke stad anders genomen. Het gaat altijd om maatwerk omdat de lokale problematiek overal anders is. Het gaat bij centrummanagement niet enkel over het aanstellen van een binnenstadsmanager, het regulier overleg tussen de overheid en het bedrijfsleven of het opzetten van een gemeentelijke dienst binnenstad. Uiteraard vormen deze wel een goede aanzet maar het gaat om het behalen van concrete resultaten. Middels concrete projecten moeten zichtbare resultaten behaald worden in de binnenstad.

Waar het centrummanagement voorheen gebruik maakte van de financiering op vrijwillige basis, werkt het centrummanagement tegenwoordig met een financieringsinstrument. Dit om het probleem van de free-riders tegen te gaan. Free-riders zijn ondernemers in een gebied die profiteren van de bijdragen die door de leden van de vrijwillige vereniging bijeen zijn gebracht zonder zelf bij te dragen. De financieringsinstrumenten die in het 'Handboek centrummanagement' worden uitgelicht zijn reclameheffing, onroerende-zaakbelasting (OZB) en Precario. Daarnaast wordt er aangegeven dat er sinds de komst van de BIZ-wetgeving een nieuw financieringsinstrument/samenwerkingsverband aanwezig is: de bedrijveninvesteringszone (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2010). Deze maakt tevens gebruik van de financieringsvormen van het centrummanagement.

Bedrijveninvesteringszone (BIZ)

De kwaliteit en veiligheid van een bedrijfsomgeving zijn voor zowel ondernemers als gemeenten van groot belang. Om de kwaliteit en veiligheid van dit gebied te verbeteren, investeren zowel gemeenten als bedrijven in deze omgeving. Bedrijven investeren in de omgeving om de aantrekkelijkheid van hun bedrijf of klanten te verhogen. Voor de lokale overheid is een leefbare bedrijfsomgeving van belang omdat het invloed heeft op de leefbaarheid van het omliggende gebied; burgers willen een veilige en leefbare omgeving om in te werken, te wonen en te winkelen (Berenschot, 2012).

Een bedrijveninvesteringszone (BIZ) is een afgebakend gebied op een bedrijventerrein of winkelgebied waarin ondernemers maar ook vastgoedeigenaren gezamenlijk investeren in een aantrekkelijke en veilige vestigingsomgeving. Het is afkomstig van het uit het buitenland afkomstige concept Business Improvement District (BID). De ondernemers organiseren zich in een bedrijveninvesteringszone, dat is een stichting of vereniging. Deze ondernemers en vastgoedeigenaren betalen een heffing aan de gemeente, waarop de gemeente dit geld beschikbaar stelt voor de uitvoering van de activiteiten. Het idee is gericht op het concept van collectief actie ondernemen. Het doel van de bedrijveninvesteringszone is om meer consumenten te trekken door het aantrekkelijker maken van de straten. Activiteiten die onder andere worden uitgevoerd in winkelgebieden zijn het onderhouden en schoonmaken van het gebied, toevoegen van sfeerverlichting en bloembakken en het promoten en houden van evenementen.

De verwachte resultaten van een BIZ zijn:

- Minder kosten door gezamenlijke inkoop van diensten;
 - Meer omzet door meer bezoekers;
 - Het gebied wordt aantrekkelijker en veilig.
- (Rijksoverheid, z.j.)

In een studie naar buitenlandse ervaringen van de zogenoemde Business Improvement District (BID) concluderen Hernandez & Jones (2005) dat de BIDs hebben geleid tot hogere vastgoedwaardes, stagnatie van het verval in binnensteden, het verhogen van de omzet en het verminderen van de winkelleegstand. Daarnaast resulteerde het in een veiliger winkelgebied. Het voordeel van een BIZ ten opzichte van het centrummanagement is dat de BIZ specifiek voor een bepaald (winkel)gebied kan worden ingesteld en dus niet voor alle ondernemers in de gemeente terwijl het centrummanagement vaak gericht is op het gehele centrumgebied. Daarbij kan een BIZ alleen worden ingesteld indien er voldoende draagvlak is terwijl de financieringsinstrumenten van het centrummanagement (reclamebelasting en OZB) relatief eenvoudig zijn in te voeren (Berenschot, 2012). Het evaluatierapport van Berenschot (2012) over de Bedrijveninvesteringszone concludeert dat de BIZ een toegevoegde waarde heeft ten opzichte van de al bestaande alternatieven. Echter wordt er een kanttekening geplaatst bij de totstandkoming van de BIZ. Ondernemers en gemeenten hebben aangegeven dat de totstandkoming van de BIZ een complexe opgave is, wat in een aantal gebieden de reden is geweest om niet voor de BIZ te kiezen.

(Winkel)straatmanagement

De vroegere vorm van winkelstraatmanagement is vooral een reactieve inzet op de neergang in de winkelstraten. De steden werden geconfronteerd met de neergang van verschillende straten waardoor ze maatregelen moesten treffen om het economisch klimaat en kwaliteit in de winkelstraat weer op niveau te krijgen. De gemeenten zetten winkelstraatmanagement in als defensief middel tegen de ongewenste ontwikkelingen in het in verval geraakte winkelgebied, die gekenmerkt werd door slechte communicatie tussen ondernemers en de gemeente (Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie, 2012).

Tegenwoordig maken steeds meer gemeenten gebruik van de winkelstraatmanagers. De winkelstraatmanager richt zich op één of enkele straten aan de rand van de stad, op de aanloopstraten of het gehele winkelgebied. Het 'Handboek Wijkeconomie' definieert het winkelstraatmanagement als volgt:

“Straatmanagement heeft tot doel het duurzaam verbeteren van het economisch functioneren van winkelgebieden, zodat ondernemers een goede boterham kunnen verdienen, bewoners en bezoekers prettig kunnen winkelen en/of boodschappen doen en het vastgoed van eigenaren een positieve waardeontwikkeling doormaakt. (Ministerie van Economische Zaken, 2010)

Het aanstellen van een winkelstraatmanager heeft tot doel het verbeteren van het economisch functioneren van winkelgebieden. Het is een tijdelijke maatregel die voor structurele veranderingen moet zorgen. Het winkelstraatmanagement is tijdelijk van aard en is gericht op de aanpak van problemen omtrent veiligheid, leegstand, parkeren en bereikbaarheid. De winkelstraatmanager fungeert als schakel tussen het winkelgebied en de gemeente. De belangrijkste aandachtspunten van een winkelstraatmanager zijn het vormgeven van structurele samenwerking tussen de actoren in het winkelgebied, maar ook de visieontwikkeling en branchering, leegstand en veiligheid, promotie en marketing zijn thema's die in het gebied aan de orde komen.

Het 'Handboek centrummanagement' (2010) geeft aan dat winkelstraatmanagement een risico met zich meebrengt omdat het gevaar in een aanpak van een (enkel) deelgebied is, dat het teveel blijft hangen in de dagelijkse problematiek en dat het te weinig bijdraagt aan de ontwikkeling van het centrum als geheel. Vanuit het perspectief van centrummanagement is dit een terechte opmerking. Echter, gekeken vanuit het perspectief van winkelstraatmanagement, is dit onterecht aangezien het

wordt ingezet als reactief en defensief middel. Dat betekent dat er niet moet worden ingegrepen als het leegstandspercentage stijgt naar 30% en de graffiti veelal aanwezig is, maar ingrijpen bij de eerste tekenen van achteruitgang.

Hoewel de aanloopstraat niet enkel als winkelgebied moet fungeren in de toekomst is het concept van het winkelstraatmanagement een manier van werken voor de ontwikkeling van de aanloopstraat. Daarbij moet de winkelstraatmanager gedefinieerd worden als straatmanager. Deze straatmanager moet fungeren als de verbinder tussen de actoren uit de aanloopstraat en de gemeente en door middel van concrete projecten zichtbare resultaten behalen. (De winkel)straatmanager zal dan ook als een belangrijke actor in de aanloopstraat worden gezien aangezien deze fungeert als bruggenbouwer tussen de actoren in de straat en tevens maatregelen ter beschikking heeft voor een geleidelijke transformatie van de aanloopstraat. In tabel 2 'maatregelenlijst' wordt de (winkel)straatmanager dan ook als aanvulling op de actoren uit hoofdstuk vier meegenomen.

5.2 Instrumentariumpakket actoren

In de literatuur worden er een groot aantal mogelijke maatregelen beschreven ter bestrijding van de leegstand en de slecht functionerende aanloopstraat. Deze zijn onder te verdelen in vier dimensies. De vier dimensies van maatregelen zijn: juridisch-planologisch, economisch-organisatorisch, ruimtelijk-functioneel en fysiek-ruimtelijk (Bressers, 2011). Zoals al is aangegeven gaat het om het vullen van een 'gereedchapskist' met mogelijke maatregelen voor de transformatie van een aanloopstraat. De maatregelen die beschreven worden dienen te zorgen voor een (blijvend) herstel van de aanloopstraat, nu en in de toekomst. De volledige beschrijving/uitwerking van de maatregelen zijn in de bijlage beschreven (bijlage 2).

Juridisch-planologische maatregelen

De juridisch-planologische maatregelen gaan in op het beleid en de wet- en regelgeving van de gemeentelijke overheid. Nieuwe (detailhandels)ontwikkelingen in een stad kunnen grote gevolgen hebben voor de aanloopstraten. Een verplaatsing van het zwaartepunt van de binnenstad kan de ligging van de aanloopstraat verslechteren. De ruimte voor ontwikkeling, wat in de juridisch-planologische maatregelen wordt gegeven, is een belangrijke aspect voor de (geleidelijke) transformatie van de aanloopstraat. De ruimte die geboden wordt beïnvloedt de mogelijkheden voor de overige actoren. Het gaat met name over de verbreding van het bestemmingsplan, het opstellen van een beeldkwaliteitsplan en eventueel agressieve maatregelen middels een leegstandsverordening.

Economisch-organisatorische maatregelen

Om het functioneren van de aanloopstraat te verbeteren of (geleidelijk) te transformeren, kunnen verschillende economisch-organisatorische maatregelen genomen worden. Om de vastgoedeigenaar meer inzicht te verschaffen in het economisch functioneren van de aanloopstraat kan er gekozen worden om te werken met omzethuur. Inzicht in het economisch functioneren is cruciaal voor de verhuurder om inzicht te krijgen in de huurachterstand die kunnen ontstaan en als afgeleide daarvan het leegstandsrisico (Nozeman, Post, & Langendoen, 2012). Echter is het doorvoeren van huurverlaging een nog sterker middel om een nieuwe huurder aan te trekken aangezien afboeken de sleutel tot succes lijkt te zijn. Daarnaast kan de eigenaar ook eigen investeringen in het pand doen om enerzijds de uitstraling van het pand te verbeteren en anderzijds een transformatie mogelijk te maken. Het opstellen van een marketingplan, brancheringsplan en actieve acquisitie kunnen bijdragen aan nieuwe winkelformules. Subjectsubsidies en objectsubsidies kunnen investeringen in het pand uitlokken of nieuwe huurders aantrekken. Het opzetten van een pandenbank of het aankopen van panden kunnen de leegstand van panden tegengaan.

Ruimtelijk-functionele maatregelen

De ruimtelijk-functionele maatregelen zijn erop gericht om een optimaal aanbod per aanloopstraat te creëren waardoor de aantrekkelijkheid en het onderscheidend vermogen van de straat vergroot wordt. Aangezien de aanloopstraat in de toekomst niet enkel als winkelgebied moet fungeren zijn functietransformatie en functietoevoeging de belangrijkste maatregelen. Het toevoegen van een bronpunt en het vestigen van een trekker zijn maatregelen om het aantal passanten te verhogen. Het aanpassen van de branchering aan de functie van de aanloopstraat en het clusteren van winkels zijn maatregelen om de winkelfunctie van de aanloopstraat te versterken. Wonen boven winkels moeten bijdragen aan de veiligheid en leefbaarheid van de straat.

Fysiek-ruimtelijke maatregelen

De fysiek-ruimtelijke maatregelen hebben betrekking op het vergroten van de aantrekkelijkheid van het winkelgebied door aanpassingen en verbeteringen in de openbare ruimte, het pand en eventuele verkeersmaatregelen. Het optimaliseren van de openbare ruimte door bijvoorbeeld investeringen in de sfeer- en feestverlichting of het plaatsen van objecten als bankjes, vlaggen en dergelijke en het optimaliseren van de routing en bewegwijzering zijn maatregelen om de openbare ruimte te verbeteren. Investerings in de uitstraling van het pand en het creëren van tijdelijke kwaliteit in de leegstaande panden zijn maatregelen om de aantrekkelijkheid van het pand te vergroten. Door middel van het samenvoegen van panden kunnen grotere retailketens in de panden gevestigd worden maar kan de woonfunctie ook aan de straat worden toegevoegd door de ontwikkeling van appartementen in deze panden. Het faciliteren van autoverkeer kan doelgerichte aankopen ondersteunen en bijdragen aan het beter functioneren van de aanloopstraat.

