

Gelderse retail monitor



Provincie Gelderland

Onderwijs en Arbeidsmarkt
Bureau Economisch Onderzoek
Postbus 9090
6800 CX Arnhem
beo@gelderland.nl

Het Bureau Economisch Onderzoek van de provincie Gelderland houdt zich bezig met gegevensverzameling, analyse, toekomstverkenningen en monitoring van de ruimtelijke- en sociaal-economische situatie in Gelderland.

Voor onderzoeken van Bureau Economisch Onderzoek:
www.gelderland.nl/economisch-onderzoek

Inhoud

Voorwoord	4
Samenvatting	5
1 Inleiding	7
1.1 Algemeen	7
1.2 Context en ontwikkelingen	7
1.3 Gehanteerde bronnen en regio's	8
2 Verkooppunten en winkelverkoopvloeroppervlak	10
2.1 Nationale context	10
2.2 WGR-regio's	12
2.3 Winkelgebieden	13
3 Detailhandel en niet-detailhandel	16
3.1 Nationale context	16
3.2 WGR-regio's	17
3.3 Werkgelegenheid in de detailhandel	18
4 Branches	20
4.1 WGR-regio's	21
5 Leegstand	23
5.1 Nationale context	23
5.2 Typen leegstand	24
5.3 WGR-regio's	25
5.4 Winkelgebieden	27
6 Verdiepende casussen	31
6.1 Gemeente Ede	31
6.2 Winkelgebied Dukenburg in Nijmegen	36
6.3 Branche Mode & luxe	39
Bijlagen	
Bijlage 1 Typering verkooppunten retail	42
Bijlage 2 Kerngegevens per gemeente 2021	44
Bijlage 3 WGR-regio's	47
Bijlage 4 Afbakening winkelgebieden	48

Voorwoord

Deze rapportage is opgesteld met behulp van de gegevens van Locatus. Deze worden al enkele jaren door de provincie Gelderland afgenomen en gebruikt voor allerlei doeleinden. Allereerst worden de data onder meer gebruikt in onderzoeken en rapporten die (in opdracht van de provincie) zijn uitgevoerd. Daarnaast vervult de provincie de rol van informatievertrekker voor haar gemeenten/regio's en wordt de informatie ook intern benut als basis voor beleid en agendering.

Vanuit het programma SteenGoed benutten worden ook gerelateerde onderzoeken uitgevoerd. Zoals het [koopstromenonderzoek](#) wat periodiek in kaart brengt wat het koop- en bezoekgedrag is van consumenten in Gelderland. Ook is onlangs de [vitaliteitsbenchmark](#) verschenen, waarin de vitaliteit van 86 winkelcentrumgebieden in kaart is gebracht.

Deze rapportage is complementair aan de al bestaande onderzoeken. Ondanks dat de gegevens van Locatus al goed worden benut, miste er namelijk nog een basisdocument waar uit geput kan worden. Deze rapportage dient daarom als informatiebron voor zowel interne medewerkers als externe partners (bijv. gemeenten, centrumorganisaties) van de provincie Gelderland. Het is een bouwsteen om gedetailleerder op het onderwerp in te gaan, maar ook een basis voor nieuwe en verbeterde versies in de toekomst. Deze eerste uitgave van deze monitor betreft een o-meting met de intentie om deze periodiek te actualiseren. Als laatste draagt dit rapport bij aan de ambitie van de provincie Gelderland om meer data gedreven te werken.

Samenvatting

In deze monitor wordt gekeken naar de stand van zaken en ontwikkeling van de retail in Gelderland en verschillende Gelderse regio's in de periode 2017-2021. *Retail* is de verzamelnaam voor bedrijven die goederen en diensten direct aan consumenten verkopen. Een onderdeel hiervan is de *detailhandel*, die alleen fysieke producten aanbiedt aan de consument. De horeca, musea en andere dienstverlening valt daarmee wel onder retail, maar niet onder detailhandel en wordt in deze rapportage *niet-detailhandel* genoemd. Er wordt in deze rapportage uitgegaan van twee basisbegrippen. Het aantal *verkooppunten* (VKP) van de retail en het aantal vierkante meter *winkelverkoopvloeroppervlak* (m² WVO) van de retail.

Het aantal verkooppunten van de retail neemt af en deze afname verloopt sneller in Gelderland dan in Nederland. Uitzondering op deze trend is dat het aantal verkooppunten juist groeit bij winkelgebieden met grootschalige concentraties van verkooppunten, zoals woonboulevards, clusters van tuincentra en doe-het-zelf winkels. Het is niet verassend dat juist deze winkelgebieden groeien, want het aantal kleine verkooppunten neemt steeds verder af en er komen steeds meer grote verkooppunten bij. Ondanks dat het aantal verkooppunten afneemt, blijft het aantal m² redelijk stabiel, waardoor verkooppunten gemiddeld groter worden.

Grofweg kan geconcludeerd worden dat van het aantal verkooppunten, bijna de helft bestaat uit detailhandel en ruim de andere helft uit niet-detailhandel. Voor het aantal m² winkelverkoopvloeroppervlak is dit 2/3 detailhandel en 1/3 niet-detailhandel. Dit betekent dus dat verkooppunten van de detailhandel gemiddeld een stuk groter zijn dan verkooppunten van de niet-detailhandel. Dit komt voornamelijk omdat binnen de detailhandel veel m² worden ingenomen door de categorie 'in/om huis' (e.g. tuincentra, woonboulevards). In de detailhandel alleen al werken ongeveer 89.000 mensen, dit aantal is goed voor 8,5% van de totale werkgelegenheid in Gelderland.

Binnen de retail wordt niet alleen onderscheid gemaakt tussen detailhandel en niet-detailhandel, maar zijn er ook verschillende branches te onderscheiden¹. Een van de verschillen tussen Gelderland en Nederland is dat de branche 'transport en brandstof' in Gelderland een groter aandeel heeft in het aantal verkooppunten. Ook is zowel het aantal VKP als m² WVO van de horeca ondervertegenwoordigd in Gelderland als dit vergeleken wordt met Nederland. Als laatste neemt, uitgedrukt in m² WVO, 'in/om huis' een relatief groot aandeel in beslag in Gelderland. Al met al zijn de verschillen tussen Gelderland en Nederland niet heel groot.

Tussen de WGR-regio's in Gelderland² zijn echter ook wat verschillen te ontdekken. De branche 'mode & luxe' is in de regio Rivierenland gemiddeld minder vertegenwoordigd dan in de rest van Gelderland. De branche 'transport en brandstof' is daarentegen bovengemiddeld vertegenwoordigd in vergelijking met de andere regio's, zowel in het aantal VKP als in m² WVO. In de Groene metropoolregio Arnhem-Nijmegen is deze branche juist minder vertegenwoordigd, vooral uitgedrukt in m² WVO. Een ander opvallende verschil is dat in de Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen de horeca een wat groter aandeel heeft dan de rest van de regio's, niet zozeer in m² WVO maar vooral in het aantal verkooppunten. Dit heeft te maken met de aanwezigheid van de twee grote steden in deze regio: Arnhem en Nijmegen.

Het leegstandspercentage van de retail is een van de vele graadmeters die gebruikt wordt om te kijken hoe 'goed' dan wel 'slecht' het gaat met de Gelderse retail en hoe vitaal bepaalde winkelgebieden zijn. Het leegstandspercentage van de verkooppunten in 2021 bedraagt 7,1%. In de jaren ervoor lag dit percentage eveneens bijna altijd lager dan in Nederland.

- 1 De verschillende branches zijn te vinden in Bijlage 1.
- 2 De gebiedsindeling is te vinden in Bijlage 3.

Binnen de totale leegstand in Gelderland in VKP (7,1% in 2021), kan ook onderscheid gemaakt worden in hoe lang verkooppunten al leeg staan. Het aandeel van aanvang/frictie leegstand (< 1 jaar) in VKP en de langdurige leegstand (1-3 jaar) schommelen beide al een aantal jaren tussen de 32 en 43 procent. Het aandeel structurele leegstand (> 3 jaar) is stabiel en ligt de laatste jaren tussen de 23 en 25 procent. Dit beeld wijkt niet erg af als dit uitgedrukt wordt in leegstand in m² WVO. Alleen het aandeel structurele leegstand is dan iets groter en het aandeel aanvang/frictie leegstand iets kleiner in vergelijking met VKP.

Het leegstandspercentage (uitgedrukt in het aantal VKP) verschilt per WGR-regio. De Achterhoek heeft al jaren een leegstandspercentage van boven de 8% en ook in de Food Valley (8,6%) en in de Cleantech regio (7,8%) is het leegstandspercentage in 2021 hoger dan het Gelders gemiddelde. Hierbij is het opvallend dat het leegstandspercentage in de Food Valley in 2017 7,3% bedroeg en in vier jaar gestegen is naar 8,6%. De Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen en de Noord Veluwe behouden beide een relatief laag leegstandspercentage, ondanks dat in de loop der jaren het leegstandspercentage in de Noord Veluwe is opgelopen. Rivierenland heeft het laagste leegstandspercentage in 2021 (5,4%).

Als laatste verschilt het leegstandspercentage ook per type winkelgebied. Het leegstandspercentage in centrale winkelgebieden (i.e. het belangrijkste winkelgebied in een dorp of stad) ligt hoger dan in de andere winkelgebieden. In 2021 stond 10,5% van het aantal VKP leeg, dit is het hoogste percentage sinds 2017. In de ondersteunende winkelgebieden is dit een stuk lager: 7,7%. De overige winkelgebieden (e.g. grootschalige concentraties) en de verspreide bewinkeling (niet geclusterde verkooppunten) hebben een nog lager leegstandspercentage, respectievelijk 5,1 en 2,7 %. Het aandeel m² WVO dat leeg staat in deze type winkelgebieden laat grofweg hetzelfde beeld zien. Alleen neemt het leegstandspercentage in m² WVO in de centrale winkelgebieden wel wat af, wat niet te zien is voor het leegstandspercentage uitgedrukt in VKP.

COVID-19

De COVID-19 crisis ligt nog steeds niet achter ons en er wordt druk gespeculeerd over de gevolgen. Ten aanzien van het leegstandspercentage zijn er nog geen veranderingen te zien. Het leegstandspercentage is 7,1% in 2021, hetzelfde als het jaar ervoor*. Specifiek kijkend naar de binnensteden van Arnhem en Nijmegen is het leegstandspercentage zelfs afgenomen in deze periode. In het leegstandscijfer is dus weinig opvallends te zien. Voor bepaalde winkelgebieden is het leegstandspercentage iets gestegen en voor andere type winkelgebieden iets gedaald, maar gemiddeld genomen veranderde er weinig tot niets. Ook geeft Locatus aan dat er in de eerste maanden van 2021 een hoog percentage leegstaande panden is omgebouwd, waardoor het leegstandspercentage ook laag wordt gehouden. Wanneer er op fijnmazig niveau wordt gekeken, zijn er een aantal branches die opvallende cijfers vertonen als het gaat om het aantal verkooppunten van 2020 op 2021. De meest opvallende in relatie tot COVID-19 is de groep 'bezorgen/afhalen'^a. Deze groep heeft een enorme groei doorgemaakt in het aantal verkooppunten: van 220 in 2020 naar 273 in 2021, een stijging van ruim 24%. Doordat de horeca een lange tijd dicht is geweest door de COVID-19 crisis, lijkt dit een logisch verband te hebben met het toenemende aantal verkooppunten in deze branche.

*Peildatum is 1 januari

^a verstrekking van (warme) maaltijden, deze worden niet ter plekke geconsumeerd maar worden afgehaald of bezorgd.

1 Inleiding

1.1 Algemeen

Hoe staat het ervoor met de detailhandel in Gelderland? Kloppen de beelden in de media over het toenemende aantal leegstaande winkelpanden? En is er een effect van corona te zien? Vragen die allemaal aanbod komen in deze Gelderse retail monitor. Daarnaast dient deze rapportage vooral als situatiebeschrijving, waarbij de feiten en trends van de afgelopen jaren met betrekking tot de retail voor Gelderland in beeld worden gebracht.

Deze rapportage beschrijft de stand van zaken van de retail in Gelderland. **Retail** is de verzamelnaam voor bedrijven die goederen en diensten direct aan consumenten verkopen. Een onderdeel hiervan is de **detailhandel**, die alleen fysieke producten aanbiedt aan de consument. De horeca, musea en andere dienstverlening valt daarmee wel onder retail, maar niet onder detailhandel en wordt in deze rapportage **niet-detailhandel** genoemd. Dit onderscheid zal in de rapportage veel naar voren komen, waarbij meer duidelijk wordt welke branches hieronder worden geschaard. Bij de gegevens van Locatus, worden alleen (vrij toegankelijke) fysieke winkelpanden van de retail in beeld gebracht. Ambulante handel (marktkramen, huis-aan-huis verkoop etc.) en detailhandel via internet zijn dus niet meegenomen in deze rapportage. Een gedetailleerd overzicht van de branches die meegenomen worden in deze monitor zijn te vinden in bijlage 1.