Wanneer deze maatregelen in een tabel worden geplaatst blijkt dat de juridisch-planologische en de economisch-organisatorische maatregelen veelal nodig zijn om de ruimtelijk-functionele en fysiek-ruimtelijke maatregelen uit te voeren. Om dit weer te geven zijn deze maatregelen in een tabel verwerkt waarbij deze zijn verdeeld in uitvoerende en faciliterende maatregelen. Daarnaast wordt voor elke maatregel aangeduid welke actor deze maatregel kan toepassen. In tabel 2 wordt de gemeente aangeduid met een G, de ondernemer met een O, de vastgoedeigenaar met een V, de winkelstraatmanager met een W en de woningcorporatie met een C.

Tabel 2: Maatregelenlijst

	Maatregelen	Actoren
Uitvoerend	Faciliterend	
Functietransformatie of functie-toevoeging	Bestemmingsplan verbreding	G
	Aankoop van panden	G / V / C
	Actieve acquisitie	G / V / O / W
	Pandenbank	G / V / C
Toevoegen bronpunt	Bestemmingsplan verbreding	G
Clustering	Samenvoegen panden	G / V
	Opstellen brancheringsplan	G / V / O / W
	Actieve acquisitie	G / V / O / W
	Opstellen marketingplan	G / V / O / W
	Pandenbank	G / V / C
Wonen boven winkels	Bestemmingsplan verbreding	G
	Objectsubsidie	G
	Eigen investering vastgoedeigenaar	V
	Aankoop van panden	G / W / C

Aanpassen branchering aan functie van de aanloopstraat	Opstellen brancheringsplan Actieve acquisitie Subjectsubsidie	G / O / W G / V / O / W G
Vestigen trekker	Actieve acquisitie Pandebank Objectsubsidie Aankoop panden	G / V / O / W G / V / C G G / V / C
Optimaliseren openbare ruimte	Opstellen beeldkwaliteitsplan	G
Optimaliseren uitstraling pand	Opstellen beeldkwaliteitsplan Objectsubsidie Eigen investering vastgoedeigenaar	G G V
Creëren tijdelijke kwaliteit	Bestemmingsplan verbreding Opstellen beeldkwaliteitsplan Investeren vastgoedeigenaar	G G V
Optimaliseren routing en bewegwijzering	Opstellen marketingplan Opstellen beeldkwaliteitsplan	G / O / W G
Autoverkeer faciliteren	Verbreding bestemmingsplan	G

5.3 Rol actoren geleidelijke transformatie

De tabel met maatregelen heeft een goed beeld gegeven van de maatregelen die door de actoren kunnen worden toegepast. Nu is het belangrijk om de rollen van de actoren te beschrijven. Adviesbureau BVR heeft het schema 'Nieuwe mindset in de ruimtelijke ordening' opgesteld en in de structuurvisie van de gemeente Oldenzaal verwerkt. Daarbij geven zij aan dat niet alleen de rol van de overheid moet veranderen maar ook van de overige actoren omdat er anders geen ontwikkelingen van de grond komen. Er moet een initiatiefnemer zijn die de kar trekt.

Het is gebleken dat de gemeente, vastgoedeigenaar en de ondernemer de belangrijkste actoren zijn. Tevens is aangegeven in paragraaf 5.1 dat een (winkel)straatmanager een belangrijke actor kan zijn in het proces, en wordt daarom in onderstaande tabel (tabel 3) meegenomen. Daarnaast worden de woningcorporatie en de bewoners en consumenten beschreven, maar zij kunnen niet als belangrijke actor worden aangeduid. In voorgaande paragraaf (paragraaf 5.2) zijn de maatregelen beschreven die de actoren kunnen toepassen. Echter is het belangrijk om inzicht te verschaffen in de rollen van de actoren. Daarbij wordt het schema van adviesbureau BVR 'Nieuwe mindset in de ruimtelijke ordening' gehanteerd. Onderstaande tabel (tabel 3) is een bewerking van het door BVR opgestelde schema. Hierin wordt de verandering van de rollen van de actoren beschreven waarbij de nieuwe rol vanaf 2014 wordt ondersteund met de maatregelen die de actoren kunnen toepassen (tabel 2).

Tabel 3: Schema BVR 'Nieuwe mindset in de ruimtelijke ordening', bewerking voor eigen gebruik.

Actor	Rol anno 2013	Rol vanaf 2014	Bijdrage
Gemeente	Faciliteren	Bieden perspectief (faciliteren) Stimulerend	- Flexibele wet- en regelgeving - Investeren in openbare ruimte - Verstrekken stimuleringsbijdrage (subsidie)
Vastgoedeigenaar	Uitvoeren	Co creatie Faciliterend t.o.v. huidige en toekomstige huurders	- Investeren in pand (uitstraling en/of functieverandering) - Stimulerende huurvoorwaarden (toepassen omzethuur of huurverlaging doorvoeren)
Ondernemer	Initiëren	Financiers & innovator	- Investeren in uitstraling gebied (ambiance) - Creëren identiteit van de straat

Ondernemer & eigenaar	Initiëren & uitvoeren	Co creatie	- Investeren in pand (uitstraling en/of functieverandering) - Creëren identiteit van de straat - Investeren in uitstraling gebied
(Winkel)straatmanager	Regisseren	Regisseren	- Verbinden van partijen - Creëren identiteit van de straat - Actief opzoek naar nieuwe huurders
Woningcorporatie	Uitvoeren	Co creatie	- Investeren in panden - Investeren aantrekkelijk woon- en leefomgeving
Bewoners en consumenten	Bepaler/consument	Kwaliteitsbewakers	- Bezwaar en beroep

Terugblikkend op hoofdstuk vier kan bevestigd worden dat de gemeente, vastgoedeigenaar en de ondernemer de belangrijkste actoren zijn. De gemeente is verantwoordelijk voor het scheppen van een goede ruimtelijke ordening. Daarbij zal zij gunstige voorwaarden (perspectieven) moeten scheppen door middel van een flexibele wet- en regelgeving. Daarnaast moet zij de overige actoren stimuleren door middel van een stimuleringsbijdrage (bijvoorbeeld medefinanciering gevelverbetering). De vastgoedeigenaar speelt een belangrijke rol in het proces aangezien zij over de invulling en de uitstraling van het pand gaat. Dat maakt de vastgoedeigenaar een belangrijke samenwerkingspartner die invloed heeft op het proces en het resultaat van dit proces (co-creatie). Hoewel de ondernemer grote belangen heeft bij een goed functionerende en aantrekkelijke vestigingsomgeving, zijn het pakket aan maatregelen beperkt. Wel kan de ondernemer een belangrijke rol spelen bij de financiering van het proces gericht op de verbetering van de uitstraling van het gebied. De ondernemers hebben tevens een belangrijke rol bij het onderscheidend vermogen van de straat door middel van het opstellen van een identiteit voor de straat.

De (winkel)straatmanager vervult een belangrijke rol bij het verbinden van de partijen en moet fungeren als spil tussen de overheden en de overige actoren. Daarnaast moet de (winkel)straatmanager zichtbare resultaten behalen door middel van het uitvoeren van concrete projecten.

Hoewel de woningcorporatie als samenwerkingspartner (co-creatie) wordt aangeduid is de deelname van de woningcorporatie een complexe opgave. De wet- en regelgeving schrijft namelijk voor dat de woningcorporaties zich op haar kerntaken moet concentreren en er bepaalde voorwaarden zijn voor het investeren in de leefbaarheid (paragraaf 4.1). In de Deurningerstraat kan de woningcorporatie dan ook niet als actor gezien worden omdat zij simpelweg geen bezit heeft.

De bewoners en consumenten hebben geen maatregelen ter beschikking die kunnen bijdragen aan een (geleidelijke) transformatie van een aanloopstraat. Wel kunnen de bewoners als kwaliteitsbewakers worden aangesteld door middel van het aantekenen van bezwaar en beroep op beslissingen die door het bestuursorgaan genomen zijn. Echter dienen de bewoners rechtstreeks betrokken te zijn bij deze beslissing (bijvoorbeeld vergunningverlening wat leidt tot nadelige gevolgen voor de bewoner) (Ministerie van Veiligheid en Justitie, 2015).

5.4 Conclusie

Dit hoofdstuk heeft antwoord gegeven op de onderzoeksvraag 'welke maatregelen zijn er voor de betreffende actoren in de literatuur beschreven voor het verbeteren van een aanloopstraat'. Het is gebleken dat een aantal maatregelen die in dit hoofdstuk zijn beschreven onder het mom van het centrummanagement, Bedrijveninvesteringszone en (winkel)straatmanagement kunnen worden uitgevoerd. Echter wordt de totstandkoming van een BIZ als een complexe opgave aangemerkt. Voor

de beantwoording van welke maatregelen er voor de betreffende actoren in de literatuur zijn beschreven voor het verbeteren van een aanloopstraat kan verwezen worden naar tabel 2.

Daarnaast kan geconcludeerd worden dat de samenwerkingsverbanden uit het centrummanagement en winkelstraatmanagement kansrijk zijn om zichtbare resultaten te behalen omtrent de transformatie van een aanloopstraat. Daarbij is het belangrijk dat deze (winkel)straatmanager regisserend optreedt door de partijen te verbinden en tevens zichtbare resultaten behaalt door middel van concrete projecten. Op basis van de nieuwe rollen voor de actoren kan geconcludeerd worden dat de gemeente de taak en de maatregelen heeft voor het scheppen van goede (toekomst) perspectieven door de toepassing van flexibele wet- en regelgeving, het verstrekken van stimuleringsbijdragen (subsidies) en de aanpak van de openbare ruimte. De vastgoedeigenaar is een belangrijke samenwerkingspartner voor de gemeente. De vastgoedeigenaar zal met name moeten investeren in de uitstraling van het pand en goede voorwaarden voor nieuwe huurders scheppen (huurverlaging). De ondernemer moet zich inzetten voor de uitstraling en de profilering van de straat. Daarbij gaat het met name om fysiek-ruimtelijke maatregelen die de sfeer en ambiance van de straat moeten verbeteren.

Echter vereist het (geleidelijk) transformeren en verbeteren van de aanloopstraat maatwerk van alle actoren. Het belangrijkste is dat er een initiatiefnemer is die de kar trekt. De transformatie van een aanloopstraat zal enkel slagen als alle partijen het gezamenlijk belang nastreven. Het vraagt een goede samenwerking en onderling vertrouwen van de actoren om gezamenlijk de aanloopstraat van een nieuwe toekomst te voorzien. Daarbij laten de maatregelen en de rol van de gemeente vanaf 2014 zien dat de gemeente vooral moet faciliteren en stimuleren door middel van flexibele wet- en regelgeving, het verstrekken van stimuleringsbijdragen en de aanpak van de openbare ruimte.

Hoofdstuk 6. Referentiegemeenten

In de voorgaande hoofdstukken zijn de problematiek en de toekomst van de aanloopstraat beschreven, zijn de actoren in beeld gebracht en de maatregelen die deze actoren ter beschikking hebben. Dit hoofdstuk gaat in op de praktijkervaringen van de geselecteerde gemeenten Zutphen en Enschede. Dit hoofdstuk beschrijft de ambities van de gemeente Zutphen en Enschede omtrent de binnenstad, de kern van (een of meerdere) transformaties van aanloopstraten, de rol van de gemeente en de actoren en welke maatregelen zijn toegepast. De input van dit hoofdstuk is afkomstig van beleidsdocumenten en interviews met betrokken personen van de gemeente Zutphen en Enschede.

6.1 Gemeente Zutphen

Deze paragraaf beschrijft de aanpak van Zutphen omtrent de aanloopstraten en een vitale binnenstad. De gemeente Zutphen spreekt in haar binnenstadsvisie de ambitie uit om de aantrekkelijkste binnenstad van Nederland te zijn (Gemeente Zutphen, 2012). De gemeente Zutphen heeft in 2009 gewerkt aan de transformatie van de Laarstraat. De Laarstraat was een belangrijke aanloopstraat van Zutphen, maar kampte met problemen als leegstand en het had geen duidelijk economisch profiel. Reden voor de gemeente Zutphen om de straat nieuw leven in te blazen. In deze paragraaf worden de aanleiding en visie van de transformatie en de uitwerking van de transformatie beschreven. De transformatie van de Laarstraat wordt aan de hand van literatuur beschreven waarna de resultaten middels een interview met de heer Post (adviseur Ruimte & Wonen) en mevrouw Bolder (Gebiedsmanager) van de gemeente Zutphen worden achterhaald.