De data die in deze rapportage zijn gebruikt zijn deels ook terug te vinden in het [Statistisch Zakboek](#) van de provincie Gelderland. Op gemeentelijk niveau zijn het aantal verkooppunten, vierkante meter (m²) winkelverkoopvloeroppervlak en het leegstandspercentage voor verschillende branches in het Statistisch Zakboek opgenomen. In Bijlage 2 is voor 2021 een deel van deze informatie al opgenomen op gemeentelijk niveau.

1.2 Context en ontwikkelingen

Ontwikkelingen en cijfers die worden beschreven in deze rapportage kunnen niet geïdентificeerd worden zonder een beeld te hebben van de context. Ook is het belangrijk om verschillende trends in het achterhoofd te houden, om de toekomstbestendigheid van de branches beter te kunnen inschatten. Daarom zal kort stil worden gestaan bij huidige ontwikkelingen in de maatschappij. De genoemde trends en ontwikkelingen dienen als context en daarom zal er in de rapportage niet direct op terug worden gekomen.

De **COVID-19** crisis ligt nog niet geheel achter ons en het is onduidelijk in hoeverre dit op lange termijn gevolgen zal hebben. Tijdens de crisis hebben delen van de retail het moeilijk gehad. Het sluiten van culturele instellingen, de horeca en een groot deel van de detailhandel heeft fors impact gehad. De steunmaatregelen hebben waarschijnlijk veel bedrijven overeind gehouden, maar het is nog afwachten of dit zo blijft wanneer de steun wegvalt. De crisis heeft er ook voor gezorgd dat **online winkelen** in sneltreinvaart is toegenomen. In de corona-oplegger van het koopstromenonderzoek³ is dit ook in kaart gebracht. Alleen al kijkend naar de omzet van internetverkoop in de detailhandel is een sterke stijging te zien sinds de coronacrisis. Daarnaast is het aandeel van online bestedingen in Nederland aan producten ten opzichte van de totale besteding aan producten in tabel 1 weergegeven. Er is een licht stijgende trend op te merken van het aandeel online bestedingen ten opzichte van het totaal.

³ <https://www.kso2019.nl/downloads/rapportage/Corona-oplegger-koopstromen-Oost-Nederland-Gelderland-januari.pdf>.

Tabel 1 Aandeel van bestedingen die online zijn gedaan aan producten in Nederland

Q3 2019	Q4 2019	Q1 2020	Q2 2020	Q3 2020	Q4 2020	Q1 2021	Q2 2021
17%	19%	19%	22%	21%	27%	30%	23%

Bron: Thuiswinkel markt monitor

De toenemende digitalisering zou tot gevolg kunnen hebben dat fysieke winkels steeds minder nodig zijn in de toekomst. Uitgedrukt in zowel de hoeveelheid banen als bedrijven, is al te zien dat detailhandel via internet tussen 2017 en 2020 is gegroeid met ongeveer 45%.⁴

Verder speelt de **woningopgave** op dit moment in het hele land. Huizenprijzen stijgen en er zijn te weinig woningen beschikbaar, omdat onder andere het aantal huishoudens toeneemt. Daarnaast speelt het probleem van **vergrijzing**: de grijze druk (het aantal 65 plussers ten opzichte van de 'productieve bevolking' tussen de 20 en 65) blijft toenemen. Deze trends zouden er toe kunnen leiden dat de wensen met betrekking tot de retail veranderen (in bepaalde gemeenten of woonplaatsen). De vraag naar winkels in een bepaalde branche kan toenemen of afnemen. Bijvoorbeeld in woonplaatsen met veel jonge mensen zal door digitalisering minder behoefte zijn aan winkels in wit- en bruingoed, maar dit zal minder gelden voor winkels die dagelijks gebruikt worden, zoals supermarkten en drogisterijen. Daarnaast is door de woningopgave meer druk komen te staan op de mogelijkheden om winkelpanden (en ander vastgoed) om te vormen naar woningen.

Hoe de **demografie** zich in de loop der jaren verder zal ontwikkelen is onzeker, onder meer door de fluctuaties rondom het migratiesaldo en een eventueel effect van de stijging van de levensverwachting. Op dit moment wordt er vanuit gegaan dat in 2060 het bevolkingsaantal in Nederland waarschijnlijk tussen de 18,1 en 21,2 miljoen ligt.⁵ Om aan de behoeften van de groeiende bevolking te voldoen zijn er wellicht meer of grotere fysieke winkels nodig in de toekomst, wat ook de leegstandsproblematiek kan verminderen. Anderzijds zijn de behoeften van mensen moeilijk te voorspellen en zal een eventuele behoefte aan meer of grotere winkels alleen gelden voor bepaalde branches.

1.3 Gehanteerde bronnen en regio's

1.3.1 Locatus

In deze rapportage is voornamelijk gebruik gemaakt van de gegevens van Locatus. Locatus verzamelt informatie over (leegstaande) verkooppunten en het aantal m² winkelverkoopvloeroppervlak. Hun data worden zowel verzameld door middel van *desktop research* als door hun buitendienst die elke dag op pad is om de verschillende verkooppunten en bijbehorende informatie actueel te houden.

In deze rapportage wordt verwezen naar de jaartallen 2017 tot en met 2021, hierbij gaat het om de situatie van dat jaar op 1 januari. Bijvoorbeeld: als het leegstandspercentage 5,3 procent is in 2018, dan is dit het geval op 1 januari van 2018 en kan het dus binnen dat jaar fluctueren.

Van 2017 tot en met 2020 heeft Locatus geldautomaten meegeteld bij het aantal verkooppunten. Vanaf 2021 is dit komen te vervallen. In deze versie van de retail monitor zijn het aantal verkooppunten van 2017 t/m 2020 inclusief geldautomaten en voor het jaar 2021 exclusief geldautomaten. De verschillen tussen de registraties van 2021 en 2020 zijn overigens gering. Het betreft 290 geldautomaten (verkooppunten) in Gelderland, minder dan 1% van het totaal aantal verkooppunten. Het winkelvloeroppervlak blijft in beide gevallen gelijk.

⁴ Bron: Provinciale Werkgelegenheids Enquête.

⁵ <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/dashboard-bevolking/bevolkingsgroei/toekomst>.

Het leegstandspercentage zal in de nieuwe situatie bij de verkooppunten in lichte mate (omstreeks 0,1%) toe kunnen nemen. Immers, het totaal aantal verkooppunten is als gevolg van de gewijzigde registratie licht gedaald. In een volgende versie van de Gelderse retail monitor zullen geldautomaten voor geen enkel jaar meer worden meegeteld

1.3.2 **PWE gegevens**

De Provinciale Werkgelegenheidsenquête (PWE) brengt de bedrijvigheid en werkgelegenheid in Gelderland jaarlijks in kaart. Om een beeld te geven van de ontwikkeling van de werkgelegenheid in de detailhandel komen deze gegevens kort aan bod in Hoofdstuk 2. Let op, de peildatum bij deze gegevens is 1 april. De gegevens van Locatus zijn gebaseerd op een door Locatus gedefinieerde branche-indeling m.b.t. verkooppunten. Een poging om deze te koppelen aan de branche codes (ook wel SBI-codes genoemd), zoals gebruikt in het Provinciale Werkgelegenheids Enquête (PWE)-register en een koppeling op basis van BAG-id (gegevens van alle gebouwen en adressen in Nederland), liet grote verschillen zien. Er is daarom besloten alleen aandacht te besteden aan de werkgelegenheidsontwikkeling van de detailhandel, zoals afgebakend door de SBI-codering, exclusief de detailhandel via internet en markthandel⁶. De detailhandel, zoals gedefinieerd bij Locatus komt dus niet overeen met de detailhandel die wordt gebruikt om de werkgelegenheid in kaart te brengen.

1.3.3 **WGR-regio's**

In deze rapportage wordt op een lager schaalniveau dan de provincie gekeken, namelijk naar WGR-regio's. Dit zijn zes regio's die in het verleden gegroepeerd zijn op basis van de Wet Gemeenschappelijke Regelingen (WGR). Naast de Gelderse gemeenten zijn er ook een vijftal niet-Gelderse gemeenten die worden meegenomen bij deze zes regio's. De indeling die is aangehouden is te vinden in Bijlage 3. Wanneer er in de rapportage wordt verwezen naar Gelderland, gaat dit alleen om de Gelderse gemeenten. Een optelsom van de WGR-regio's komt daarom niet overeen met totaalcijfers van Gelderland.

CBS leegstandsmonitor

Het is goed om even kort stil te staan bij de verschillen tussen de gegevens van Locatus die in deze rapportage worden gebruikt en de gegevens van het CBS. De CBS leegstandsmonitor brengt namelijk net als Locatus ook het aantal en het oppervlak van winkels in kaart met bijbehorend leegstandspercentage per gemeente.

Allereerst brengt het CBS naast het leegstandspercentage van winkels, ook die van kantoorpanden, woningen en nog meer vastgoedtypes in beeld. Locatus richt zich uitsluitend op verkooppunten van de retail. Locatus doet veldwerk en elke pand wordt minstens één keer in de drie jaar gecontroleerd. Het CBS daarentegen kijkt alleen naar administratieve leegstand, wat betekent dat deze is gemeten op basis van landelijke registers en niet in de praktijk is getoetst of er daadwerkelijk sprake is van leegstand. Daarnaast rond het CBS het leegstandspercentage af of nul decimalen en het laagste schaalniveau waarbij dit in kaart wordt gebracht is het gemeentelijk niveau. Locatus verstrekt meer nauwkeurige gegevens, waarbij er niet wordt afgerond en ook elk verkooppunt met coördinaten in kaart wordt gebracht.

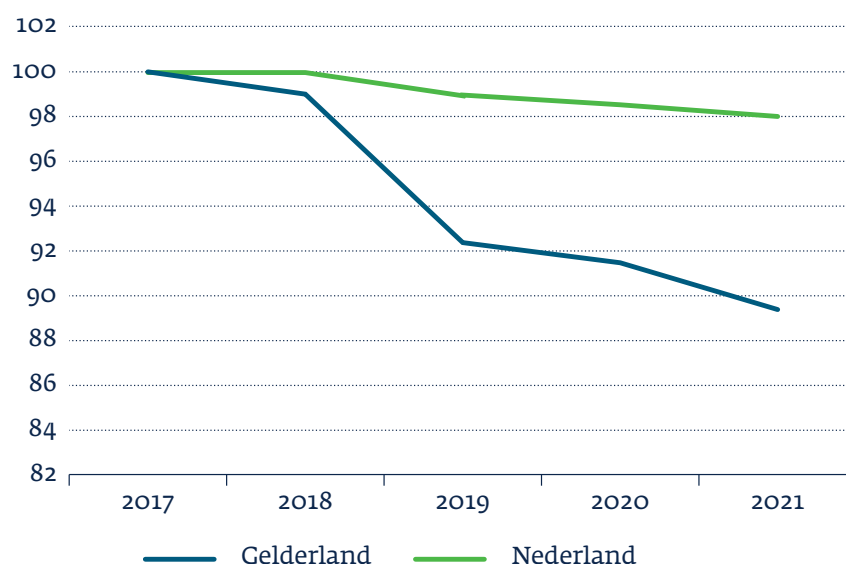
⁶ Bij de gegevens van Locatus, worden alleen (vrij toegankelijke) fysieke winkelpanden van de retail in beeld gebracht. Om hier zo veel mogelijk bij aan te sluiten zijn de markthandel (sbi 478) en detailhandel internet (sbi 479) niet meegenomen.

2 Verkooppunten en winkelverkoopvloeroppervlak

In deze rapportage wordt er gekeken naar verschillende aspecten van de retail in Gelderland. Hierbij wordt er uitgegaan van twee basisbegrippen. Het aantal verkooppunten (VKP) en het aantal vierkante meter winkelverkoopvloeroppervlak (m^2 WVO). Vanuit deze twee perspectieven kunnen verschillende aspecten van de Gelderse retail worden bekeken. Bijvoorbeeld: het aantal VKP dat leeg staat of het aantal m^2 WVO dat leeg staat.

2.1 Nationale context

Zoals te zien in figuur 1 hieronder, volgt Gelderland dezelfde trend als Nederland als het gaat om het aantal VKP van de retail. Het aantal VKP neemt tussen 2017 en 2021 geleidelijk af. In Gelderland is deze trend wel duidelijk sterker dan in Nederland. Van het totaal aantal verkooppunten in Nederland, vormt ongeveer 11 procent daarvan verkooppunten uit Gelderland.