Aanleiding transformatie

De Laarstraat in Zutphen kent een lange historie in Zutphen als belangrijke invalsroute vanuit het oosten (Warnsveld). Ook nu is de Laarstraat nog altijd een belangrijke aanloopstraat van Zutphen. Echter, in 2007 heeft adviesbureau Seinpost een economische visie voor de Laarstraat opgesteld. De straat had geen duidelijk economisch profiel, toonde geen eenduidig eigen gezicht en had te maken met leegstand. Tevens was de Laarstraat erg gedateerd en was de riolering aan vervanging toe (Bolder, persoonlijke communicatie, 13 april, 2016). De indruk bestond dat de Laarstraat een eigen en herkenbare aanvulling op de stadseconomie kon betekenen en dat er meer kansen lagen voor de Laarstraat als aanloopstraat. Reden voor de gemeente Zutphen tot het uitvoeren van de economische visie, wat is uitgevoerd door Seinpost. Het doel van de economische visie was om de commerciële potentie inzichtelijk te maken. Om te werken aan de toekomstige positie en de functionele structuur van de Laarstraat is er gewerkt op twee manieren: van 'bovenaf' door te onderzoeken welke bijdrage de straat kan leveren aan de economische structuur van Zutphen en de binnenstad. En van 'onderaf' door na te gaan welke ondernemers zich wel of juist niet thuis voelen in de Laarstraat (Seinpost, 2007).

Visie transformatie Laarstraat Zutphen

Een belangrijk middel voor het opstellen van het economisch profiel was het houden van interviews onder de eigenaren en ondernemers in de Laarstraat. Op basis van deze gegevens is een SWOT-analyse opgesteld waarna er een identiteit voor de straat kon worden opgesteld. Het is gebleken dat het opstellen van een eenduidig overkoepelend thema lastig was voor de Laarstraat gezien de verscheidenheid in de straat. Wel is er een overkoepelend gevoel onder de ondernemers en eigenaren: eigenzinnigheid en zelfbewustheid, gebaseerd op basis van het eigen vakmanschap en creativiteit. Dit hield in dat de Laarstraat een straat is waar je kunt starten met een bedrijf en waar de traditionele broedplaatsgedachte kan worden ingevuld. (Seinpost, 2007).

De 'economische visie Laarstraat' (2007) omschrijft de gewenste ontwikkelingen voor de drie deelgebieden van de straat. Daarbij wordt veronderstelt dat het geografisch clusteren van dezelfde

soort ondernemingen leidt tot succesvollere ondernemingen door informatie-uitwisseling en het gebruik maken van elkaars klantenstroom. Daarbij is de visie ingegaan op drie deelgebieden van de straat:

- In deelgebied 1 ligt de prioriteit op het recreatief winkelen.
- Deelgebied 2 moet worden gezien als overgangsgebied. Daar is ruimte voor niet-dagelijkse detailhandel, doelgerichte speciaalzaken, ambacht en ondernemingen die kunst(artikelen) verkopen. De passantenstroom is hier minder dan in deelgebied 1 maar de winkels (speciaalzaken) trekken een gericht publiek.
- Deelgebied 3 ligt op een grote afstand van het kernwinkelgebied waardoor het gebied geschikt is voor clustering van functies in de kunst/galerie-sector en ambachtelijke bedrijvigheid. Daarnaast kan wonen tevens als functie worden toegevoegd.

(Seinpost, 2007)

Uitvoeringsmaatregelen visie

Hierboven is beschreven welk profiel/identiteit geschikt is voor de Laarstraat. Enkel aangeven naar welke identiteit gestreefd moet worden is onvoldoende. De 'economische visie Laarstraat' geeft aan dat het van belang is dat de verschillende partijen gezamenlijk optrekken om het gewenste streefbeeld te realiseren. Daarbij hoort een actieve aanpak waarbij men bereid is om tijd en geld te investeren. Er worden drie factoren onderscheiden die er toe doen (omdat 'ze de straat maken') en geven de verantwoordelijkheden voor de partijen inhoud: de onderneming, het pand en de omgeving:

- Het beter economisch functioneren van de straat begint bij ondernemingen die een professionele bedrijfsvoering kennen met een assortiment dat aansluit bij de wensen van de klant en de ondernemers goede service bieden. Daarnaast is een eigen identiteit van de straat belangrijk voor de vestiging van toekomstige ondernemers. De ondernemers zijn hier verantwoordelijk voor.
- De panden zijn van belang bij een goed functionerende straat. Het pand moet goed onderhouden zijn, een open uitstraling hebben en voldoende ruimte bieden voor de ondernemer. De eigenaren zijn verantwoordelijk voor de uitstraling van de panden.
- De omgeving is tevens van belang voor een goed functionerende straat. Hierbij gaat het om de inrichting van de straat, het meubilair, het onderhoud en schoon houden maar ook verkeersaspecten als veiligheid en parkeren. Deze verantwoordelijkheid ligt met name bij de gemeente, maar voor een deel ook bij de ondernemers, bewoners en eigenaren.

(Seinpost, 2007)

Het 'Startdocument aanloopstraten' (Post, 2016) beschrijft de volgende kenmerken van de Laarstraat: De laarstraat ligt buiten het kernwinkelgebied. De ondernemers profileren de straat als "eigenzinnig, creatief en kundig". Sinds de transformatie in 2009 geldt er een eenrichtingsverkeer, zijn er volop parkeerplaatsen voor auto's, fietsers hebben een vrij liggend fietspand en er zijn ruime stoepen voor voetgangers. In het westelijke deel van de straat (aangrenzend aan kernwinkelgebied) zijn veel winkels en in het oostelijke deel komen voornamelijk andere functies voor zoals dienstverlening en wonen (Post, Startdocument aanloopstraten, 2016). Voor de realisatie van de transformatie van de Laarstraat zijn een aantal maatregelen toegepast door de actoren. In tabel 4 die hieronder wordt weergegeven zijn de toegepaste maatregelen beschreven en welke actoren hier verantwoordelijk voor waren. Daarbij worden de maatregelen beschreven op basis van het vorige hoofdstuk en verdeeld in de uitvoerende en faciliterende maatregelen. Deze tabel is tot stand gekomen door middel van de 'economische visie Laarstraat' (2007) en het interview met de heer Post en mevrouw Bolder.

Tabel 4: Uitvoeringsmaatregelen Laarstraat

Uitvoerend	Gericht op factor	Ondersteunend	Verantwoordelijke actor
Herinrichting deelgebieden Laarstraat	Onderneming, pand, omgeving	- Flexibel bestemmingsplan	Gemeente Zutphen
Eenrichtingsverkeer	Omgeving	- Optimalisering verkeersstructuur - Opstellen (verkeers)visie ondernemers	- Gemeente Zutphen - Ondernemers(vereniging)
Stimuleren gewenste activiteiten en functies	Onderneming, pand, omgeving	- Brancheringen actieve acquisitie - Flexibel bestemmingsplan - Actief aandragen huurders - Verwerven panden	- Ondernemers(vereniging) - Gemeente Zutphen - Gemeente + ondernemers - Gemeente + woningcorporatie
(Her)opstart ondernemers-vereniging	Onderneming, pand, omgeving	- Opzetten binnenstadsmanagement	- Ondernemers + gemeente Zutphen
Optimalisering openbare ruimte	Omgeving	- X	- Gemeente Zutphen
Verbetering uitstraling pand	Pand	- Eigen investering eigenaren (gevelaanpak)	- Vastgoedeigenaren

Tabel 4 heeft inzicht gegeven in de maatregelen die zijn uitgevoerd om de Laarstraat een nieuwe toekomst te geven. De kern van de transformatie van de Laarstraat was het opknappen van een gedateerde straat en het aantrekkelijker maken van een aanloopstraat die de stad spannend en aantrekkelijk maakt. Door de transformatie heeft de Laarstraat een verblijfsfunctie gekregen (Post & Bolder, persoonlijke communicatie, 13 april, 2016). De transformatie heeft ertoe geleid dat er in het oostelijke deel van de straat voornamelijk functies als wonen en dienstverlening gerealiseerd zijn en het westelijke deel vooral gericht is op de detailhandel. Uit de interviews is gebleken dat de transformatie van de Laarstraat zijn vruchten heeft afgeworpen aangezien de straat weer een duidelijk economisch profiel heeft, de leegstand gedaald is en de straat weer een aantrekkelijk verblijfsklimaat voor de gevestigde ondernemers biedt (Post & Bolder, persoonlijke communicatie, 13 april 2016).



Afbeelding 4: Laarstraat Zutphen, eigen materiaal

6.2 Gemeente Enschede

Met het 'Actieprogramma Binnenstad' gaat de gemeente Enschede de komende jaren aan de slag om de binnenstad nog aantrekkelijker te maken. De gemeente Enschede streeft naar een sterker onderscheidend vermogen van deelgebieden in de binnenstad (Gemeente Enschede, 2013). Daarnaast streeft zij tevens naar gezonde radialen (aanloopstraten). De radialen naar de binnenstad hadden van oudsher een winkelfunctie maar kenmerken zich tegenwoordig door een grote mix aan commerciële functies (o.a. dienstverlening afgewisseld met andere functies, bijv. wonen.) (Gemeente Enschede, 2011). Dat kan alleen in samenwerking met de ondernemers, vastgoedeigenaren en alle andere partijen in de binnenstad. De gemeente Enschede heeft voor de transformatie van aanloopstraten verschillende visiedocumenten laten opstellen, die als basis dienen voor een samenwerkingsproces van alle belanghebbenden in de straat om de straat weer levendig te maken. In deze paragraaf worden de aanleiding en visie van de transformatie en de uitwerking van de transformatie beschreven.

In Enschede wordt er hard gewerkt aan het vitaal houden van de binnenstad. Daarbij valt een transformatie van afgegleeden aanloopstraten niet weg te denken. De Stadsgravenstraat is in 2011 getransformeerd en in 2014 is er een plan geschreven voor de transformatie van De Heurne. De Stadsgravenstraat is succesvol getransformeerd terwijl de transformatie van De Heurne nog altijd niet is uitgevoerd. Hoewel de transformatie van De Heurne nog niet is uitgevoerd wordt deze wel beschreven. Samen met de werkwijze van de Stadsgravenstraat geeft het een duidelijk beeld van de werkwijze van de gemeente Enschede en het geeft tevens aan waarom de transformatie van De Heurne nog niet van start is gegaan.

6.2.1 Transformatie Stadsgravenstraat

Aanleiding transformatie Stadsgravenstraat

Op een kaart van Jacob van Kampen uit 1560 is te zien dat onder andere de Stadsgravenstraat de grens van de stad vormt. De aanwezigheid van het imposante Hotel De Graaf en de vestiging van de V&D in de jaren dertig van de vorige eeuw, gaven de omgeving een sterke impuls waardoor meer bedrijvigheid ontstond. Door de aanleg van de boulevard-1945 in de tweede helft van de vorige eeuw verschoof het hart van de van de bedrijvigheid zich naar de zuidkant van het centrum waarop de V&D besloot om zich naar daar te verplaatsen. Als gevolg hiervan hadden veel ondernemers geen bestaansrecht meer. Met de herinrichting van de Oude markt in de jaren zeventig ontstond een plein dat zich heeft ontwikkeld tot een van de gezelligste uitgaansgebieden van Nederland en werd de straat aantrekkelijk voor ondernemers om activiteiten te ontwikkelen (Beumers, 2011). Enige tijd later gleed de straat toch langzaam af. De ondernemers en de vastgoedeigenaren van deze straat zijn bij elkaar gekomen en vonden dat er wat moest gebeuren om de straat nieuw leven in te blazen om de verpaupering, verloedering en leegstand tegen te gaan (Berning, persoonlijke communicatie, 21 april, 2016). De basis voor de transformatie werd hierbij gelegd.

Visie Stadsgravenstraat

De vastgoedeigenaren en de ondernemers hebben zich in de Stadsgravenstraat verenigd om zich gezamenlijk in te zetten voor de straat. Zij zetten zich in voor een Stadsgravenstraat met de allure van de groene en gezellige straatjes zoals je die in binnensteden in Spanje aantreft. Het gaat dan niet alleen om de uitstraling van de panden, maar ook het versterken van het groene karakter en het opstellen van een verlichtingsplan (Beumers, 2011). Uiteindelijk moet de Stadsgravenstraat een straat zijn waar stappers, jong en oud, studenten maar ook families terecht kunnen voor vertier of zomaar een drankje (Beumers, 2011). De ondernemers en vastgoedeigenaren zijn zelf verantwoordelijk voor het proces. “Als gemeente zorgen we dat we de smeerolie zijn, dus zorgen dat de zaken soepel verlopen” (Berning, persoonlijke communicatie, 21 april, 2016).

Uitvoeringsmaatregelen Stadsgravenstraat

De kern van de transformatie van de Stadsgravenstraat was het verbeteren van de veiligheid, het slechte gevelbeeld en het onveilige gevoel in de straat. De Stadsgravenstraat is een horeca aanloopstraat waar dezelfde problematiek als de winkel aanloopstraten speelt. De straat is in samenwerking met de ondernemers en de vastgoedeigenaren succesvol getransformeerd waardoor deze straat als referentie voor de gemeente Oldenzaal kan dienen. Het eigendom van de panden is verdeeld onder een aantal lokale vastgoedeigenaren. “Zij hebben binding met de stad waardoor de emotionele betekenis van de straat een rol speelt bij de afweging om te investeren in het gebied” (Berning, persoonlijke communicatie, 21 april, 2016). Om ervoor te zorgen dat de Stadsgravenstraat een straat is waar bezoekers terecht kunnen voor vertier en een drankje, en waar de allure van de Spaanse binnensteden in verwerkt is, zijn een aantal maatregelen uitgevoerd om dit te verwezenlijken. Deze worden hieronder in tabel 5 weergegeven (Berning, persoonlijke communicatie, 21 april 2016):

Tabel 5: Uitvoeringsmaatregelen Stadsgravenstraat

Uitvoerend	Gericht op factor	Ondersteunend	Verantwoordelijke actor
Verbeteren uitstraling pand (gevelverbetering)	Pand	- Eigen investering vastgoedeigenaar - Objectsubsidie ('Actieprogramma Binnenstad')	- Vastgoedeigenaar - Gemeente Enschede
Creëren eigen identiteit en verfraaiing van het straatbeeld	Onderneming, pand, omgeving	- Opstellen brancheringsplan - Objectsubsidie ('Actieprogramma Binnenstad')	- Ondernemers - Gemeente Enschede
Optimaliseren openbare ruimte	Omgeving	- X	- Gemeente Enschede - Ondernemers

De transformatie van de Stadsgravenstraat heeft ervoor gezorgd dat de Stadsgravenstraat weer een prima verblijfsklimaat voor bezoekers biedt en een goede uitstraling heeft (Berning, Persoonlijke communicatie, 21 april, 2016). De Stadsgravenstraat heeft door middel van een goede samenwerking tussen de betrokken actoren een succesvolle transformatie uitgevoerd. Het veiligheidsgevoel, de uitstraling van de panden en de uitstraling van het gebied zijn in de ogen van de actoren flink verbeterd. Hoewel de Stadsgravenstraat geen winkelstraat is kan deze transformatie toch van waarde zijn voor de Deurningerstraat in Oldenzaal aangezien het de kracht van de onderlinge samenwerking tussen de actoren in beeld heeft gebracht.



Afbeelding 5: Stadsgravenstraat Enschede, (Gemeente Enschede, 2012)

6.2.2 Transformatie De Heurne

Aanleiding transformatie De Heurne

De Heurne is één van de oudste wegen van Enschede. Oorspronkelijk was het de weg die richting Lonneker, Losser en Oldenzaal liep. In het begin van de 20^e eeuw was De Heurne een belangrijke winkelstraat en liep er ook een trambaan richting Oldenzaal, waardoor de straat breder is dan de meeste straten in de binnenstad. Uiteindelijk veranderde de positie van De Heurne als hoofdverbinding in een rustige aanloopstraat. Veel van de allure ging verloren maar de straat bleef nog lange tijd gezellig en drukbezocht. Tegenwoordig zijn er voornamelijk zelfstandige ondernemers met een gevarieerd aanbod van producten en diensten in De Heurne gevestigd. Veel panden zijn in particulier eigendom of in bezit van kleine beleggers. Winkels, horeca en uitzendbureaus wisselen elkaar af. De straat komt in eerste instantie eentonig over. Verblijfsklimaat heeft de straat niet. Een aanzienlijk deel van de winkelruimtes in de straat staat leeg door de afname van publiek in de straat. Wel zien deze panden er over het algemeen nog redelijk goed uit (Jeugd, Budde, Koelen, Verbakel, & Teunis, 2014). Uiteindelijk kan de uitstraling van het gebied volledig veranderd worden waardoor het weer een waardige entree naar de binnenstad kan vormen.

Visie De Heurne

Het inspiratieboek voor De Heurne geeft aan dat de hoofddoelen van het project het terugdringen van leegstand en het verbeteren van de economische mogelijkheden en de leefbaarheid zijn. Een belangrijke maatregel daarbij is het verzorgen van nieuw gebruik voor leegstaande panden. Ondanks de problemen heeft De Heurne een aantal grote kwaliteiten: monumentale panden en duurzame winkels etc. Deze kwaliteiten worden aangegrepen om een nieuwe identiteit te ontwikkelen: de eerste

duurzaamheidsstraat in Oost Nederland. De gemeente is in dit proces een partner die faciliteert en toetst welke ontwikkelingen passen binnen de gemeentelijke visie voor dit gebied (Jeugd, et al., 2014). Een wezenlijk verschil tussen de visie van De Heurne en de Stadsgravenstraat is dat de visie voor De Heurne op eigen initiatief van de opdrachtgever is geschreven (Van der Jeugd Architecten) terwijl de visie voor de Stadsgravenstraat in opdracht en samenwerking van de ondernemers en vastgoedeigenaren is opgesteld.

Uitvoeringsmaatregelen De Heurne

Hierboven is de visie voor De Heurne beschreven. Daarbij wordt aangegeven dat de kwaliteiten moeten worden aangegrepen om een nieuwe sterke identiteit voor de straat te ontwikkelen, waarbij de straat zich transformeert tot de eerste duurzaamheidsstraat van Oost Nederland. Dit sluit goed aan bij het aantal 'duurzame' ondernemers in de straat, past in de tijdgeest en biedt kansen die verder gaan dan alleen het aantrekken van nieuwe ondernemers zoals het verduurzamen van de panden en het opwaarderen van het openbare gebied. Hoewel het inspiratieboek is opgesteld is de transformatie van de straat niet (geheel) uitgevoerd. Echter zijn de maatregelen die de transformatie mogelijk moeten maken beschreven in de visie voor De Heurne. Deze worden hieronder in de tabel weergegeven.

Tabel 6: Uitvoeringsmaatregelen De Heurne

Uitvoerend	Gericht op factor	Ondersteunend	Verantwoordelijke actor
Optimaliseren openbare ruimte	Omgeving	- X	- Gemeente Enschede
Transformatie tot duurzaamheidsstraat (Identiteit straat en aanpassingen aan het pand)	Onderneming, pand, omgeving	- Gebiedsbranding - Investering eigenaar pand - Objectsubsidie ('Actieprogramma binnenstad;)	- Ondernemers + gemeente - Vastgoedeigenaar - Gemeente Enschede
Opwaarderen pand (gevelverbetering)	Pand	- Eigen investering eigenaar - Objectsubsidie ('Actieprogramma Binnenstad')	- vastgoedeigenaar - gemeente Enschede

De reden dat de transformatie van De Heurne nog niet is uitgevoerd kan gezocht worden in het opstellen van en de uitgangspunten van de visie. De visie voor de Laarstraat in Zutphen en de Stadsgravenstraat in Enschede zijn beide opgesteld ter verbetering van het economisch functioneren. De visie voor De Heurne gaat wel in op economische mogelijkheden maar wordt vooral opgesteld om de uitstraling van het gebied te verbeteren. Oftewel, de 'what's in it for me' vraag wordt op economisch vlak niet beantwoord. Dit in combinatie met het feit dat de visie niet in opdracht van de gemeente Enschede, de ondernemers en vastgoedeigenaren is opgesteld, kan leiden tot onvoldoende draagvlak onder de ondernemers en vastgoedeigenaren waardoor de transformatie niet van de grond is gekomen.

6.3 Zutphen en Enschede als leermeester

In het voorgaande deel van dit hoofdstuk zijn de transformaties van de referentiegemeenten Zutphen en Enschede beschreven. Beide gemeenten hebben succesvolle transformaties van aanloopstraten uitgevoerd. Het doel van dit hoofdstuk is om de praktijkvoorbeelden van Zutphen en Enschede te gebruiken voor de transformatie van een aanloopstraat in Oldenzaal. Hoewel elke aanpak van aanloopstraten maatwerk vereist, en de problematiek overal anders is, is het belangrijk om van elkaars successen te leren en de faalfactoren van het proces te benoemen. De gemeenten Zutphen en Enschede kunnen als leermeesters dienen voor de gemeente Oldenzaal. Deze paragraaf berust op de ervaringen van de professionals van de gemeente Zutphen en de gemeente Enschede. Deze paragraaf beschrijft allereerst de keuze voor het gebruik van subsidies, daarna de succes- en faalfactoren van het

proces van de transformatie van de aanloopstraat en als laatst welke aanbevelingen de professionals van de gemeenten Zutphen en Enschede de gemeente Oldenzaal zouden doen omtrent de transformatie van een aanloopstraat.

Gebruiksubsidies

Het grote verschil in de maatregelen die de gemeenten Zutphen en Enschede uitvoeren is het verstrekken van subsidies. De gemeente Zutphen verstrekt geen subsidies voor de aanpak van een pand terwijl de gemeente Enschede hier wel subsidie voor verstrekt. De gemeente Zutphen wil faciliteren en stimuleren door flexibel om te gaan met planologische instrumenten. “Het is niet meer de tijd om met subsidies en regels bepaalde zaken te regelen. Het is de tijd van samen in gesprek gaan en in te spelen op elkaars verantwoordelijkheid. Daarbij moeten planologische instrumenten geen belemmering zijn” (Post, Persoonlijke communicatie, 13 april, 2016). De gemeente Enschede ziet zichzelf vooral als de smeeroilie. “Je moet zorgen dat de zaken soepel verlopen in de vergunningen en middels subsidies faciliteren en stimuleren, zorgen dat het mogelijk wordt om iets uit te voeren” (Berning, Persoonlijke communicatie, 21 april, 2016).

Succes- en faalfactoren

Op basis van de interviews kan aangegeven worden dat de transformatie alleen een succes kan worden als het samen met de mensen die er wonen of ondernemen gedaan wordt. “Het moet echt een gezamenlijk product zijn waar iedereen achter staat. Je moet het plan samen met de ondernemers en pandeigenaren ontwikkelen en hoge kwaliteit nastreven” (Bolder & Post, persoonlijke communicatie, 13 april, 2016). Daarbij is het belangrijk dat je er gelijkwaardig in zit. “Je moet van elkaar beseffen dat je elkaar nodig hebt. Je moet open kaart kunnen spelen en accepteren dat niet alles lukt maar dat wel iedereen zijn best doet. Je moet heldere en behapbare doelstellingen voor elkaar hebben en zorgen dat je concrete resultaten boekt. Je moet gebruik maken van de slechte eigenschappen van de mens: jaloezie” (Berning, persoonlijke communicatie, 21 april, 2016).

De faalfactoren van de transformatie zijn gericht op de tijd. Als een project te lang duurt. Je moet aan de slag een concrete zichtbare resultaten behalen. Dan houd je de energie van de actoren vast. “Als je te lang in het abstracte blijft hangen haken mensen af” (Berning, persoonlijke communicatie, 21 april, 2016).

Aanbevelingen voor Oldenzaal

In het interview is gevraagd welke aanbevelingen de referentiegemeenten de gemeente Oldenzaal meegeven voor de transformatie van een aanloopstraat. Het is belangrijk dat de gemeente Oldenzaal op zoek gaat naar een bepaald thema, een bepaalde identiteit voor de straat. Tevens zal er een ondernemersvereniging moeten worden opgericht en moet een binnenstadsmanager worden aangesteld die fulltime bezig is met de problematiek van de aanloopstraten. Je moet als gemeente faciliteren en stimuleren waar het kan (Bolder & Post, persoonlijke communicatie, 13 april, 2016). “Je moet het proces zien als opvoeden. Je wilt dat je kind zelfstandig is, eigen verantwoordelijkheid neemt, zichzelf kan redden en problemen zoveel mogelijk oplost. Wat je als ouder moet doen is kijken wat niet goed gaat en daar spring je bij” (Berning, persoonlijke communicatie, 21 april, 2016). Dat betekent dat de verantwoordelijkheid bij de ondernemers en vastgoedeigenaren ligt. Als gemeente moet je voornamelijk faciliteren en zorgen dat het proces draaiende blijft.

6.4 Conclusie

Dit hoofdstuk heeft getracht antwoord te geven op de vraag ‘hoe gaan de geselecteerde gemeenten om het transformeren van een aanloopstraat’. Uit de interviews en de literatuur kan worden aangegeven dat het transformeren van een aanloopstraat maatwerk vereist waarbij het belangrijk is

dat de werkwijze aansluit bij de bestuursstijl van de gemeente. De codering van de interviews (bijlage 3.3) geeft een duidelijk beeld van de verschillende werkwijzen van beide gemeenten omtrent het transformeren van een aanloopstraat. Hoewel de gemeente Zutphen geen stimuleringsbijdragen ter beschikking stelt, speelt zij in op het verantwoordelijkheidsgevoel en meeloopgedrag van de actoren. Daarentegen stimuleert de gemeente Enschede wel door middel van subsidieverstrekking en tevens door in te spelen op de slechte eigenschappen van de mens (jaloerie). Wel kan op basis van beide gemeenten geconcludeerd worden dat een transformatie van een aanloopstraat enkel kan slagen als het een gezamenlijk product van alle actoren is, waarbij iedereen achter het plan staat. Daarbij is het noodzakelijk dat de maatregelen worden toegepast op drie factoren: het pand, de onderneming en de omgeving. De gemeente moet faciliteren en stimuleren waar het kan en het proces zien als het (her)opvoeden van een kind. Dat betekent dat de verantwoordelijkheid bij de ondernemers en vastgoedeigenaren ligt en de gemeente als smeerolie fungeert en het proces draaiende houdt.