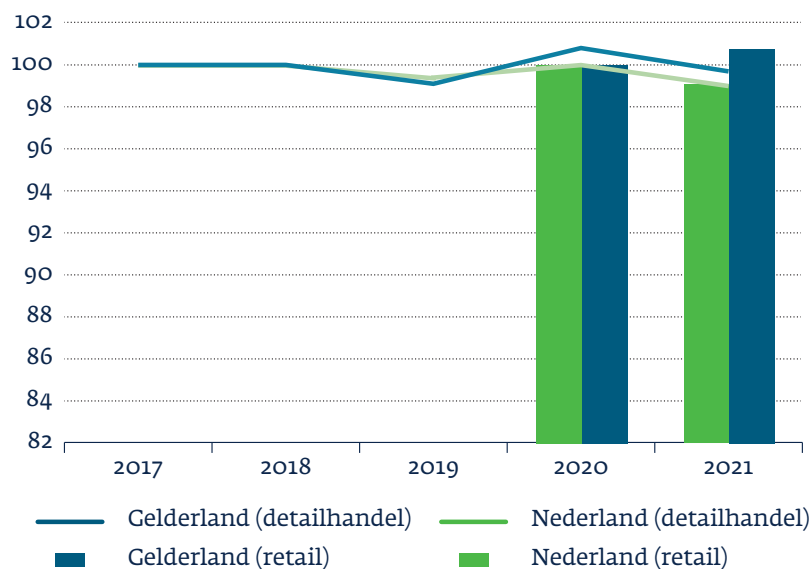


Figuur 1 Aantal VKP van de retail in Gelderland en Nederland, 2017-2021 (index 2017=100)

Bron: Locatus

Voor het aantal m^2 winkelverkoopvloeroppervlak is het moeilijk om een beeld te vormen van de ontwikkeling, zie figuur 2. In vergelijking met figuur 1 blijft gemiddeld genomen het WVO redelijk stabiel. Kijkend naar de ontwikkeling van het aantal m^2 van de detailhandel (de lijnen in het figuur) is in Nederland een licht dalende trend te zien. In Gelderland is dit beeld minder duidelijk, want de lijn fluctueert meer. Tussen 2020 en 2021, wanneer de gegevens van het WVO wel compleet zijn, is een lichte stijging op te merken voor Gelderland. Het is echter, door het ontbreken van de gegevens tussen 2017 en 2019, lastig om conclusies te trekken.

Van het totale oppervlak WVO van Nederland behoort 12% tot Gelderland. Al met al kan er wel geconcludeerd worden dat het aantal VKP sneller daalt dan dat het WVO. Dit betekent kortgezegd dat winkels gemiddeld genomen steeds groter worden in oppervlak.



Figuur 2 Aantal m² WVO van de detailhandel (2017-2019) en de totale retail (2020-2021) in Gelderland en Nederland, index lijngrafiek 2017=100 & index staafdiagram 2020=100

Bron: Locatus

Hoewel het totaaloppervlak dus min of meer gelijk lijkt te blijven, heeft er wel een structuurverandering plaatsgevonden. In tabel 2 zijn er verschillende klassen van het WVO weergegeven, waarbij de eerste categorie winkels bevat die tussen de 0 en 100 m² zijn en de laatste categorie bevat winkels die groter zijn dan 1.600 m².

Hiervan is vervolgens de procentuele verandering van het aantal VKP in de detailhandel weergegeven in tabel 2. Hierin is te zien dat het aantal kleinere verkooppunten elk jaar afneemt, terwijl het aantal grotere verkooppunten elke jaar toeneemt. Hieruit kan geconcludeerd worden dat er een afname is van kleine verkooppunten in de detailhandel en een toename van grote verkooppunten. De vraag blijft echter in hoeverre dit leidt tot (structurele) leegstand van kleinere eenheden. Branches die veelal gekenmerkt worden door kleinere verkooppunten zijn Diensten, Transport & brandstof en de Horeca. Verkooppunten die veelal groot zijn in oppervlak zijn te vinden in de branche In/om huis. Dit betekent echter niet per definitie dat bijvoorbeeld horecazaken verdwijnen of dat er meer verkooppunten In/om huis bij komen.

Tabel 2 Procentuele verandering van het aantal VKP in de detailhandel per klasse WVO (m²) in Gelderland

Klasse	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
0 < m² WVO ≤ 100	-1,6%	-2,9%	-4,5%	-4,4%
100 < m² WVO ≤ 200	-1,8%	-3,2%	-3,5%	-3,3%
200 < m² WVO ≤ 400	-1,9%	-1,7%	-1,8%	-2,6%
400 < m² WVO ≤ 800	-0,7%	-1,1%	-3,4%	-1,2%
800 < m² WVO ≤ 1.600	3,5%	0,3%	2,2%	0,7%
m² WVO > 1.600	0,9%	3,3%	0,6%	1,7%

Bron: Locatus

Vanuit een andere invalshoek is deze trend ook op te merken, zie tabel 3. Het totaal aantal m² WVO in de lagere klassen neemt af en die in de hogere klassen neemt toe. Dit hangt samen met de, in de vorige tabel weergegeven, afname van verkooppunten in de lagere klassen en een toename in de hogere klassen.

Tabel 3 Procentuele verandering van het aantal m² WVO in de detailhandel per klasse WVO (m²) in Gelderland

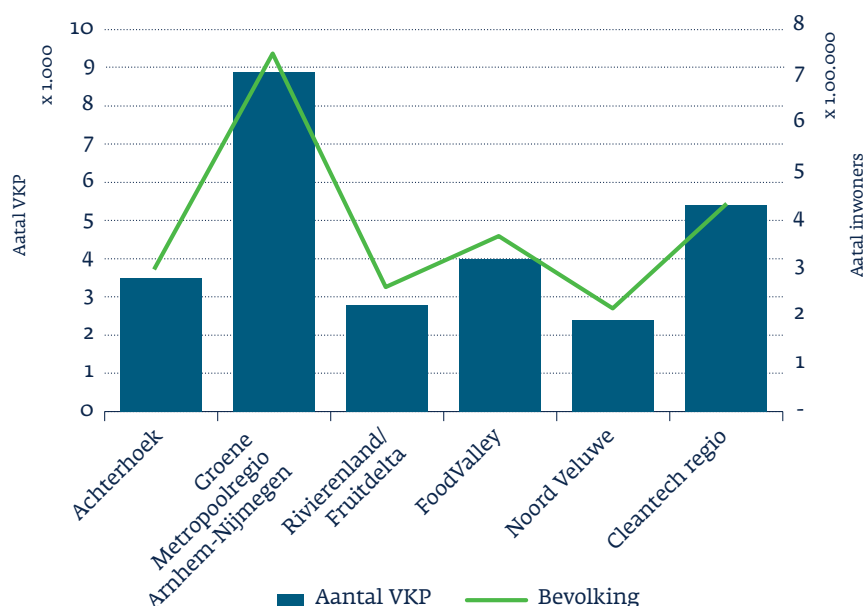
	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2020-2021
0 < m² WVO ≤ 100	-1,0%	-2,6%	-4,8%	-4,1%
100 < m² WVO ≤ 200	-1,7%	-2,9%	-4,0%	-3,0%
200 < m² WVO ≤ 400	-2,1%	-1,5%	-2,2%	-2,6%
400 < m² WVO ≤ 800	-1,0%	-1,3%	-3,9%	-0,9%
800 < m² WVO ≤ 1.600	4,4%	0,3%	2,3%	1,0%
m² WVO > 1.600	0,2%	3,1%	4,8%	3,8%

Bron: Locatus

2.2 WGR-regio's

In deze paragraaf zal verder worden gekeken op WGR-niveau. Er zijn zes WGR-regio's voor Gelderland te onderscheiden, waarbij ook 5 niet-Gelderse gemeenten zijn meegenomen. Uit welke gemeenten deze regio's precies bestaan wordt verder toegelicht in Bijlage 3.

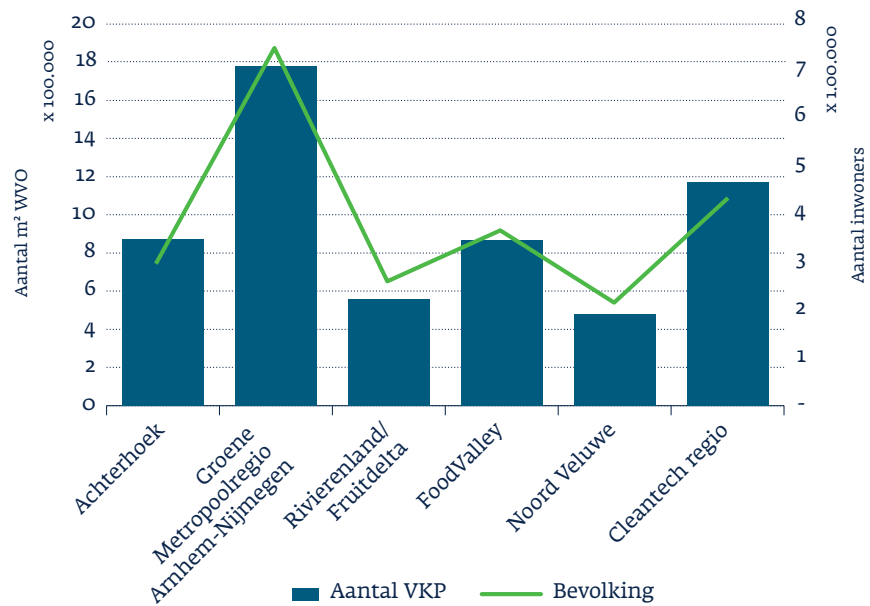
De verschillen tussen de regio's worden al snel duidelijk in figuur 3. De Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen heeft aanzienlijk meer verkooppunten dan de andere vijf regio's. Dit geldt ook voor de hoeveelheid m² WVO, zie figuur 4. De Noord Veluwe heeft van de zes regio's het minste aantal VKP en m² WVO. In beide figuren is ook het bevolkingsaantal in de zes regio's weergegeven (de groene lijn). Er is een sterke correlatie⁷ tussen het aantal VKP en m² WVO van de retail en het aantal mensen wat er in de regio woont. De verschillen in het aantal verkooppunten en winkelverkoopvloeroppervlak tussen de regio's zijn dus logischerwijs toe te schrijven aan het verschil in bevolkingsaantal tussen de regio's.



Figuur 3 Aantal verkooppunten van de retail en bevolkingsomvang per WGR-regio, 2021

Bron: Locatus/CBS

⁷ Voor figuur 3 geldt een correlatie van 0,99 en voor figuur 4 een correlatie van 0,98 tussen het aantal inwoners in de regio en het aantal VKP en m² WVO.



Figuur 4 Aantal m² WVO van de retail en bevolkingsomvang per WGR-regio, 2021

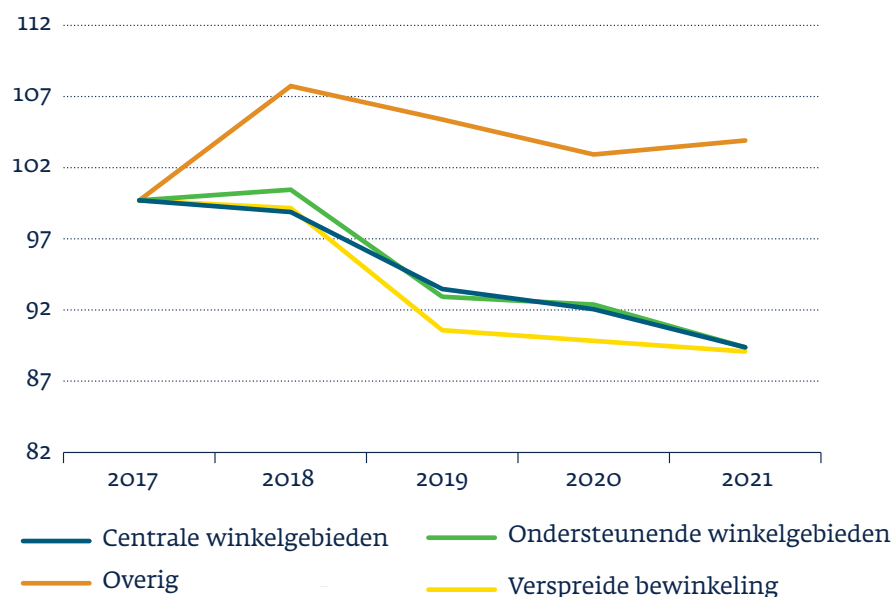
Bron: Locatus/CBS

2.3 Winkelgebieden

Er zijn grofweg vier soorten winkelgebieden te onderscheiden. De ontwikkeling van het aantal VKP van deze winkelgebieden is weergegeven in figuur 5.

Kortgezegd is een **centraal winkelgebied** het belangrijkste winkelgebied in de woonplaats. Dit kan dus een grote binnenstad zijn of een klein winkelgebied in een dorp. Naast het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats, kunnen er meerdere **ondersteunende winkelgebieden** zijn. Een voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld een wijkcentrum. Onder **overig** vallen de speciale winkelgebieden, zoals outlets, Luchthaven Schiphol, en grootschalige concentratie, denk bijvoorbeeld aan grote woonboulevards. Alles wat hierbuiten valt, wordt **verspreide bewinkeling** genoemd. Zie bijlage 4 voor nadere beschrijving van de type winkelgebieden.