Hoofdstuk 7. Toekomst Deurningerstraat

De voorgaande hoofdstukken hebben de problematiek van de aanloopstraat, de betrokken actoren en de maatregelen weergegeven. Daarmee is het doel om de gereedschapskist te vullen bereikt. Echter is het belangrijk om te weten dat de gereedschapskist nooit vol kan zijn. Door de huidige en toekomstige ontwikkelingen kunnen er altijd nieuwe maatregelen (gereedschappen) aan de gereedschapskist worden toegevoegd.

Er kan worden aangegeven dat alle actoren belang hebben bij het vergroten van de aantrekkelijkheid van het gebied. Dit hoofdstuk heeft als doel om op basis van de ambities van de actoren een kansrijk perspectief voor de Deurningerstraat aan te bieden. Allereerst zal de ambitie van de gemeente Oldenzaal in beeld worden gebracht. Daarbij wordt gebruik gemaakt van het 'Masterplan Binnenstad' (2009), de detailhandelsvisie (2013) en het coalitieakkoord (2014). Voor de transformatie van de Deurningerstraat is het belangrijk dat er voldoende draagvlak is en dat er vanuit de omgeving weinig weerstand wordt uitgeoefend op de transformatie. Daarom zullen de belangrijkste resultaten van het 'Actieplan De Nieuwe Winkelstraat Oldenzaal' (2016) worden beschreven, waarbij de Stichting Ondernemersfonds Binnenstad Oldenzaal, de gemeente Oldenzaal en een groep ondernemers aan hebben samengewerkt om te komen tot een toekomstbestendig winkelgebied. Als laatst wordt er gebruik gemaakt van de resultaten van de bijeenkomst van de 'werkgroep Deurningerstraat'. Deze resultaten schetsen een kansrijk perspectief voor de Deurningerstraat.

7.1 Ambities gemeente Oldenzaal

De gemeente Oldenzaal beaamt de urgentie voor een nieuwe toekomst van de Deurningerstraat. Naast het feit dat de gemeente Oldenzaal verantwoordelijk is voor een goede ruimtelijke ordening en het tegengaan van maatschappelijke problemen omtrent de leegstand, ambieert de gemeente Oldenzaal een goede en aantrekkelijke binnenstad. Het in 2009 door de Raad vastgestelde Masterplan Binnenstad is een eerste toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen in de binnenstad van Oldenzaal. Het centrum van Oldenzaal is levendig door de verschillende functies en initiatieven die er worden ontplooid. Diverse functies als monumenten en musea, horeca- en winkelaanbod, bereikbaarheid, parkeervoorzieningen en de inrichting van de openbare ruimte zijn van invloed op de totale beleving van de bezoeker en inwoner. De ruimtelijke kwaliteit van de binnenstad vraagt daarom nadrukkelijk aandacht (Gemeente Oldenzaal, 2009). Zoals al is beschreven streeft de 'Detailhandelsvisie Oldenzaal' naar een compacter winkelgebied. Tevens heeft hoofdstuk een 'wat is een aanloopstraat' geconcludeerd dat de aanloopstraat niet enkel als winkelstraat moet fungeren. De straat zal van kleur moeten verschieten en nieuwe functies moeten verwelkomen. Het hoofdstuk 'programma beleidskader' uit het 'Masterplan Binnenstad' van de gemeente Oldenzaal bevat een aantal ambities die de gemeente Oldenzaal wil behalen. De belangrijkste worden hieronder beschreven:

- **Wonen in de binnenstad; woningbouw minder uitbreiding, meer inbreiding**
De gemeente Oldenzaal streeft naar het behoud en het uitbreiden van het wonen in de binnenstad. Echter zullen er minder uitbreidingen moeten plaatsvinden maar meer inbreiding. Oldenzaal kent een "stedelijkheid op maat" wat gekenmerkt wordt door de huidige omvang van de stad. Deze omvang moet gehandhaafd worden om de kwaliteit van de leefomgeving te bewaken.
- **Winkelstructuur**
Het centrum van Oldenzaal kenmerkt zich door haar winkelfunctie en is een grote trekker voor de stad. Tegenwoordig gaat het niet enkel om winkelen maar de bezoeker is meer uit op beleving. De ambitie van Oldenzaal is dat het centrum moet worden versterkt en aantrekkelijk

moet blijven, waardoor bezoekersaantallen zullen stijgen en de bezoeker langer in de stad verblijft.

- Verkeeren vervoer

De binnenstad kenmerkt zich door het autoluwe karakter. Het verkeersluwe karakter van de binnenstad dient door voldoende parkeervoorzieningen te worden ondersteund. Er wordt gesteld dat metingen uitwijzen dat er voldoende parkeervoorzieningen aanwezig zijn.

- Cultuur in de binnenstad

Oldenzaal heeft de ambitie om het recreatief verblijf in de binnenstad aantrekkelijker te maken voor zowel de eigen inwoner als de bezoeker. De levendigheid en de aantrekkelijkheid van de stad wordt namelijk ook bepaald door het feit dat er regelmatig wat te beleven valt voor een breder publiek. Het houden van evenementen moeten in de toekomst plaats kunnen vinden in de Oldenzaalse binnenstad, omdat ze een bijdrage leveren aan de leefbaarheid en het onderscheidend vermogen van Oldenzaal.

(Gemeente Oldenzaal, 2009)

Daarnaast streeft de gemeente Oldenzaal in haar detailhandelsvisie (2013) naar het versterken van de binnenstad en het stimuleren van de lokale economie. De binnenstad van Oldenzaal heeft naast een winkelfunctie ook een functie voor horeca, dienstverleners, ambachten en ontspanning (Gemeente Oldenzaal, 2013a). In het coalitieakkoord wordt beschreven dat Oldenzaal een levendige, energieke en bruisende stad is met een uniek en attractief winkelaanbod, gezellige horeca, veel evenementen, recreatieve en culturele voorzieningen. De binnenstad nodigt uit tot ontmoeten, vermaken, genieten en beleven. Tevens bevordert de gemeente Oldenzaal het toevoegen van woonfuncties in de binnenstad omdat dit bijdraagt aan de levendigheid (Gemeente Oldenzaal, 2014).

De problematiek van de aanloopstraat speelt ook in de Deurningerstraat. Belangrijk voor een nieuwe toekomst van de Deurningerstraat is dat de straat zich onderscheidt van andere straten in Oldenzaal. Daarbij moet voldoende draagvlak onder de actoren worden gecreëerd en moet er een bijdrage worden geleverd aan het economisch functioneren van de binnenstad. Voor ondernemers, pandeigenaren of verenigingen zijn er voldoende kansen voor de ontwikkeling van de binnenstad. Goede initiatieven die een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van de binnenstad kunnen een stimuleringsbijdrage ontvangen uit de pilot 'Spontane Binnenstad'. Het is belangrijk dat het beleid samenkomt met de wensen en ambities van de actoren om een kansrijk perspectief aan te kunnen bieden.

7.2 Actieplan De Nieuwe Winkelstraat Oldenzaal

De lokale Rabobank Twente-Oost heeft het initiatief genomen om in samenwerking met Rabobank Nederland en Platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS), een 'actieplan toekomstbestendige winkelgebieden' te laten uitwerken door DNWS voor het centrumwinkelgebied in Oldenzaal. Het actieplan is opgesteld op basis van een intakegesprek, een gezamenlijke schouw en een werksessie in Oldenzaal. Het toekomstbestendige winkelgebied in Oldenzaal centrum is in de toekomst interessant genoeg voor de 'connected' consument om dit winkelgebied herhaaldelijk te blijven bezoeken. De 'connected' consument wordt aangeduid als een consument die veelvuldig gebruik maakt van (mobiel) internet, voor, tijdens en na zijn bezoek aan een winkelgebied (DNWS, 2016). Belangrijke uitgangspunten voor het gehele winkelcentrumgebied van Oldenzaal zijn:

- De basis op orde;

De fysieke kwaliteit van het winkelgebied én de kwaliteit van de samenwerking moet op orde zijn.

- Één merk, on- en offline; wie ben je?

Hierin staat de vraag ‘wie ben je als winkelgebied, wat heb jij me te bieden’ centraal. De kern hierbij is: het centrum van Oldenzaal neerzetten als één geheel voor de klant.

Platform DNWS werkt met vijf winkeltyperingen op basis van consumentengedrag. Platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) adviseert dat Oldenzaal geschikt is om voor haar inwoners en bezoekers te kiezen voor Surprise & Shop (zie naastgelegen tekst vak). Daarnaast zal het belangrijk zijn om voor haar eigen inwoners aandacht te hebben voor Service & Shop aangezien de huidige ontwikkelingen hebben laten zien dat de consument steeds meer online producten koopt. Bij Surprise & Shop gaat het vooral om bezoekers die zonder een specifieke koopintentie een winkelgebied bezoeken en hen verrassen door het onverwachte; een zeer aantrekkelijk aanbod en een aantrekkelijk winkelgebied. Zij willen visueel geprikkeld worden door mooie dingen of gebeurtenissen zoals evenementen, interessante markten etc. Daarnaast hebben deze bezoekers behoefte aan restaurantjes (DNWS, 2016).

Kenmerken winkeltypering (DNWS)

Surprise & Shop

Consument zoekt reuring, verrassing & beleving, dagje uit, hoge servicegraad, speciaalzaken & brandstores

Service & Shop

Extra service en diensten, snelheid en gemak, spreekt elke bezoeker aan, toepasbaar bij elk type winkelgebied

De Service & Shop blijkt uit het Koopstromenonderzoek belangrijk voor de dagelijkse boodschappen van de bewoners van Oldenzaal. Bij Service & Shop worden plekken aangeboden waar de inwoner online bestelde pakketjes kan ophalen en waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Als extra service kunnen ruimere openingstijden en extra diensten zoals pick-up-points gerealiseerd worden (DNWS, 2016).

Op een kaart is door DNWS aangegeven hoe Oldenzaal het centrum kan verdelen op basis van de genoemde typeringen. Elk gebied kent zijn eigen herkenbare accenten in aanbod en functies. Het centrum van Oldenzaal moet compacter worden. Voor de Deurningerstraat wordt er gekozen ‘specialisten’. Een volwaardige gezellige Deurningerstraat (als verlengde van het evenementenplein Sint Plechelmusplein) met speciaalzaken, ambachten, start ups, horeca en cultuur (DNWS, 2016).

7.3 Ambities werkgroep Deurningerstraat

Op dinsdag 19 april 2016 heeft de werkgroep Deurningerstraat, als vervolg op de inspiratieavond Deurningerstraat (16 februari 2016) gesproken over de toekomst van de Deurningerstraat (bijlage 4). Waar liggen kansen, welk profiel houdt of krijgt de straat en wat wordt er concreet uitgewerkt? Tijdens deze avond waren er vier ondernemers en drie vastgoedeigenaren aanwezig. Het doel van de avond was om via een informele setting te komen tot een soort van visie voor de Deurningerstraat. De bijeenkomst heeft waardevolle informatie opgebracht voor de gemeente Oldenzaal. Door de interactie tussen de actoren werd het eigenbelang opzij gezet waardoor er werd nagedacht over: ‘wat kan ik doen om onze straat te verbeteren?’ Daarbij werd er in het gesprek ingegaan op de volgende punten: ruimtelijke kwaliteit, verkeer en parkeren en het bestrijden van leegstand (Bijlage 4):

- **Ruimtelijke kwaliteit**

Een belangrijk aspect van de ruimtelijke kwaliteit is het aanpakken van de gevels van de panden. Aangegeven werd dat de actoren in de Deurningerstraat wel degelijk bereid zijn om te investeren. Echter geven de vastgoedeigenaren aan dat ze getriggerd willen worden door middel van sfeerbeelden over hoe het kan worden.

- **Verkeer en parkeren**

Verkeer en parkeren was een belangrijk punt in de discussie. De ondernemers en vastgoedeigenaren pleiten voor eenrichtingsverkeer in de straat. Belangrijk daarbij vinden zij dat de auto te gast is. Het plaatsen van verkeer afremmende maatregelen zijn gewenst.

- **Leegstandsbestrijding**

Naar aanleiding van de inspiratieavond hebben de vastgoedeigenaren gezamenlijk overleg gevoerd en de huurprijzen verlaagd van €115,- naar €80,- per vierkante meter per jaar. De aanwezige ondernemers gaven aan overtuigd te zijn dat door middel van de huurverlaging de straat volledig ingevuld kan worden met detailhandel. Opvallend is dat de vastgoedeigenaren in het overleg over de huurverlaging hebben gekozen voor een kleiner detailhandelgebied. Het gebied vanaf Christoffel's (horecagelegenheid) tot het Plechelmusplein moet worden ingevuld met detailhandel en het overige deel met horeca of dienstverlening.