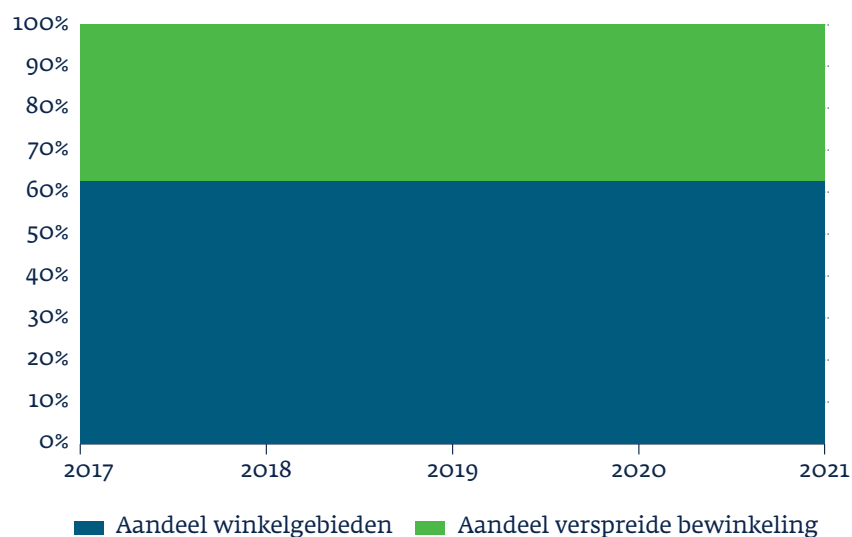
In het figuur is te zien dat in drie van de vier winkelgebieden het aantal VKP afneemt. Er is echter een uitzondering en dat zijn de overige winkelgebieden. Deze winkelgebieden kenmerken zich vooral door veel verkooppunten in de branche In/om huis, ongeveer 60% van de VKP in dit type winkelgebied valt in deze categorie. Daarbinnen wordt een groot deel in beslag genomen door woonwinkels.



Figuur 5 Ontwikkeling van het aantal VKP van de retail in Gelderland, 2017-2021 (index 2017=100)

Bron: Locatus

Een ander onderscheid wat wordt gemaakt is tussen verkooppunten in winkelgebieden, dus de optelsom van de centrale-, ondersteunende- en overige winkelgebieden, en de verspreide bewinkeling. De verspreide bewinkeling zijn winkels die niet samen geclusterd in een gebied liggen, wat wel het geval is bij de winkelgebieden. De verkooppunten in de verspreide bewinkeling liggen zowel binnen- als buiten de bebouwde kom en op bedrijventerreinen. In figuur 6 is te zien dat de verhouding in de loop der jaren gelijk blijft en dat de verspreide bewinkeling een kleine 40% van het totaal aantal VKP in beslag neemt en de andere 60% gevestigd is in winkelgebieden.

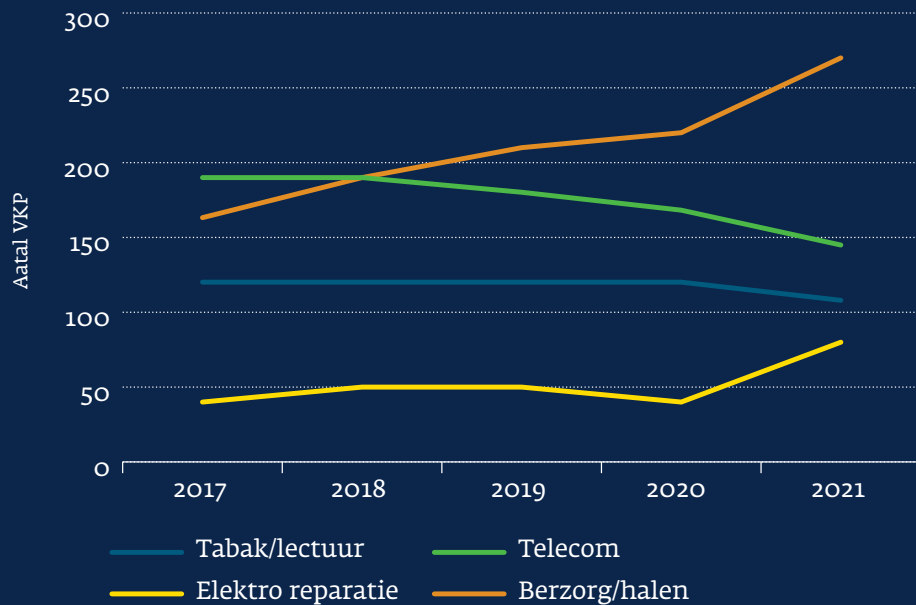


Figuur 6 Verhouding tussen VKP in winkelgebieden en VKP die verspreid zijn in woonplaatsen van de retail in Gelderland, 2017-2021

Bron: Locatus

COVID-19

Hoewel het aantal VKP de afgelopen jaren terug loopt, kent deze trend geen extra grote afname tussen 2020 en 2021, ondanks de coronacrisis. Echter wanneer er gedetailleerder naar de verschillende sectoren wordt gekeken, zijn er een aantal branches die opvallende cijfers vertonen als het gaat om de ontwikkeling van het aantal verkooppunten tussen 2020 en 2021, zie figuur 7.



Figuur 7 Aantal branches van de retail met een opvallende verandering van het aantal VKP, 2017-2021

Bron: Locatus

Allereerst heeft de groep 'bezorgen/afhalen'^b een enorme groei doorgemaakt in het aantal verkooppunten: van 220 in 2020 naar 273 in 2021, een stijging van ruim 24%. Doordat de horeca een lange tijd is dicht geweest door de COVID-19 crisis, lijkt dit een logisch verband te hebben met het toenemende aantal verkooppunten in deze branche. Een aantal andere branches heeft een opvallende daling doorgemaakt: 'tabak/lectuur'^c en 'telecom'^d hebben een daling van respectievelijk 14% en 17,3% van het aantal verkooppunten doorgemaakt tussen 2020 en 2021 en 'elektrotechnische reparatie'^e een stijging van een kleine 83%. Dit zijn opvallend grote veranderingen in één jaar tijd. Echter is het moeilijk te bepalen waardoor deze worden bepaald, COVID-19 of bijvoorbeeld de toenemende digitalisering of een andere trend.

b verstrekking van (warme) maaltijden, deze worden niet ter plekke geconsumeerd maar worden afgehaald of bezorgd.

c verkoop van tabaksproducten en rokersbenodigdheden, in combinatie met tijdschriften, zoetwaren en frisdranken.

d winkel voor de verkoop van telecom apparatuur en toebehoren.

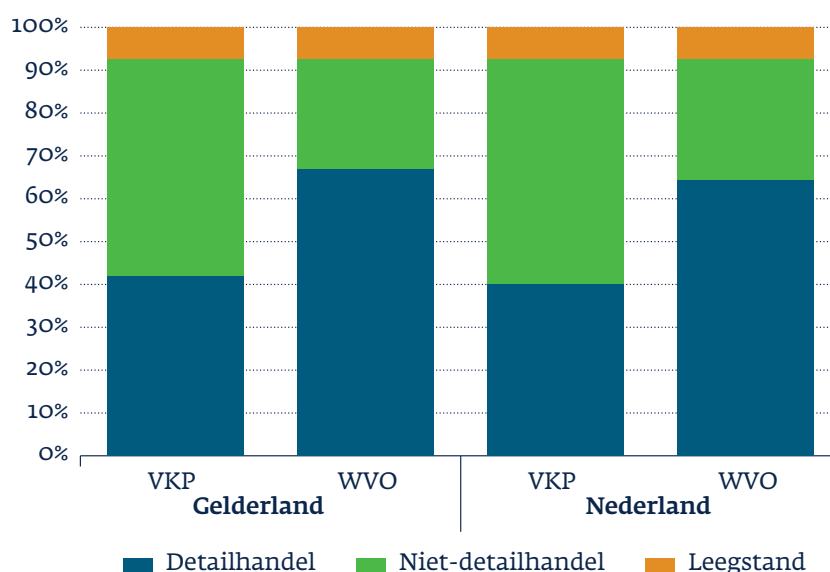
e reparatie van elektrotechnische artikelen.

3 Detailhandel en niet-detailhandel

Naast de twee eenheden waarin verschillende aspecten van de retail worden uitgedrukt, VKP en m² WVO, wordt er binnen de retail zelf ook onderscheid gemaakt tussen detailhandel en niet-detailhandel. Dit eerste bevat ondernemingen die fysieke producten verkoopt aan consumenten en het laatste bevat ondernemingen die niet-fysieke producten verkoopt aan consumenten, zoals dierentuinen, restaurants of andere diensten. Zie ook bijlage 1.

3.1 Nationale context

Gelderland wordt vaak gezien als een gemiddelde provincie en dit is ook te zien in figuur 8, waar het Gelderse beeld nauwelijks afwijkt van dat van Nederland. In dit figuur zijn de verhoudingen binnen de retail weergegeven: detailhandel, niet-detailhandel en de leegstand. Wanneer wordt gekeken naar de verhoudingen valt het op dat het aandeel detailhandel aanzienlijk groter is wanneer dit wordt uitgedrukt in het aantal m² WVO dan in het aantal VKP. Het oppervlak van de verkooppunten van de detailhandel is over het algemeen dus groter dan die van de niet-detailhandel. Grofweg kan geconcludeerd worden dat wanneer men kijkt naar het aantal verkooppunten (exclusief leegstand), bijna de helft bestaat uit detailhandel en ruim de andere helft uit niet-detailhandel. Voor het aantal m² WVO is dit 2/3 detailhandel en 1/3 niet-detailhandel. In hoofdstuk 5 zal verder worden ingegaan op de leegstand.



Figuur 8 Aandeel detailhandel, niet-detailhandel en leegstand van het totaal aantal VKP en m² WVO, 2021

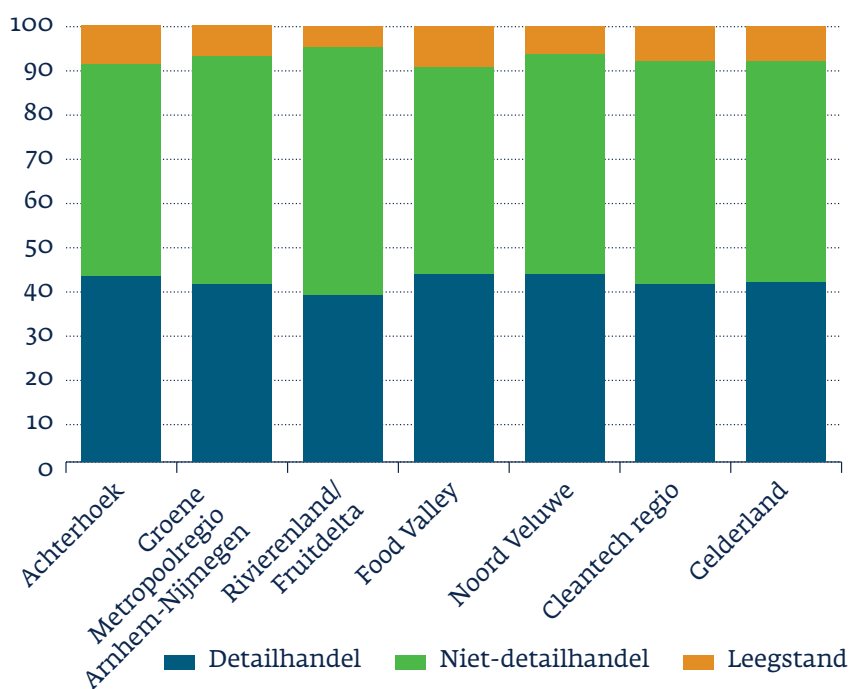
Bron: Locatus

3.2 WGR-regio's

De verschillen tussen de WGR-regio's m.b.t. het aantal VKP en WVO is al kort in het vorige hoofdstuk ter sprake gekomen.