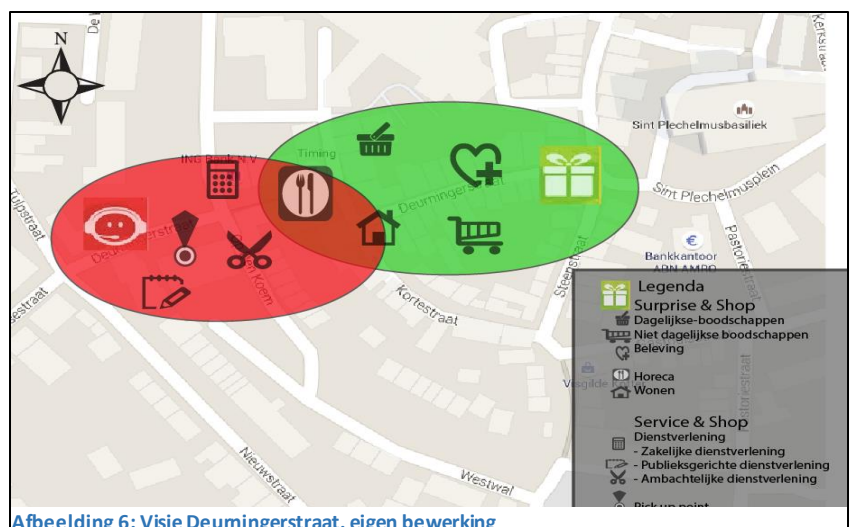
Zoals in hoofdstuk vier al is aangegeven is het belangrijk dat het eigen belang opzij wordt gezet en het gezamenlijke belang wordt nagestreefd. De ondernemers hebben belang bij het voortzetten van hun onderneming en het maximaliseren van de winst. De vastgoedeigenaar heeft belang bij de continuïteit van de exploitatie van het vastgoed of huurinkomsten en de waardeontwikkeling van het vastgoed. Om deze belangen te kunnen behartigen is het noodzakelijk dat de aantrekkelijkheid van de (vestigings-)omgeving wordt vergroot. Daarbij is het belangrijk dat het individuele belang opzij wordt gezet en men streeft naar een gezamenlijk belang: het verbeteren van de aanloopstraat.

7.4 Nieuwe toekomst Deurningerstraat

In voorgaande paragrafen zijn de wensen en ambities van de actoren beschreven. Het 'Masterplan Binnenstad' (2009) van de gemeente Oldenzaal geeft aan dat medewerking en samenwerking van alle betrokken partijen noodzakelijk is om de doelstellingen te halen. Het is van belang dat niet alleen de overheid van rol veranderd maar ook de overige partijen, anders komen ontwikkelingen niet van de grond (paragraaf 5.3). Het aanreiken van een kansrijk perspectief voor de Deurningerstraat kan enkel gedaan worden door zoveel mogelijk de gezamenlijke belangen en ambities te behartigen om zodoende zo veel mogelijk draagvlak te genereren bij de direct betrokken actoren. De gemeenten Zutphen en Enschede beamen dat het succes van de transformatie van een aanloopstraat bepaald wordt door de onderlinge samenwerking tussen de actoren (paragraaf 6.4). Om te werken aan de toekomstige positie van de Deurningerstraat is het noodzakelijk om te werken op twee manieren: van 'bovenaf' en van 'onderaf' (paragraaf 6.1).

Van 'bovenaf' kan worden aangegeven welke bijdrage de Deurningerstraat kan leveren aan de economische structuur van Oldenzaal.

Op basis van het 'Masterplan Binnenstad' en het door DNWS opgestelde actieplan is de Deurningerstraat geschikt voor het Surprise & Shop en het Service & Shop principe. Dat houdt in dat de straat enerzijds verrassing en beleving moet bieden door middel van (speciaal)zaken en brandstores en anderzijds extra service en diensten moet leveren. Door de toevoeging van speciaalzaken kan er vanuit het oogpunt van het Masterplan Binnenstad een culturele bijdrage



Afbeelding 6: Visie Deurningerstraat, eigen bewerking

worden geleverd door bepaalde evenementen (zoals workshops, demonstraties van werkzaamheden etc.). Rian Bolder gaf in het interview (13 april 2016) aan dat bij de opening van de Laarstraat de gevestigde kunstenaars en speciaalzaken hun werkzaamheden tentoonstelden, wat veel bezoekers trok. Hoewel de respondenten (vooral ondernemers) van de 'werkgroep Deurningerstraat' de ambitie uitspreken voor een volledige invulling van detailhandel in de Deurningerstraat, wordt dit niet reëel gevonden aangezien de behoefte aan fysieke winkels afneemt. De speciaalzaken, of de overige winkels (Surprise & Shop) zullen daarom aan de rechterzijde van de Deurningerstraat gevestigd worden waardoor ze aan het kernwinkelgebied van Oldenzaal grenzen (Afbeelding 6). Het bieden van ruimte voor detailhandel in aanloopstraten is nodig, omdat deze straten onmiskenbaar een broedplaatsfunctie vervullen voor winkels die vervolgens geschikt zijn om zich na enige tijd in het centrumgebied te vestigen. Voor de aantrekkelijkheid van de stad is het belangrijk dat aanloopstraten hun broedplaatsfunctie behouden.

Het linkergedeelte van de Deurningerstraat (Afbeelding 6) bestaat tegenwoordig al voor een groot deel uit service en dienstverlening. Dit kan extra versterkt worden door het toevoegen van pick-up-points voor online bestelde pakketten wat bijdraagt aan het Service & Shop principe. De aanwezige horeca in de Deurningerstraat maakt het mogelijk om aan de wensen van de Surprise & Shop consument te voldoen. Het droombeeld van de Deurningerstraat zal zijn: een straat waar de bezoeker reuring, verrassing en beleving vindt door middel van speciaalzaken en horeca en aan de eigen inwoner van Oldenzaal zakelijke-, publieksgerichte- en ambachtelijke dienstverlening biedt.

In hoofdstuk drie is gebleken dat het onderscheidend vermogen van een aanloopstraat wordt bepaald door de aantrekkelijkheid van de straat. Dit wordt sterk beïnvloed door ruimtelijke aspecten (routing, ambiance, openbare ruimte), de functiemix en identiteit waardoor de straat zich onderscheidt van andere straten en de kwaliteit en de uitstraling van het vastgoed. Daarbij is het belangrijk dat er maatregelen worden uitgevoerd die gericht zijn op het pand, de onderneming en de omgeving. De maatregelen die moeten worden toegepast worden in het volgende hoofdstuk beschreven.

7.5 Conclusie

Dit hoofdstuk heeft getracht antwoord te geven op de onderzoeksvraag 'welke transformatie biedt kansrijke perspectieven voor de Deurningerstraat'. Geconcludeerd kan worden dat de Deurningerstraat getransformeerd moet worden waarbij de straat niet enkel als winkelgebied fungeert. Rekening houdend met de ambities van de actoren zal de Deurningerstraat getransformeerd moeten worden naar het door platform De Nieuwe Winkelstraat (DNWS) opgestelde principe 'Surprise & Shop' en 'Service & Shop'. Voor de bezoekers (en inwoners van Oldenzaal) betekent het dat zij in deze straat reuring, verrassing en beleving zullen vinden. De combinatie van speciaalzaken, horeca en de bijzondere ambiance maken het een aantrekkelijk gebied om te verblijven. Daarnaast levert de Deurningerstraat extra service voor de inwoner van Oldenzaal door middel van het 'Service & Shop' principe en de pick-up-points.

Het realiseren van deze transformatie vereist maatwerk. Daarbij is het belangrijk dat er een initiatiefnemer is die de kar trekt. De gemeente Oldenzaal zal de verantwoordelijkheid bij de vastgoedeigenaren en ondernemers moeten leggen, maar zal zelf als smeeroilje in het proces dienen. Daarbij is het belangrijk dat de gemeente Oldenzaal stimuleert waar het kan en ondersteunt waar nodig. Het aanstellen van een (winkel)straatmanager, die als verbinder tussen de partijen fungeert, kan een belangrijke rol spelen in een goede samenwerking tussen de partijen.

Hoofdstuk 8. Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk worden de conclusies en de aanbevelingen beschreven. Daarbij wordt er antwoord gegeven op de probleemstelling. De probleemstelling van het onderzoek luidde als volgt:

“Welke maatregelen kunnen de betrokken actoren nemen bij het transformeren van een aanloopstraat gericht op de bestrijding van leegstand?”

8.1 Conclusies

Hoewel de aanloopstraten geen onderdeel uitmaken van het kernwinkelgebied vervullen zij wel een belangrijke rol voor het kernwinkelgebied en het centrum van de stad. De aanloopstraat wordt gekenmerkt door een hoge diversiteit aan functies (detailhandel, horeca en dienstverlening) en fungeert als entree tot het (historische) centrum van de stad. De huidige economische, technologische en demografische ontwikkelingen hebben ertoe geleid dat het economisch functioneren van de aanloopstraten verslechterd. Deze ontwikkelingen hebben negatieve effecten op de indicatoren die het functioneren van de aanloopstraat weergeven, namelijk de omzet, huurprijsniveau, passantenintensiteit en de leegstand. In de toekomst is het belangrijk dat de aanloopstraat niet gedomineerd wordt door het winkelen. Aangezien het functioneren van een aanloopstraat beïnvloed wordt door het onderscheidend vermogen (aantrekkelijkheid) en het passantengedrag en de routing, is het belangrijk dat de aanloopstraat getransformeerd wordt waarbij de straat niet enkel gedomineerd wordt door winkels maar voor verrassing en beleving zorgt waardoor de straat zich onderscheidt van andere straten in de binnenstad.

Het transformeren van de aanloopstraat is een complexe opgave waarbij verschillende belangen behartigd moeten worden. Geconcludeerd kan worden dat de ondernemer, de vastgoedeigenaar en de gemeente de belangrijkste actoren aangezien zij de meeste (economische) belangen hebben bij een goed functionerende aanloopstraat. Het is belangrijk dat zij zich gezamenlijk inzetten om te komen tot een nieuwe toekomst voor de straat. Daarbij beschikken deze actoren over een divers pakket aan maatregelen die zij kunnen toepassen om de aanloopstraat te verbeteren. Echter vereist het transformeren van een aanloopstraat maatwerk waarbij het belangrijk is dat er een initiatiefnemer is die de kar trekt en er gewerkt wordt volgens een gezamenlijke visie.

Uit de interviews bij de gemeenten Zutphen en Enschede kan geconcludeerd worden dat de verantwoordelijkheid van het proces bij de ondernemers en vastgoedeigenaren moet liggen. Daarbij kan de (winkel)straatmanager als spil tussen de gemeente en de overige actoren fungeren. De gemeente moet fungeren als de ‘smeerolie’ waarbij zij de overige actoren stimuleert en ondersteunt waar het nodig is. Om de aanloopstraat structureel te verbeteren kan geconcludeerd worden dat de maatregelen die door de actoren worden toegepast, zich moeten richten op het pand, de onderneming en de omgeving.

De transformatie van de Deurningerstraat in Oldenzaal heeft als doel om de aantrekkelijkheid van de Deurningerstraat te vergroten waardoor het aantal passanten toeneemt. In de toekomst is het belangrijk dat de bezoeker verrassing, beleving en reuring vindt in de Deurningerstraat. Voor de eigen inwoner moet de Deurningerstraat extra service verlenen. Hieronder wordt de probleemstelling van dit onderzoek ‘welke maatregelen kunnen de betrokken actoren nemen bij het transformeren van een aanloopstraat gericht op de bestrijding van leegstand’ concreet beantwoord voor de Deurningerstraat. Daarbij worden de maatregelen gericht op het pand, de onderneming en de omgeving. Voor de gemeente Oldenzaal is het belangrijk dat zij als ‘smeerolie’ fungeert door het scheppen van goede perspectieven en de verantwoordelijkheid van het proces bij de ondernemers en vastgoedeigenaren neerlegt.

Pand

Een belangrijk aspect voor het onderscheidend vermogen (aantrekkelijkheid) van de Deurningerstraat is het aanpakken van de uitstraling van de panden. Vastgoedeigenaren zullen moeten investeren in de uitstraling van het pand. Dit levert niet alleen een positieve bijdrage aan de uitstraling van het gebied maar heeft ook een positieve invloed op de verhuurbaarheid van het pand.

Daarnaast is het bestrijden van leegstand een belangrijk aspect voor het functioneren van een aanloopstraat. Er is geconcludeerd dat de aanloopstraten van kleur moeten verschieten en nieuwe functies moeten toelaten. Om de toekomstige gebruikers van de panden te stimuleren en te verleiden is het belangrijk dat er verleidende maatregelen voor het pand worden doorgevoerd. De vastgoedeigenaren van de Deurningerstraat hebben de huurprijs verlaagd wat de urgentie voor een nieuwe invulling bevestigd. Ook belangrijk voor het bestrijden van de leegstand is het aanbieden van een aantrekkelijke vestigings- of woonomgeving zoals besproken bij het 'onderscheidend vermogen'. Goede afspraken tussen de vastgoedeigenaren en actieve acquisitie van zowel vastgoedeigenaren als gevestigde ondernemers kunnen tevens een positieve bijdrage leveren aan het bestrijden van de leegstand door het aantrekken van nieuwe gebruikers. Om een bijdrage te leveren aan de uitstraling van het pand en de actieve acquisitie, kan gekozen worden voor gevel/ruitreclame.



Afbeelding 7: Huidige situatie Deurningerstraat vs referentiebeeld/utopie

Onderneming

Het beter economisch functioneren van de straat begint bij ondernemingen die een professionele bedrijfsvoering kennen met een assortiment dat aansluit bij de wensen van de klant en de ondernemers goede service bieden. Daarnaast is de identiteit van de straat erg belangrijk. De ondernemers zijn hier zelf verantwoordelijk voor. Het is belangrijk dat de ondernemers zelf op zoek gaan naar de identiteit voor de straat en zich daarmee nadrukkelijk naar buiten profileren. Het is essentieel dat de huidige ondernemers en vastgoedeigenaren een identiteit voor de straat opstellen (van 'onderaf'). Uit de interviews bij de gemeenten Zutphen en Enschede is gebleken dat het een gezamenlijk product moet zijn, maar de verantwoordelijkheid moet bij de ondernemers en vastgoedeigenaren liggen. Hoewel dit perspectief als kansrijk wordt geacht zullen de ondernemers en vastgoedeigenaren zelf met een visie en identiteit voor de straat moeten komen om daadwerkelijk tot uitvoering over te gaan.



Afbeelding 8: Huidige situatie Deurningerstraat vs referentiebeeld/utopie

Omgeving

Het is gebleken dat de actoren de wens voor eenrichtingsverkeer in de straat uitspreken. Echter heeft het toepassen van eenrichtingsverkeer in de Deurningerstraat (huidige situatie een autovrije zone) grote gevolgen voor de verkeersstroming met kans op sluipverkeer. Gekeken naar het Service & Shop in de Deurningerstraat voldoet de huidige situatie van de Deurningerstraat aan de mogelijkheden. Dat gedeelte is namelijk wel bereikbaar en er is tevens een parkeerplaats in de buurt. De respondenten (ondernemers) van de werkgroep pleiten tevens voor parkeren voor de deur. Aanvullend onderzoek, uitgevoerd door een verkeerskundige van de gemeente Oldenzaal zal deze mogelijkheden voor eenrichtingsverkeer en parkeren voor de deur moeten uitwijzen.

Naast het verbeteren van de gevels en de panden is het verfraaien van de openbare ruimte een belangrijke maatregel voor het verbeteren van de aantrekkelijkheid van de aanloopstraat. Het toevoegen van groen bevordert niet alleen de gezondheid van de inwoner van de stad maar stimuleert tevens een veilige leefomgeving en genereert stijging van het onroerend goed (Maas, 2008). Ook kan het toevoegen van extra zitbankjes, ophangen van vlaggen, 'banners' of dergelijke bijdragen aan de ambiance van de winkelstraat. De consument moet verleid worden om de straat te betreden.

In onderstaande tabel (tabel 7) worden de maatregelen die de actoren kunnen toepassen voor de transformatie van de Deurningerstraat weergegeven.

Tabel 7: Maatregelen Deurningerstraat

Uitvoerend	Gericht op factor	Ondersteunend	Verantwoordelijke actor
Opwaarderen pand (gevelverbetering)	Pand	- Stimuleringsbijdrage pilot 'Spontane Binnenstad' - Investering vastgoedeigenaar	- Gemeente Oldenzaal - Vastgoedeigenaar
Leegstandsbestrijding	Pand	- Actieve acquisitie - Huurprijsverlaging	- Vastgoedeigenaar - Vastgoedeigenaar
Eenrichtingsverkeer in de straat	Omgeving	- Bestemmingsplanverbreding	- Gemeente Oldenzaal
Verfraaien openbare ruimte (toevoegen groen, bankjes etc.)	Omgeving	- X	- Gemeente Oldenzaal
Creëren sfeer en eigen identiteit	Omgeving & onderneming	- Opstellen brancheringsplan/ marketingplan - eventueel opzetten BIZ - Aanstellen (winkel)straatmanager	- Ondernemers - Ondernemers - Ondernemers & gemeente Oldenzaal

8.2 Aanbevelingen

Naar aanleiding van deze conclusies kunnen er een aantal aanbevelingen worden gedaan aan de gemeente Oldenzaal. Deze aanbevelingen zijn gericht op de houding en werkwijze die de gemeente Oldenzaal moet aannemen bij het transformeren van een aanloopstraat.

Zorg dat je als gemeente geen probleemeigenaar wordt

Duidelijk is geworden dat het verbeteren van de aanloopstraat belangrijk is voor de gemeente, de vastgoedeigenaar en de ondernemer. Daarbij is het noodzakelijk dat het individuele belang opzij wordt gezet en de gedeelde belangen zoveel mogelijk behartigd worden. De praktijk heeft uitgewezen dat de transformatie enkel kans van slagen heeft als het een gezamenlijk product van alle actoren is. Op basis van de huurverlaging in de Deurningerstraat, als gevolg van de inspiratieavond, kan aangegeven worden dat het onder de aandacht brengen van de problematiek belangrijk is voor het behalen van

concrete acties. Om ervoor te zorgen dat de overige actoren zich daadwerkelijk moeten inzetten voor de transformatie, is het belangrijk dat de verantwoordelijkheid bij de overige actoren ligt.

Fungeer als smeerolie in het proces

De urgentie voor een nieuwe toekomst in de aanloopstraten is hoog. Duidelijk is geworden dat de overige actoren bereid zijn om te investeren in een nieuwe toekomst voor de aanloopstraat. Het is van belang dat de gemeente Oldenzaal goede voorwaarden en perspectieven schept voor de transformatie. Dat houdt enerzijds in dat de gemeente de transformatie ondersteund door middel van flexibele wet- en regelgeving en de aanpak van de openbare ruimte. Anderzijds is het belangrijk om de boodschap uit te dragen dat je als gemeente de problematiek erkent. Daarbij kan een stimuleringsbijdrage, zoals uit de pilot 'Spontane Binnenstad' een belangrijke rol spelen.

Stel een gezamenlijke visie op

Het is gebleken dat het belangrijk is om voldoende draagvlak binnen het gebied te creëren. Om te komen tot een succesvolle transformatie van de aanloopstraat is het belangrijk om een gezamenlijke visie voor de aanloopstraat op te stellen, waarin tevens behapbare doelstellingen voor alle actoren worden beschreven.

DOE! (delegeren, ondersteunen & evalueren)

Voorgaande aanbevelingen hebben aangegeven dat de gemeente zelf geen probleemeigenaar moet worden en daardoor een faciliterende en stimulerende rol moet hebben. Op basis van de opgedane ervaringen van de referentiegemeenten en de kennis uit de literatuur kan het doe-principe voor Oldenzaal beschreven worden om te komen tot een succesvolle transformatie van de aanloopstraat.

Delegeren

Delegeren houdt in dat je iemand als vertegenwoordiger aanstelt, of iemand een verantwoordelijkheid of bevoegdheid toewijst. Oftewel, iemand anders betrekken bij het behalen van je doelen. Aangezien de gemeente geen probleemeigenaar moet worden is het belangrijk dat zij de bepaalde verantwoordelijkheden overdraagt aan de overige actoren. Het aanstellen van een (winkel) straatmanager kan daarbij uitkomst bieden. De (winkelstraat)manager fungeert als schakel tussen het (winkel)gebied en de gemeente. De belangrijkste werkzaamheden van de (winkel)straatmanager moeten gericht zijn op het vormgeven van structurele samenwerking tussen de actoren en de gezamenlijke visieontwikkeling, branchering, aanpak leegstand en veiligheid en de promotie en marketing van het gebied.

Ondersteunen

Voorgaande aanbevelingen hebben al aangegeven dat het belangrijk is dat de gemeente het proces stimuleert en ondersteund waar het nodig is. Dat betekent dat de gemeente fungeert als smeerolie in het proces. De gemeente moet de actoren de mogelijkheid bieden om te komen tot een nieuwe toekomst. Daarbij moeten de gemeente, de vastgoedeigenaren en de ondernemers flexibel en innovatief zijn en denken in kansen en niet in belemmeringen.

Evalueren

De leegstand zal niet enkel een probleem van de Deurningerstraat zijn. Aangezien de behoefte aan fysieke winkels afneemt kan de leegstand ook in andere straten een probleem worden. Het is belangrijk dat de gemeente Oldenzaal leert van de transformatie van de Deurningerstraat. Daarbij moeten de succes- en faalfactoren van de transformatie in kaart worden gebracht om eerder gemaakte fouten niet te herhalen.

Hoofdstuk 9. Reflectie

In dit hoofdstuk wordt de reflectie op het onderzoek weergegeven. Daarin wordt ingegaan op de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek, de belangrijkste resultaten van het onderzoek en de beperkingen van het onderzoek.

9.1 Betrouwbaarheid en validiteit

In hoofdstuk twee is de methodiek van dit onderzoek beschreven. Daarin is beschreven dat het deskresearch gebruik maakt van gerespecteerde bronnen. Onder gerespecteerde bronnen wordt in ieder geval verstaan: kennisinstituten/kennisplatforms (Platform31, Planbureau voor de Leefomgeving etc.), onderzoekers van kennisinstellingen (hogescholen en universiteiten) en onderzoeks/adviseurs van non-profit en profit organisaties (zoals overheden en adviesbureaus). Om de betrouwbaarheid van de antwoorden te vergroten is er zoveel mogelijk getracht om meerdere bronnen te gebruiken en deze al dan niet tegen elkaar uit te zetten. Daarnaast is het deskresearch 'getoetst' aan de praktijk door middel van de interviews bij de gemeenten Zutphen en Enschede. Deze toetsing heeft als controle gediend waarbij er werd gekeken of de resultaten van de literatuur (problematiek, actoren en maatregelen) ook in de praktijk zijn toegepast. Het is gebleken dat deze resultaten overeenkomen waardoor de betrouwbaarheid van deze resultaten vergroot zijn.

Bij de beschrijving van de methodiek van de interviews is er gekozen voor het uitvoeren van (half-gestructureerde) interviews. Daarbij is aangegeven dat de interviews gebruik maken van eenduidige onderwerpen- en vragenlijsten. Echter is het tijdens de uitvoering gebleken dat de vragenlijsten bij beide gemeenten kleine verschillen bevatten. Deze verschillen zijn puur gebaseerd op het doorvragen op de eigen werkwijze van de gemeenten. De belangrijkste vragen zijn wel eenduidig opgesteld en door beide gemeenten beantwoord. De onderwerpenlijst is bij beide gemeenten wel hetzelfde gebleken. Om de betrouwbaarheid van de antwoorden te vergroten zijn de interviews volledig uitgeschreven. Op basis daarvan zijn de vragen beantwoord en ter controle opgestuurd naar de respondenten. De respondenten hebben tijdens deze controle tevens de ruimte gekregen om aanvullingen te plaatsen om de ontbrekende informatie te achterhalen. Om ervoor te zorgen dat de juiste personen geïnterviewd zijn, is er aan meerdere contactpersonen van de referentiegemeenten gevraagd welke personen de meeste kennis en ervaring hebben opgedaan met de transformatie van de aanloopstraten. Hierdoor zijn de juiste medewerkers van de referentiegemeenten geïnterviewd. Echter was het interview bij de gemeente Zutphen met twee personen tegelijk, aangezien mevrouw Bolder de projectleider is geweest bij de transformatie van de Laarstraat en de heer Post zich tegenwoordig bezig houdt met het vitaal maken en houden van de aanloopstraten. Daardoor is de informatie van mevrouw Bolder over de transformatie van de Laarstraat van grotere waarde geweest voor dit onderzoek dan de informatie van de heer Post.

De groepsdiscussie heeft tot waardevolle informatie geleid van de betrokken actoren in de Deurningerstraat. Hoewel er tien personen waren aangemeld voor de werkgroep Deurningerstraat, waren maar zeven personen aanwezig (vier ondernemers, drie vastgoedeigenaren). Daarnaast waren de verantwoordelijke wethouder en een deskundige van de gemeente Oldenzaal aanwezig. Het doel van de groepsdiscussie was om het individuele belang opzij te zetten en via de gedeelde belangen tot een visie voor de straat te komen. Deze groepsdiscussie heeft belangrijke input gegeven voor het schetsen van een kansrijk perspectief voor de Deurningerstraat. Echter is deze visie gebaseerd op de gedeelde belangen van een beperkte groep actoren. Om zoveel mogelijk draagvlak voor de visie te krijgen, is het belangrijk dat alle actoren (ondernemers en vastgoedeigenaren) betrokken worden.