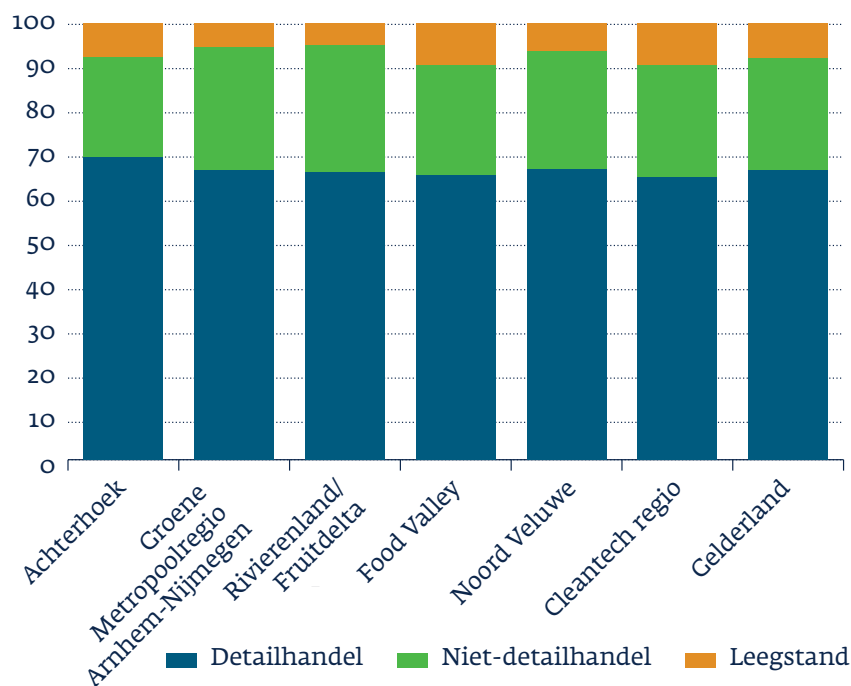
In figuur 9 is de verhouding tussen de detailhandel, niet-detailhandel en leegstand te zien. Het aandeel van de detailhandel, uitgedrukt in aantal VKP, in alle zes de regio's kleiner is dan het aandeel niet-detailhandel. Toch zijn de verschillen maar erg klein. In de Achterhoek bijvoorbeeld heeft de detailhandel 1.530 verkooppunten en de niet-detailhandel 1.640. Het grootste verschil is te zien in Rivierenland, waar de detailhandel 1.100 verkooppunten heeft en de niet-detailhandel 1.540. Dit is niet verassend, omdat in deze regio weinig stedelijk weefsel is, waar de meeste detailhandel zich vestigt.

Deze verhoudingen per WGR-regio kunnen ook uitgedrukt worden in m² WVO, zie figuur 10. Zoals in het vorige hoofdstuk ook al besproken, zijn de verkooppunten van de detailhandel aanzienlijk groter dan die van de niet-detailhandel. Dit is dan ook in de verschillende regio's zichtbaar: de detailhandel neemt ongeveer 2/3 van de m² WVO in beslag en 1/3 kan worden toegeschreven aan de niet-detailhandel.



Figuur 9 Aandeel detailhandel, niet-detailhandel en leegstand van het totaal aantal verkooppunten per WGR-regio, 2021

Bron: Locatus



Figuur 10 Aandeel detailhandel, niet-detailhandel en leegstand van het totaal aantal m² WVO per WGR-regio, 2021

Bron: Locatus

3.3 Werkgelegenheid in de detailhandel

Om de werkgelegenheidsontwikkeling in kaart te brengen voor de verkooppunten van Locatus is er gepoogd deze te koppelen aan de vestigingen in het register van de Provinciale Werkgelegenheids Enquête (PWE). Dit veroorzaakte echter te grote verschillen, waarna is besloten in deze paragraaf de werkgelegenheidsontwikkeling te behandelen, zonder dat deze één op één te vergelijken is met de verkooppunten van Locatus. De detailhandel zoals hier besproken kent een net wat andere definitie dan de verkooppunten die onder de detailhandel vallen bij Locatus. Toch mag er vanuit worden gegaan dat de trends in de werkgelegenheid zoals hierna worden besproken grosso modo ook gelden voor de detailhandel, zoals gedefinieerd bij Locatus.

In de detailhandel in Gelderland werkten in 2020 ruim 89.000 mensen, wat ongeveer 8,5% is van de totale werkgelegenheid in Gelderland. In tabel 4, is de verandering van het aantal werkzame personen te zien in de detailhandel, opgedeeld in verschillende categorieën van de detailhandel. De ontwikkeling tussen 2017 en 2020 laat geen grote veranderingen zien. Sommige delen van de detailhandel laten een groei zien, zoals 'supermarkten, warenhuizen en dergelijke winkels' en anderen een daling, zoals winkels in consumenten elektronica. Voor Gelderland geldt dat tussen 2017 en 2019 het aantal mensen werkzaam in de detailhandel is gegroeid, tussen 2019 en 2020 is er een kleine daling te zien.

Tabel 4 Procentuele verandering van het aantal banen in de detailhandel in Gelderland, 2017-2020

		%-verandering van het aantal banen detailhandel ⁸			
Aandeel (2020)	SBI-code	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2017-2020
44,4%	Supermarkten, warenhuizen en dergelijke winkels	1,9%	3,4%	1,2%	6,5%
7,6%	Gespecialiseerde winkels in voedings- en genotmiddelen	-1,1%	0,6%	1,4%	0,8%
2,1%	Benzinestations	-0,6%	7,4%	-3,8%	2,7%
1,8%	Winkels in consumenten elektronica	-0,1%	-2,0%	-3,6%	-5,6%
1,7%	Winkels in overige huishoudelijke artikelen	0,1%	2,0%	-1,0%	1,1%
4,8%	Winkels in lectuur, sport-, kampeer- en recreatie artikelen	2,4%	1,9%	1,2%	5,6%
27,6%	Winkels in overige artikelen	0,5%	-1,5%	-2,6%	-3,6%
100%	Totaal detailhandel⁸	1,0%	1,6%	-0,3%	2,3%

Bron: PWE 2020

In tabel 5 is een splitsing gemaakt in de verschillende WGR-regio's. De totalen komen niet helemaal overeen met tabel 4, omdat er een aantal niet-Gelderse gemeenten worden meegerekend bij de WGR-regio's.

Wat opvalt is dat tussen 2019 en 2020 het aantal banen in de detailhandel fors is gegroeid in de Achterhoek, vooral als dit vergeleken wordt met de afname in vier van de andere regio's. Naast de Achterhoek laat ook de Noord Veluwe ook een kleine groei zien (0,2%). Het aantal banen in deze regio groeide in de jaren ervoor ook aanzienlijk meer dan in de andere regio's. Als laatste valt op dat de Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen als enige een krimp van het aantal banen laat zien tussen 2017 en 2020.

Tabel 5 Procentuele ontwikkeling van het aantal banen in de detailhandel in de WGR-regio's, 2017-2020

Regio	%-verandering van het aantal banen in de detailhandel ⁹			
	2017-2018	2018-2019	2019-2020	2017-2020
Cleantech regio	1,0%	1,5%	-0,1%	2,5%
Achterhoek	0,3%	0,5%	4,1%	4,9%
Groene Metropoolregio regio Arnhem-Nijmegen	-0,4%	0,8%	-1,4%	-1,1%
Rivierenland/Fruitedelta	2,2%	1,8%	-0,4%	3,7%
Food Valley	2,9%	3,3%	-0,9%	5,3%
Noord Veluwe	3,6%	3,6%	0,2%	7,6%
Totaal	1,0%	1,6%	-0,1%	2,5%

Bron: PWE 2020

8 SBI code 47 minus 478 (markthandel) en 479 (detailhandel niet via winkel of markt).

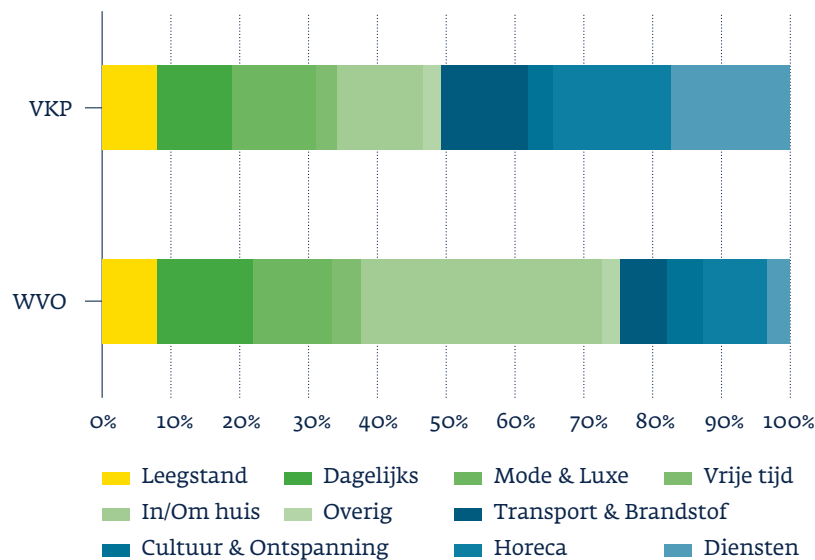
9 SBI code 47 minus 478 (markthandel) en 479 (detailhandel niet via winkel of markt).

4 Branches

In het vorige hoofdstuk is al toegelicht dat het beeld van de retail grofweg in 3 categorieën kan worden ingedeeld: detailhandel, niet-detailhandel en leegstand. De detailhandel en de niet-detailhandel kunnen verder onderverdeeld worden in de categorieën zoals weergegeven in figuur 11. De categorieën in de verschillende kleuren groen vallen onder detailhandel en diegene in de blauwe kleuren onder de niet-detailhandel. De subcategorieën hiervan kunnen in Bijlage 1 worden gevonden.

Zoals al eerder is weergegeven, neemt de detailhandel een groter deel van het WVO voor haar rekening (ongeveer 2/3) dan de niet-detailhandel (ongeveer 1/3), wat ook zichtbaar is in onderstaande figuur. Een groot deel hiervan bestaat uit *In/Om huis*, waaronder bijvoorbeeld tuincentra en bouwmarkten vallen. Ruim 33% van het WVO wordt ingenomen door de categorie *In/Om huis*, waarna *Dagelijks* (e.g. supermarkten) de grootste categorie is met ruim 15% van het WVO. Voor de niet-detailhandel heeft de *Horeca* de meeste m² WVO, maar van het totaal is dit 'slechts' 9,4%.

Het aandeel VKP kent een iets andere verdeling, omdat hier ongeveer de helft bestaat uit detailhandel en de andere helft uit niet-detailhandel. De aandelen lopen hierdoor minder uiteen dan wanneer de categorieën worden uitgedrukt in m² WVO. Het grootste aandeel van de VKP is voor de *Horeca*, met 18,2%. De categorie *Vrije tijd* neemt, naast de categorie *Overig*, het kleinste aandeel in beslag: 2,7%.



Figuur 11 Aandeel branches van het totaal aantal verkooppunten en m² WVO van de retail in Gelderland, 2021

Bron: Locatus

4.1 WGR-regio's

In tabel 6 en tabel 7 is het aandeel van de verschillende branches in beeld gebracht voor de verschillende WGR-regio's, in respectievelijk VKP en m² WVO. Een eerste ding dat opvalt is dat *Mode & Luxe* in de regio Rivierenland gemiddeld minder vertegenwoordigd is dan in de rest van Gelderland, zowel in het aantal VKP als in m² WVO. Als er vervolgens gekeken wordt naar de categorie *Vrije Tijd*, dan lijken alle regio's een even groot aandeel verkooppunten te hebben. Echter is in de Achterhoek het m² WVO voor deze categorie aanzienlijk hoger (10,3 % tegenover 4,4% gemiddeld in Gelderland). Dit hoge aandeel wordt veroorzaakt door de grootste kampeerwinkel van Nederland die gevestigd is in Winterswijk. Met een oppervlakte van 72.500 m² zorgt dit verkooppunt ervoor dat in de Achterhoek 10,3% van het WVO ingenomen wordt door de categorie *Vrije Tijd*. De categorie Transport en Brandstof is in het Rivierenland bovengemiddeld vertegenwoordigd in vergelijking met de andere regio's. Niet voor niets wordt het Rivierenland altijd de regio van de logistiek genoemd. In de Groene metropoolregio Arnhem-Nijmegen juist minder, vooral uitgedrukt in m² WVO. Het laatst opvallende verschil is dat in de Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen de Horeca een wat groter aandeel heeft dan de rest van de regio's, niet zozeer in m² WVO maar vooral in het aantal verkooppunten. Dit heeft waarschijnlijk te maken met de aanwezigheid van de twee grote steden in deze regio: Arnhem en Nijmegen.

Tot slot vergelijken we Gelderland nog met Nederland. Hierbij zijn geen grote verschillen te zien. De categorie *Transport en brandstof* is in Gelderland iets meer vertegenwoordigd en neemt 11,9% van het aantal VKP in beslag tegenover 10,3% in Nederland. De *Horeca* is daarentegen iets ondervertegenwoordigd, met 18,2% van de VKP in Gelderland en 20,3% van de VKP in Nederland. Ook uitgedrukt in m² WVO is de Horeca ondervertegenwoordigd in Gelderland. Een ander opvallend verschil is dat *In/Om huis* een relatief groot aandeel van het WVO in beslag neemt, 33,1% in Gelderland tegenover 30,6% in Nederland.