9.2 Onderzoekresultaten

Hieronder worden de belangrijkste resultaten van het onderzoek weergegeven:

- De aanloopstraat functioneert niet goed meer. Dit kan door middel van de volgende indicatoren worden weergegeven: leegstand, omzet, passantenintensiteit en het huurprijsniveau. In de toekomst zal de winkelfunctie niet de dominerende functie moeten zijn maar een mix aan functies waardoor de straat zich onderscheidt van andere straten.
- De gemeente, vastgoedeigenaar en de ondernemer zijn de belangrijkste actoren. Zij hebben de grootste belangen en verantwoordelijkheden bij de transformatie van de aanloopstraat. Ze zijn namelijk economisch afhankelijk van de aanloopstraat. De gemeente heeft de wettelijke taak om te zorgen voor een goede ruimtelijke ordening.
- Er is een groot pakket aan maatregelen beschikbaar. Deze zijn te verdelen in de vier dimensies: economisch-organisatorisch, juridisch-planologisch, fysiek-ruimtelijk en ruimtelijk-functioneel. Op basis van de nieuwe rollen van de actoren is het belangrijk dat de gemeente stimuleert en faciliteert door middel van het scheppen van goede perspectieven (flexibele wet- en regelgeving, stimuleringsbijdrage of aanpak openbare ruimte). De vastgoedeigenaar zal zich moeten inzetten voor de uitstraling en verhuurbaarheid van het pand en de ondernemer moet zich inzetten voor de sfeer en ambiance van de straat.
- Op basis van de interviews kan geconcludeerd worden dat het belangrijk is dat er een gezamenlijke visie met alle actoren wordt opgesteld om zodoende een gedragen visie te hebben. Daarbij moet de gemeente stimuleren en faciliteren en de verantwoordelijkheid ligt bij de vastgoedeigenaar en de ondernemers.
- De Deurningerstraat moet transformeren waarbij zij voor de consument voor verassing, beleving en reuring zorgt en voor de eigen inwoner extra service levert.

Hieruit kan aangegeven worden dat de betekenis van dit onderzoek een goede basis legt voor het gesprek tussen de gemeente, de vastgoedeigenaar en de ondernemer. Dit onderzoek laat zien dat het succes van een transformatie afhangt van de onderlinge samenwerking tussen de actoren waarbij de actoren in het gedeelde belang denken en samen over een groot pakket aan maatregelen beschikken.

9.3 Beperkingen onderzoek

Een beperking van dit onderzoek is dat het transformeren van de aanloopstraat maatwerk vereist. Hoewel de gemeenten Zutphen en Enschede succesvolle transformaties hebben uitgevoerd, is het moeilijk om dit één op één te kopiëren naar de gemeente Oldenzaal. Elk gebied is anders waardoor een succesvolle transformatie in Enschede of Zutphen geen garantie geeft voor succes in Oldenzaal.

Een andere beperking van dit onderzoek is dat het pakket aan maatregelen breed is opgesteld. Hoewel er een goed beeld van de beschikbare maatregelen is gegeven, kan het zijn dat een groot aantal maatregelen ontbreekt. Het is daarom belangrijk dat de gemeente Oldenzaal deze gereedschapskist blijft vullen waardoor het steeds als basis voor het gesprek tussen de gemeente en de overige actoren kan dienen.

De laatste beperking van dit onderzoek betreft de visie voor de Deurningerstraat. Hoewel er een kansrijk perspectief is aangeboden, is het belangrijk dat er een gezamenlijke visie van alle actoren wordt opgesteld. Op basis van dit onderzoek zou er een vervolgonderzoek kunnen worden uitgevoerd dat zich specifiek richt op de visie van de actoren uit de Deurningerstraat. Daarbij is het belangrijk dat er ook wordt ingegaan op de bijdrage die de actoren bereid zijn te leveren aan de transformatie van de Deurningerstraat.

Bibliografie

- Aarle, S. v., Bardoel, J., Blommensteijn, W., Heijmans, T., Raatgever, A., Romijn, R., & Weltevreden, J. (2014). *Winkelgebied van de toekomst, bouwstenen voor publiek-private samenwerking*. Platform 31.
- Beek, H. t. (2015). *De binnenstad als buitenkans*. Den Haag: Platform31.
- Berenschot. (2012). *Evaluatie Experimentenwet Bedrijven Investeringszones (BIZ)*.
- Beumers, A. (2011). *Back to the future 2, Stadsgravenstraat*.
- Bijsterveld, K. (2013, juni 21). De kunst van succesvol transformeren. *Gebiedsontwikkeling.nu*.
- Boekema, F., Buursink, J., & Wiel, J. v. (1996). *Het behoud van de binnenstad als winkelhart*. Van Gorcum.
- Bolt, E. (2003). *Winkelvoorzieningen op waarde geschat*.
- Borgers, A., Kemperman, A., & Timmermans, H. (2006). *Entry point of choice of downtown shopping area visitors*. Eindhoven.
- Bressers, N. (2011). *De toekomst van aanloopstraten*. Masterscriptie, Technische Universiteit Eindhoven, Real Estate Management & Development.
- Business Talent Network. (2015, februari 17). *Kwalitatieve onderzoeksmethode: groepsdiscussie*. Opgehaald van scriptie.nl: <https://scriptie.nl/scriptiehulp/kwalitatief/kwalitatieve-onderzoeksmethode-groepsdiscussie>
- CBS, PBL, & Wageningen UR. (2015, juni 12). *Leegstand van winkels, 2004-2015*. Opgehaald van www.compendiumvoordeleefomgeving.nl
- Christoffel, M., Schasfoort, T., Aaltink, R., & Jansink, R. (2015, oktober 23). Visie ondernemers Deurningerstraat. Oldenzaal.
- de Stentor. (2013, mei 29). Zutphense aanloopstraten straks zonder winkels. *de Stentor*.
- Debets, W. (2007). *De groei tot stad, centrumontwikkeling van groeisteden in Nederland*. Master Thesis.
- Dinteren, J. v., & Tetteroo, N. (1990). *De versterking van de concurrentiepositie van de binnenstedelijke detailhandel*.
- DNWS. (2016). *Actieplan toekomstbestendig winkelgebied Oldenzaal centrum*. Platform De Nieuwe Winkelsstraat.
- Droogh Trommelen en Partners. (2010). *Kiezen of delen*.
- Duren, A. v. (1995). *Dynamiek van het constante*. Utrecht: Van Arkel.
- Engelsdorp Gastelaars, R. v., & Hamers, D. (2006). *De nieuwe stad, stedelijke centra als brandpunten van interactie*. Den Haag: NAI Uitgevers.
- Evers, D., Kooijman, D., & Krabben, E. v. (2011). *Planning van winkels en winkelgebieden in Nederland*.

- Funda. (sd). *Grootestraat 20*. Opgeroepen op mei 25, 2016, van fundainbusiness:
<http://www.fundainbusiness.nl/winkel/oldenzaal/object-49609483-grootestraat-20/>
- Gemeente Enschede. (2011). *Detailhandelsstructuurvisie*. Droogh Trommelen en Partners. Gemeente Enschede.
- Gemeente Enschede. (2012). *Evaluatie actieprogramma binnenstad*.
- Gemeente Enschede. (2013). *Verdiepingsslag binnenstad Enschede 2013-2025*. Droogh Trommelen en Partners. Gemeente Enschede.
- Gemeente Oldenzaal. (2009). *Masterplan Binnenstad*.
- Gemeente Oldenzaal. (2013a). *Detailhandelsvisie Oldenzaal*.
- Gemeente Oldenzaal. (2013a). *Detailhandelsvisie Oldenzaal*.
- Gemeente Oldenzaal. (2013b). *Structuurvisie Oldenzaal*. BVR. Gemeente Oldenzaal.
- Gemeente Oldenzaal. (2014). *Coalitieakkoord Anders kijken, nieuwe kansen*. Coalitieakkoord.
- Gemeente Zutphen. (2012). *Structuurvisie binnenstad Zutphen*.
- Hoofdbedrijfshap Detailhandel. (2010). *Handboek centrummanagement*.
- I&O Research. (2015). *Kijken, kijken naar kopen. Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015*.
- ING. (2014). *Winkelgebied 2025, Evolutie van franchise gevraagd*.
- Jeugd, P. v., Budde, L., Koelen, R. v., Verbakel, W., & Teunis, M. (2014). *Inspiratieboek de Heurne 2.0*. Enschede.
- Jeugd, P. v., Budde, L., Verbakel, W., & Teunis, M. (2014). *De Heurne 2.0 Eerste duurzaamheidsstraat van Twente*.
- Kennisplatform Verkeer en Vervoer. (2013). *Vervoer naar retail*.
- Linders, H., & Aarle, S. v. (2012). *Aanpak kwaliteitsverbetering aanloopstraten Maastricht*.
- Locatus. (2015). *Winkelleegstand*.
- Loon, R. v., Bardoel, J., & Bergh, M. v. (2012). *Winkelleegstand praktisch oplossen*. Kamer van Koophandel.
- Maas, J. (2008). *Vitamin G: Green environments - Healthy environments*. Utrecht: Nivel, Netherlands institute for Health Services Research.
- Ministerie van Economische Zaken. (2010). *Handboek wijkeconomie*.
- Ministerie van Economische Zaken, Landbouw en Innovatie. (2012). *Handboek winkelstraatmanagement*.
- Ministerie van Veiligheid en Justitie. (2015). *Bezwaar en beroep tegen een beslissing van de overheid*. Den Haag.
- Molenaar, C. (2011). *Het einde van winkels?* Sdu Uitgevers.
- Nederstigt, J., & Poiesz, T. (2010). *Consumentengedrag*. Noordhoff Uitgevers.

- Nozeman, E., Post, W. v., & Langendoen, M. (2012). *Het Nederlandse winkellandschap in transitie*. Den Haag: SDU uitgevers B.V.
- NRPF. (2004). *The role and vitality of secondary shopping - a new direction*.
- NRW. (2010). *Dynamiek van winkelgebieden*.
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2013). *Gebiedsontwikkeling en commerciële vastgoedmarkten*. Den Haag.
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2015 a, juni 6). Commercieel vastgoed steeds vaker leeg maar toch populair bij beleggers. *Planbureau voor de leefomgeving*.
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2015 b). *De veerkrachtige binnenstad*. Den Haag: PBL.
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2015, juni 6). Commercieel vastgoed steeds vaker leeg maar toch populair bij beleggers. *Planbureau voor de leefomgeving*.
- Planbureau voor de Leefomgeving. (2015b). *De veerkrachtige binnenstad*. Den Haag: PBL.
- Platform Binnenstadsmanagement. (z.j.). *Transformeren in aanloopstraten*.
- Post, U. (2016). *Startdocument aanloopstraten*. Gemeente Zutphen, Ruimte, Economie en Duurzaamheid.
- Provincie Overijssel. (2013). *Atlas van Overijssel*.
- Raven, G., & Rindertsma, C. (2012). *Aanloopstraten in beeld*. Retailvisie.
- Rijksoverheid. (z.j.). *Bedrijveninvesteringszone: BIZ*. Opgehaald van Rijksoverheid.nl: <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/overvallen-straatroof-en-inbraak/inhoud/bedrijveninvesteringszone>
- RTV Oost. (2013, oktober 29). Centrum Enschede moet kleiner, gemeente helpt bij verhuizing. *RTV Oost*.
- Schildkamp, B. (2013). *het Dashboard geeft zicht op winkelgebied*. Seinpost.
- Seinpost. (2007). *Economische visie Laarstraat*. Seinpost Adviesbureau BV, Arnhem.
- Seinpost. (z.j.). *Revitalisering Spitaalstraat Zutphen*. Opgehaald van Seinpost: http://www.seinpost.com/projecten/revitalisering_spitaalstraat_zutphen/61
- Stec Groep. (2014). Slimme strategie aanloopstraten. In F. Wittenberg (Red.), *Masterclass aanloopstraten*.
- Uniek bedrijfsmakelaars. (sd). *winkelruimte Oldenzaal de driehoek 14*. Opgeroepen op mei 25, 2016, van uniekmakelaars: <http://uniekmakelaars.nl/winkelruimte-oldenzaal-de-driehoek-14-19.html>
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek?* Boom Lemma uitgevers.
- Vilsteren, D. (2010). *De (be)weging van de retailer*.
- VNG. (2011). *Leegstand te lijf*.
- Wigman, F. (2015, juni). Binnenstadsmanagement in de toekomst. *S+RO*.

Interviews

Bolder, R. (2016, april 13). Persoonlijke communicatie. (T. Boswerger, Interviewer)

Berning, M. (2016, april 21). Persoonlijke communicatie. *Transformatie aanloopstraten*. (T. Boswerger, Interviewer)

Post, U. (2016, april 13). Persoonlijke communicatie. (T. Boswerger, Interviewer)