Tabel 6 Aandeel branches in VKP van de retail in de WGR-regio's, Gelderland en Nederland, 2021

		Achter- hoek	Groene metropool- regio A/N	Rivieren- land/Fruit- delta	Food Valley	Noord Veluwe	Cleantech regio	Gelder- land	Neder- land
Detailhandel	Leegstand	8,4%	6,9%	5,4%	8,6%	6,8%	7,8%	7,1%	7,5%
	Dagelijks	12,3%	12,6%	12,5%	12,2%	12,5%	12,3%	12,5%	12,4%
	Mode & Luxe	12,2%	12,0%	8,5%	12,5%	13,1%	12,0%	11,7%	11,7%
	Vrije Tijd	2,4%	2,6%	2,6%	2,8%	3,1%	3,0%	2,7%	2,7%
	In/Om Huis	14,2%	11,4%	13,7%	13,4%	13,3%	11,9%	12,7%	10,8%
	Detailhandel overig	3,1%	2,4%	2,2%	3,1%	2,7%	2,9%	2,6%	2,6%
Niet-detailhandel	Transport & Brandstof	12,1%	9,8%	16,1%	12,3%	12,8%	11,0%	11,9%	10,3%
	Cultuur & Ontspanning	4,5%	4,4%	4,9%	3,9%	4,5%	5,0%	4,5%	4,6%
	Horeca	15,8%	20,4%	17,6%	16,2%	16,5%	18,1%	18,2%	20,3%
	Diensten	14,9%	17,3%	16,4%	15,1%	14,8%	16,0%	16,1%	17,0%

Bron: Locatus

Tabel 7 Aandeel branches in m² WVO van de retail in de WGR-regio's, Gelderland en Nederland, 2021

		Achter- hoek	Groene metropool- regio A/N	Rivieren- land/Fruit- delta	Food Valley	Noord Veluwe	Cleantech regio	Gelder- land	Neder- land
Detailhandel	Leegstand	7,4%	6,2%	4,3%	8,7%	6,5%	8,8%	6,7%	7,6%
	Dagelijks	13,3%	16,0%	15,0%	15,0%	15,3%	14,8%	15,2%	15,3%
	Mode & Luxe	11,9%	12,6%	8,8%	13,7%	13,1%	12,9%	12,3%	12,7%
	Vrije Tijd	10,3%	3,5%	1,9%	2,5%	5,1%	3,0%	4,4%	3,5%
	In/Om Huis	31,2%	33,5%	38,7%	31,4%	31,5%	32,0%	33,1%	30,6%
	Detailhandel overig	3,5%	2,6%	2,4%	2,7%	3,2%	3,3%	2,9%	3,0%
Niet-detailhandel	Transport & Brandstof	6,3%	5,0%	9,4%	8,4%	7,4%	6,8%	6,8%	6,7%
	Cultuur & Ontspanning	5,8%	5,8%	6,2%	5,3%	5,1%	5,2%	5,5%	5,0%
	Horeca	7,2%	10,7%	9,2%	8,5%	9,3%	9,6%	9,4%	11,0%
	Diensten	3,1%	4,2%	4,2%	3,7%	3,4%	3,7%	3,8%	4,6%

Bron: Locatus

5 Leegstand

Vaak wordt het leegstandspercentage gebruikt als een van de indicatoren om de vitaliteit van een winkelgebied te meten. Veel leegstand gaat ten koste van de levendigheid in een winkelgebied en kan een negatief effect hebben op het aantrekken van zowel consumenten als andere ondernemers. Leegstand is ook slecht voor het rendement van de pandeigenaar en kan leiden tot achteruitgang van de ruimtelijke kwaliteit. Daarom zal in dit hoofdstuk dieper op dit onderwerp worden ingegaan.

5.1 Nationale context

Allereerst zijn de leegstandspercentages in Gelderland vergeleken met die in Nederland. Zoals in tabel 8 te zien is, wijkt het Gelderse percentage niet veel af van de Nederlandse leegstandspercentages. In alle jaren ligt het Gelderse leegstandspercentage onder dat van Nederland, behalve in 2019, waar het leegstandspercentage met 0,1%-punt een fractie hoger ligt.

In 2021 staat in Gelderland 7,1% van de verkooppunten leeg en 6,7% van het winkelverkoopvloeroppervlak. Hieruit zou de voorzichtige conclusie getrokken kunnen worden dat er gemiddeld meer kleinere winkels (uitgedrukt in m² oppervlak) leeg staan dan grotere winkels. Echter was dit het jaar ervoor precies omgekeerd: 7,1% van het aantal VKP stond leeg en 7,6% van het winkelverkoopvloeroppervlak, waardoor in dat geval gemiddeld genomen meer grotere winkels leeg stonden.

Tabel 8 Leegstandspercentage van het aantal VKP en aantal m² WVO van de retail in Gelderland en Nederland, 2017-2021

		2017	2018	2019	2020	2021
VKP	Gelderland	6,9%	6,6%	6,8%	7,1%	7,1%
	Nederland	7,2%	7,0%	6,7%	7,3%	7,5%
WVO	Gelderland	/	/	/	7,6%	6,7%
	Nederland	/	/	/	8,1%	7,6%

Bron: Locatus

COVID-19

Sinds het begin van de COVID-19 crisis werd al druk gespeculeerd over de gevolgen. Het Financieel Dagblad meldde bijvoorbeeld dat de winkelleegstand in de grote binnensteden enorm zou oplopen^f. Tot nu toe lijkt dit echter voor Gelderland (in zijn geheel) mee te vallen: het leegstandspercentage uitgedrukt in VKP is 7,1% in 2021, hetzelfde als het jaar ervoor. Het aandeel m² dat leeg staat is zelfs afgenomen met 0,2%-punt. Specifiek kijkend naar de binnensteden van Arnhem en Nijmegen is het leegstandspercentage ook afgenomen in deze periode.

Al met al lijkt het erop dat de veranderingen in het leegstandspercentage geen tekenen laten zien van de coronacrisis. Dit zegt echter niks over wat er de komende tijd gaat gebeuren als de steunmaatregelen wegvallen. Het PBL heeft namelijk een rapport^g gepubliceerd waarin ze voorspellen dat in 2022 het leegstandspercentage in de binnensteden oploopt met 40%.

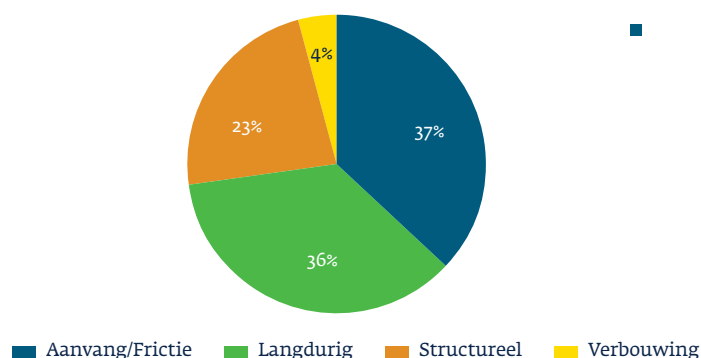
^f [//fd.nl/ondernemen/1387387/grote-steden-vrezen-verloedering-nu-leegstand-in-winkelstraten-oploopt](https://fd.nl/ondernemen/1387387/grote-steden-vrezen-verloedering-nu-leegstand-in-winkelstraten-oploopt)

^g <https://www.pbl.nl/publicaties/veerkracht-op-de-proef>

5.2 Typen leegstand¹⁰

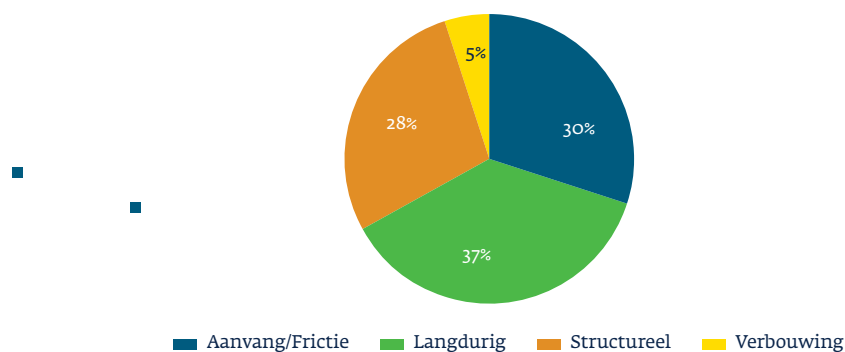
Er worden door Locatus verschillende typen leegstand onderscheiden. Allereerst is er de **aanvangs- en frictieleegstand**, deze vorm van leegstand is maar van korte duur (maximaal één jaar) en wordt vaak veroorzaakt door verhuizing en verkoop. Deze vorm van leegstand vormt geen probleem en is zelfs noodzakelijk om de markt van vastgoed te laten functioneren. De **langdurige leegstand** wordt gevormd door de panden die tussen één en drie jaar leeg staan. Staan panden langer leeg, dan wordt dit **structurele leegstand** genoemd. De laatste twee zijn vanzelfsprekend niet wenselijk. Tot slot wordt nog de **verbouwingsleegstand** onderscheiden.

In figuur 12 en figuur 13 is de leegstand in Gelderland opgesplitst in deze vier categorieën, uitgedrukt in het aandeel van de totale leegstand (uitgedrukt in VKP en m² WVO). Allereerst is in figuur 12 te zien dat de aanvang/frictie leegstand en de langdurige leegstand beide een ruime 35% van de totale leegstand in 2021 innemen. Deze percentages schommelden in de jaren ervoor ongeveer tussen de 32 en 43 procent. Het aandeel structurele leegstand is stabiel en ligt de laatste jaren tussen de 23 en 25 procent. De laatste categorie die ook in het figuur staat weergegeven is het aantal panden dat verbouwd wordt, dit vormt maar 4% van de totale leegstand in Gelderland. In figuur 13 zijn de aandelen van de totale leegstand in m² WVO weergegeven, dit beeld wijkt niet erg af van figuur 12, waarin deze aandelen zijn uitgedrukt in het aantal VKP. Alleen het aandeel structurele leegstand is iets groter en het aandeel aanvang/frictie leegstand iets kleiner.



Figuur 12 Aandeel verschillende typen leegstand ten opzichte van de totale leegstand in VKP van de retail in Gelderland, 2021

Bron: Locatus

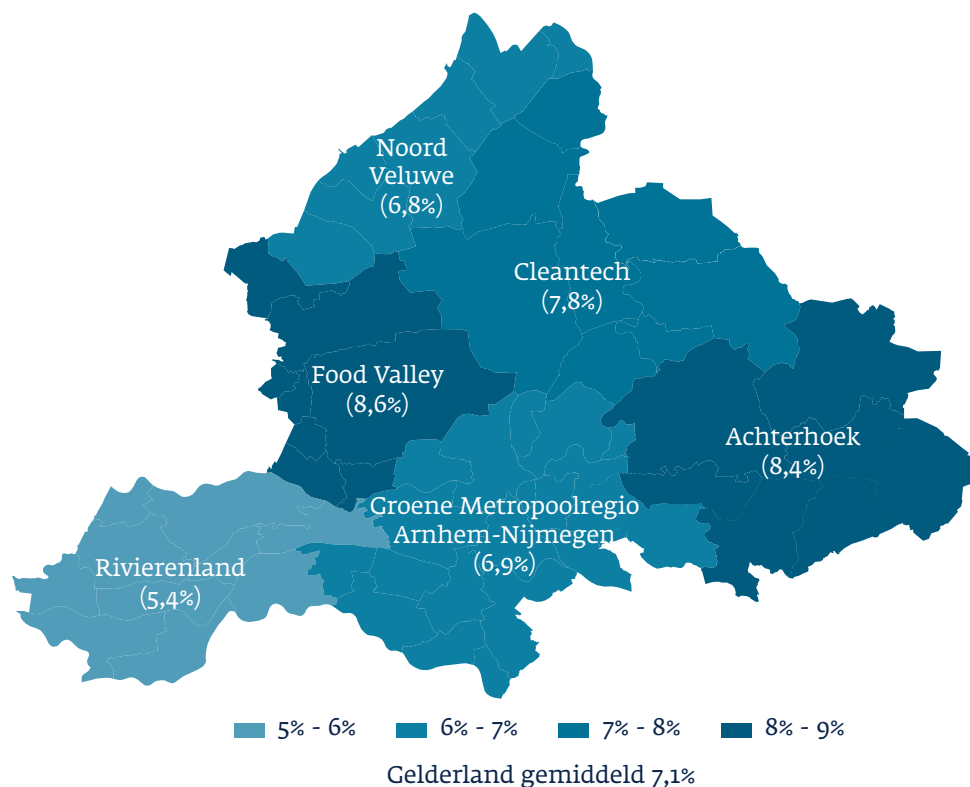


Figuur 13 Aandeel verschillende typen leegstand ten opzichte van de totale leegstand in m² WVO in Gelderland, 2021

Bron: Locatus

¹⁰ Omdat Locatus bij het in kaart brengen van de leegstand niet kan beoordelen hoe lang een pand al leeg staat, moeten de verdeling tussen de typen leegstand als een benadering worden beschouwd.

5.3 WGR-regio's



Figuur 14 Leegstandspercentage in VKP van de retail per WGR- regio, 2021

Bron: Locatus

Het leegstandspercentage (uitgedrukt in het aantal VKP) in Gelderland bedraagt 7,1% in 2021, maar in tabel 9 en figuur 14 is te zien dat dit per WGR-regio verschilt. De Achterhoek heeft al jaren een leegstandspercentage van 8% of meer en ook in de Food Valley (8,6%) en in de Cleantech regio (7,8%) is het leegstandspercentage in 2021 hoger dan gemiddeld in Gelderland. Hierbij is het opvallend dat het leegstandspercentage in de Food Valley in 2017 7,3% bedroeg en in vier jaar gestegen is naar 8,6%. De Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen en de Noord Veluwe behouden beide een relatief laag leegstandspercentage, ondanks dat in de loop der jaren het leegstandspercentage in de Noord Veluwe is opgelopen. Rivierenland heeft het laagste leegstandpercentage in 2021.

Tabel 9 Leegstandspercentage in VKP van de retail voor de zes WGR-regio's, 2017-2021

Regio	2017	2018	2019	2020	2021
Achterhoek	8,6%	8,0%	8,4%	9,0%	8,4%
Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen	6,6%	6,3%	6,7%	7,1%	6,9%
Rivierenland/ Fruitdelta	6,4%	5,8%	6,0%	5,7%	5,4%
Food Valley	7,3%	7,5%	7,5%	8,1%	8,6%
Noord Veluwe	5,4%	6,1%	5,7%	6,3%	6,8%
Cleantech regio	7,8%	6,9%	7,0%	7,4%	7,8%
Gelderland	6,9%	6,6%	6,8%	7,1%	7,1%

Bron: Locatus

In tabel 10 is voor 2020 en 2021 het leegstandspercentage ook weergegeven uitgedrukt in m² WVO. Het leegstandspercentage is in alle regio's in deze periode gedaald, behalve voor de Cleantech regio. Wanneer je deze percentages vergelijkt met het leegstandspercentage uitgedrukt in VKP, zien we tegenstrijdigheden. In de Food Valley en Noord Veluwe is het leegstandspercentage uitgedrukt in VKP gestegen, terwijl deze is gedaald als gekeken wordt naar het leegstandspercentage uitgedrukt in m² WVO. Dit betekent dat gemiddeld genomen meer kleinere verkooppunten leeg zijn komen te staan en leegstaande grotere verkooppunten weer opgevuld zijn in deze periode.

Voor de regio's Achterhoek, Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen, Rivierenland en de Noord Veluwe geldt dat het leegstandspercentage in WVO in 2021 lager ligt dan het leegstandspercentage in VKP. Dit betekent kortgezegd dat gemiddeld genomen de kleinere verkooppunten leegstaan. Voor de Cleantech regio geldt juist het omgekeerde; gemiddeld genomen zijn het de grotere verkooppunten die leeg staan.

Tabel 10 Leegstandspercentage in WVO van de retail voor de zes WGR-regio's, 2020-2021

Regio	2020	2021
Achterhoek	9,9%	7,4%
Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen	7,2%	6,2%
Rivierenland/Fruitedelta	5,8%	4,3%
Food Valley	9,5%	8,7%
Noord Veluwe	6,9%	6,5%
Cleantech regio	8,7%	8,8%
Gelderland	7,6%	6,7%

Bron: Locatus

De verschillende typen leegstand (in % van de totale leegstand) per WGR-regio zijn in tabel 11 te vinden. Het algemene beeld wat net voor Gelderland is geschetst lijkt ook hier van toepassing: aanvang/frictie leegstand en de langdurige leegstand vormen beide een groter deel van de leegstand dan de structurele leegstand. Ook het aandeel van verkooppunten dat verbouwd wordt is erg klein. Toch zijn er ook een aantal opvallende dingen te zien in de tabel die van dit algemene beeld afwijken. Allereerst is de langdurige leegstand in de Achterhoek, Groene Metropoolregio Arnhem-Nijmegen, Rivierenland en Food Valley hoger dan de aanvang/frictie leegstand. Bij de Noord Veluwe en de Cleantech Regio is dit juist andersom. Deze regio's hebben een erg hoog aandeel aanvang/frictie leegstand en een relatief klein aandeel langdurige en structurele leegstand. Dit betekent dat leegstaande verkooppunten zich hier weer sneller opvullen, vergeleken met de eerst genoemde vier regio's.

Tabel 11 Verschillende typen leegstand in percentage van de totale leegstand in VKP van de retail per WGR-regio, 2021

VKP	Achter- hoek	Groene Metropool- regio A/N	Rivieren- land/Fruitedelta	Food Valley	Noord Veluwe	Cleantech regio	Gelderland
Totaal leegstands- percentage	8,4%	6,9%	5,4%	8,6%	6,8%	7,8%	7,1%
Waarvan:							
Aanvang/frictie	26%	32%	31%	27%	43%	54%	37%
Langdurig	43%	39%	39%	38%	31%	26%	36%
Structureel	27%	23%	28%	30%	22%	17%	23%
Verbouwing	4%	6%	2%	5%	4%	4%	4%

Bron: Locatus

Als gekeken wordt naar de leegstand in m² WVO in plaats van in VKP, wijkt dit beeld voor sommige regio's af, zoals te zien in tabel 12. De Achterhoek, Groene Metropoolregio, Fruitdelta en Food Valley hebben een relatief hoog aandeel in structurele leegstand in m² WVO, terwijl zij, uitgedrukt in VKP, juist een hoog aandeel langdurige leegstand hebben. Voor de Noord Veluwe en de Cleantech regio geldt eenzelfde patroon. Deze hebben juist een relatief hoog aandeel langdurige leegstand uitgedrukt in m² WVO, terwijl dit uitgedrukt in VKP juist het geval was voor aanvang/frictie leegstand.

Doordat over het algemeen grote verkooppunten langer leeg staan dan kleinere verkooppunten, is het aandeel WVO dat langdurig of structureel leeg staat hoger dan wanneer dit uitgedrukt wordt in VKP. Met andere woorden, de grotere verkooppunten staan langer leeg, maar deze nemen automatisch ook meer aandeel in beslag van het totaal WVO. Daarom is het aandeel WVO met langdurige en structurele leegstand veelal hoger, dan wanneer dit uitgedrukt wordt in VKP.

Tabel 12 Verschillende typen leegstand in percentage van de totale leegstand in WVO van de retail per WGR-regio, 2021

WVO	Achter- hoek	Groene Metropool- regio A/N	Rivieren- land/Fruitdelta	Food Valley	Noord Veluwe	Cleantech regio	Gelderland
Totaal leegstands- percentage	7,4%	6,2%	4,3%	8,7%	6,5%	8,8%	6,7%
Waarvan:							
Aanvang/frictie	17%	28%	23%	24%	29%	38%	30%
Langdurig	37%	37%	40%	36%	42%	44%	37%
Structureel	43%	31%	32%	33%	23%	15%	28%
Verbouwing	2%	5%	5%	7%	6%	4%	5%

Bron: Locatus

5.4 Winkelgebieden

De leegstand in verschillende winkelgebieden in Gelderland wordt in deze sectie verder onder de loep genomen. In tabel 13 worden een aantal aanduidingen gebruikt voor type winkelgebieden. Kortgezegd is een **centraal winkelgebied** het belangrijkste winkelgebied in de woonplaats. Dit kan dus een grote binnenstad zijn of een klein winkelgebied in een dorp. Naast het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats, kunnen er meerdere **ondersteunende winkelgebieden** zijn. Een voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld een wijkcentrum. Onder **overig** vallen de speciale winkelgebieden, zoals outlets, Luchthaven Schiphol, en grootschalige concentratie, denk bijvoorbeeld aan grote woonboulevards. Alles wat hierbuiten valt, wordt **verspreide bewinkeling** genoemd. Zie bijlage 4 voor nadere beschrijving van de type winkelgebieden.

Wat opvalt in tabel 13 is dat het leegstandspercentage in centrale winkelgebieden hoger ligt dan in de andere winkelgebieden en in de loop van de tijd oploopt. Sinds 2017 is het leegstandspercentage hier op zijn hoogst in 2021: 10,5% van de verkooppunten staat leeg. In de ondersteunende winkelgebieden is dit een stuk lager: 7,7%. De overige winkelgebieden en de verspreide bewinkeling hebben een nog lager leegstandspercentage, respectievelijk 5,1 en 2,7 %. Het aandeel m² WVO dat leeg staat in deze type winkelgebieden laat grofweg hetzelfde beeld zien, zie tabel 14. Alleen is hier te zien dat het leegstandspercentage in de centrale winkelgebieden wel wat afneemt in 2021, wat niet te zien is voor het leegstandspercentage uitgedrukt in VKP. Gemiddeld genomen blijft het leegstandspercentage redelijk gelijk als we kijken naar de verkooppunten, maar laten de centrale winkelgebieden wel een relatief hoog leegstandspercentage zien.

Het hoge leegstandspercentage in de centrale winkelgebieden is te verklaren doordat de branches die hier meer vertegenwoordigd zijn, meer onder druk staan. Met name winkels in mode en luxe hebben het zwaar, terwijl het dagelijks aanbod het goed doet en minder concurrentie ervaart van winkelen via internet. Doordat in centrale winkelgebieden veel mode en luxe winkels gevestigd zijn en in de andere winkelgebieden een groter aandeel dagelijks aanbod is, hebben centrale winkelgebieden een hoger percentage leegstand in vergelijking met de andere type winkelgebieden.

Tabel 13 Leegstandspercentage per type winkelgebied in VKP van de retail in Gelderland, 2017-2021

	2017	2018	2019	2020	2021
Centrale winkelgebieden	9,7%	9,2%	9,5%	10,2%	10,5%
Ondersteunende winkelgebieden	7,4%	6,9%	7,7%	8,0%	7,7%
Overig	6,1%	8,1%	5,6%	4,7%	5,1%
Verspreide bewinkeling	3,2%	3,0%	3,0%	3,0%	2,7%
Totaal	6,9%	6,6%	6,8%	7,1%	7,1%

Bron: Locatus

Tabel 14 Leegstandspercentage per type winkelgebied in WVO van de retail in Gelderland, 2020-2021

	2020	2021
Centrale winkelgebieden	12,4%	11,3%
Ondersteunende winkelgebieden	8,8%	5,9%
Overig	3,3%	3,7%
Verspreide bewinkeling	3,9%	3,4%
Totaal	7,6%	6,7%

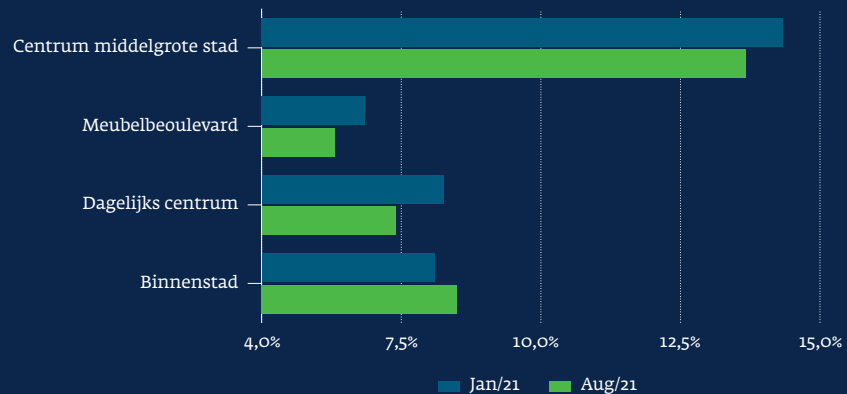
Bron: Locatus

COVID-19

Onlangs publiceerde Locatus een blog^h over de winkelleegstand in coronatijd. In de leegstandscijfers is geen verandering tussen 2020 en 2021 te zien. Dit gaat in tegen de voorspellingen die aan het begin van de coronaperiode werden gedaan. De voorspellingen zijn om twee redenen (nog) niet uitgekomen. Allereerst blijft de recessie die voorspeld werd uit, waardoor de toename in leegstand ook uit blijft. Daarnaast zijn er natuurlijk de steunmaatregelen, waardoor veel ondernemers met overheidssteun het hoofd boven water houden.

Het leegstandspercentage blijft stabiel, omdat dit een gemiddelde is en de veranderingen die wel plaatsvinden elkaar uitbalanceren. Er zijn namelijk wel veranderingen te zien als er gekeken wordt naar verschillende typen winkelgebieden.

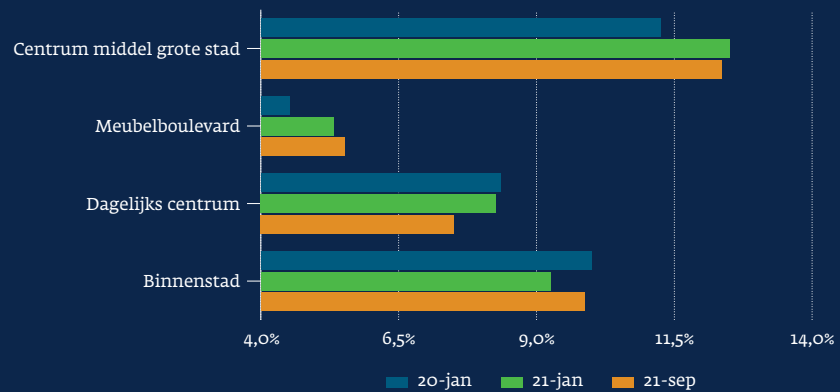
Locatus publiceerde onderstaande figuur 15, dit gaat om Nederlandse cijfers. Zij concluderen een aantal dingen. Het leegstandspercentage van dagelijkse centra neemt af, omdat door de sluiting van de horeca veel dagelijkse branches, supermarkten, kaaswinkels, traiteurs etc., het goed hebben gedaan. Dit geldt ook voor doe-het-zelf- en meubelwinkels, die toptijden hebben beleefd omdat veel mensen geld hebben geïnvesteerd in hun huis. Daartegenover staat dat de binnensteden in zwaar weer verkeren, omdat mensen in coronatijd drukke plekken probeerden te vermijden en ook het online winkelen toenam. Daarom doen de centra in middelgrote steden het ook beter dan voorheen, mensen blijven liever dicht bij huis om te winkelen.



Figuur 15 Leegstandspercentage in VKP van de retail voor verschillende typen winkelgebieden in Nederland, jan/21- aug/21

Bron: Locatus

Deze vergelijking is hierna ook voor Gelderland in kaart gebracht, om te zien of dezelfde trend te zien is. Echter wordt hier januari 2021, vergeleken met september 2021 (in plaats van augustus). De trends die in Nederland zichtbaar zijn, gelden niet altijd voor Gelderland. Het leegstandspercentage van meubelboulevards is toegenomen in tegenstelling tot de afname die gemiddeld in Nederland heeft plaats gevonden. Voor de centra in middelgrote steden is er een kleine afname tussen januari 2021 en september 2021, net als in Nederland. Echter ligt het leegstandspercentage nog steeds een stuk hoger in vergelijking met januari 2020. De dagelijkse centra vertonen wel een afname van het leegstandspercentage, net als in Nederland. De binnensteden, in het geval van Gelderland alleen Arnhem en Nijmegen, laten eerst tussen januari 2020 en januari 2021 een afname zien en in september 2021 ligt het leegstandspercentage bijna weer op het niveau van januari 2020. Al met al lijken de tendensen die Locatus schetst niet volledig op te gaan voor Gelderland.



Figuur 16 Leegstandspercentage in VKP van de retail voor verschillende typen winkelgebieden in Gelderland, jan/20, jan/21 en sep/21

Bron: Locatus

Naast dat de ontwikkelingen van het leegstandspercentage van verschillende typen winkelgebieden, is er nog een belangrijke reden dat het leegstandspercentage stabiel blijft in coronatijd. Veel winkelpanden worden omgebouwd naar andere functies, zoals kantoren en woningen. Deze transformaties vinden altijd plaats, maar in de eerste maanden van 2021 is een ongekend hoog percentage leegstaande panden omgebouwd tot een andere functie.

h [De paradox van de winkelleegstand in coronatijd - Locatus](#)

6 Verdiepende casussen

In tegenstelling tot de vorige hoofdstukken, zal in dit hoofdstuk op een lager schaalniveau gekeken worden naar de verschillende thema's, zoals bijvoorbeeld leegstand en branchering. Dit biedt meer houvast om op gemeentelijk- of wijkniveau te anticiperen op ontwikkelingen die daar spelen. Dit hoofdstuk dient daarbij ook meteen als illustratie van het niveau waarop data en voor welke onderwerpen informatie in beeld kan worden gebracht.

6.1 Gemeente Ede

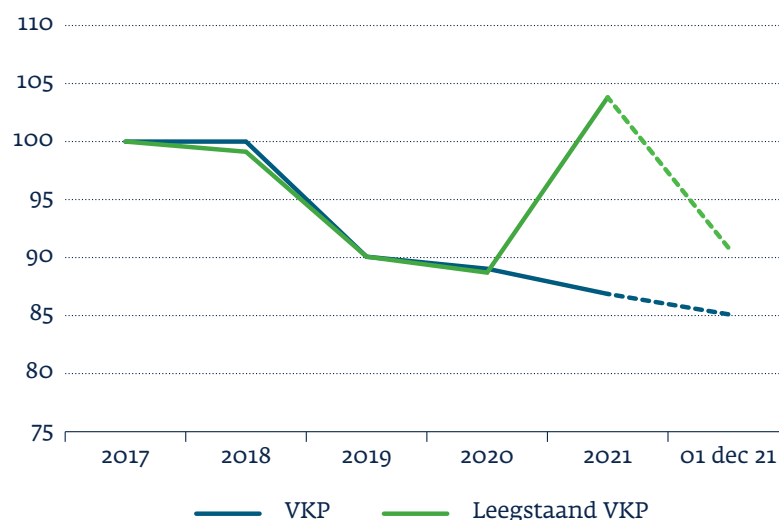
De eerste verdiepende casus zal verder inzoomen op de gemeente Ede. In de onlangs verschenen corona-oplegger van het koopstromenonderzoek¹¹ wordt het centrum van Ede uitgelicht. Hierin wordt geconcludeerd dat, naast dat dit winkelgebied voor de coronacrisis te maken had met veel leegstand en lage vloerproductiviteit, er nog andere factoren zijn die het centrum van Ede kwetsbaar maken voor de coronacrisis. Onder andere omdat er veel horeca aanwezig is en een boodschappenfunctie ontbreekt.

De gemeente Ede heeft veel geïnvesteerd om het centrum van Ede aantrekkelijk en levendig te maken, wat in 2020 onder andere resulteerde in een landelijke nominatie tot beste binnenstad in de categorie middelgrote steden¹². Daarom wordt in deze sectie gekeken naar de gemeente Ede als casus.

Verkooppunten en leegstand

In figuur 17 is te zien dat in gemeente Ede tussen 2017 en 2021 het aantal verkooppunten is afgenomen, net als in Nederland en Gelderland als geheel. Het aantal leegstaande verkooppunten volgt deze trend tot 2020. Hierdoor blijft de verhouding tussen het totaal aantal verkooppunten en het aantal leegstaande verkooppunten stabiel. Ofwel, het leegstandspercentage in VKP verandert nauwelijks in deze periode.

Tussen 2020 en 2021 stijgt echter het aantal leegstaande VKP fors, waardoor ook het leegstandspercentage met 1,4%-punt toeneemt. In de jaren ervoor liep het leegstandspercentage in de pas met het Gelderse gemiddelde, maar nu ligt die met 8,5% daar flink boven. Wanneer er echter gekeken wordt naar de meest recente cijfers is de daling van het leegstandspercentage weer ingezet en is deze 7,7% in december 2021.



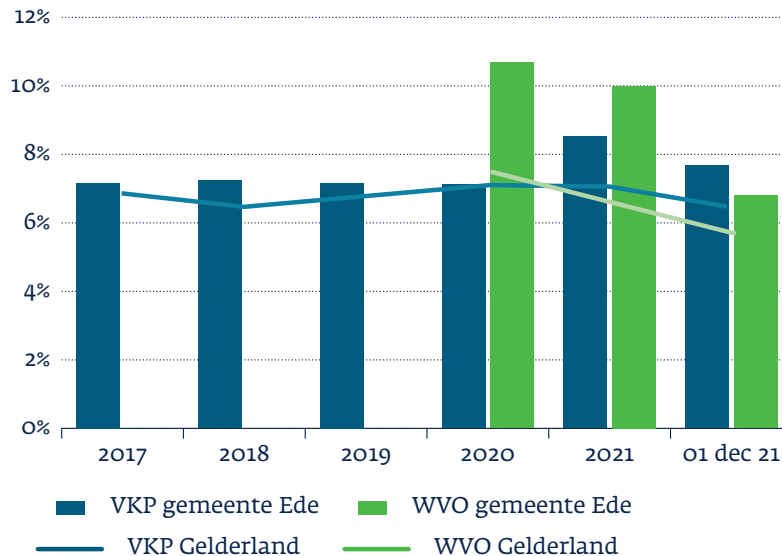
Figuur 17 VKP en leegstaande VKP van de retail in de gemeente Ede, 2017-2021 (index 2017=100)

Bron: Locatus

¹¹ <https://kso2019.nl/vitaliteit-corona-impact/>

¹² Bron: Integraal programma Ede Centrum 2030

Het leegstandspercentage uitgedrukt in m² WVO is alleen beschikbaar vanaf 2020. In 2020 en 2021 ligt het leegstandspercentage in m² WVO flink boven het Gelders gemiddelde, zoals ook te zien in figuur 18. Echter lijken de beleidsinspanningen van de gemeente Ede zich uit te betalen, want het leegstandspercentage in m² WVO is van 10,7% in 2020 gedaald naar 6,8% in december 2021.



Figuur 18 Leegstandspercentages in VKP en WVO voor de gemeente Ede en Gelderland, 2017-2021

Bron: Locatus

Winkelgebieden

Verder inzoomen leert dat er in de gemeente Ede een aantal winkelgebieden zijn die een relatief hoog leegstandspercentage hebben.

Naast de bewinkeling binnen en buiten de bebouwde kom en op bedrijven-terreinen, zijn er 15 winkelgebieden te onderscheiden in de gemeente Ede, waarbij de meesten in de woonplaats Ede te vinden zijn. Niet alleen verschillen de winkelgebieden in grootte van het aantal verkooppunten (variërend van 6 tot 381 VKP), ook leegstandspercentages lopen aanzienlijk uiteen.

Tabel 16 Winkelgebieden in de gemeente Ede met bijbehorend aantal verkooppunten en leegstandspercentages van de retail, 2017-2021

Type winkelgebied	Winkelgebied	Woonplaats	Aantal verkooppunten totaal (2021)	Leegstandspercentage						
				2017	2018	2019	2020	2021	1 dec 2021	
Verspreide bewinkeling	Bebouwde kom	/	171	2,5%	2,6%	4,5%	4,9%	5,8%	2,0%	
	Bedrijfsterrein	/	148	0,0%	0,0%	1,2%	0,9%	0,7%	0,0%	
	Buiten bebouwde kom	/	146	0,0%	0,0%	0,5%	0,6%	0,7%	0,0%	
	Subtotaal/gemiddelde		465	1,3%	1,3%	2,3%	2,3%	2,6%	0,7%	

Type winkelgebied	Winkelgebied	Woonplaats	Aantal verkooppunten totaal (2021)	Leegstandspercentage					
				2017	2018	2019	2020	2021	1 dec 2021
Centraal	Centrum Bennekom	Bennekom	97	2,8%	4,8%	8,4%	8,3%	9,3%	8,7%
	Centrum Ede GLD	Ede	381	15,4%	16,5%	14,0%	14,7%	19,7%	18,1%
	Centrum Ederveen	Ederveen	10	7,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Centrum Harskamp	Harskamp	21	3,6%	3,7%	4,2%	0,0%	0,0%	4,0%
	Centrum Lunteren	Lunteren	85	5,4%	4,0%	5,6%	8,0%	5,9%	4,7%
	Centrum Otterlo	Otterlo	18	4,2%	4,8%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Centrum Wekerom	Wekerom	13	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	7,7%
	Subtotaal/gemiddelde		625	10,8%	11,4%	10,8%	11,3%	14,2%	13,3%
Ondersteunend	Bellestein	Ede	29	7,7%	5,4%	0,0%	6,3%	6,9%	3,6%
	Maxis	Ede	6	0,0%	0,0%	0,0%	16,7%	0,0%	0,0%
	Parkweg Ede GLD	Ede	38	8,9%	8,0%	15,2%	5,0%	2,6%	7,1%
	Parkweide	Ede	12	23,1%	23,1%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Rozenplein	Ede	17	0,0%	5,0%	0,0%	0,0%	0,0%	5,9%
	Stadspoort	Ede	23	21,9%	13,8%	8,3%	8,3%	4,3%	4,5%
	Veenderweg	Ede	19	15,0%	9,5%	14,3%	5,0%	10,5%	8,7%
	Subtotaal/gemiddelde		144	11,1%	9,0%	7,5%	5,3%	4,2%	5,3%
Overig	Lorentzstraat	Ede	19	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Subtotaal/gemiddelde		19	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Gemeente Ede /		1253	7,2%	7,2%	7,2%	7,1%	8,5%	7,7%

Bron: Locatus

Wanneer gekeken wordt naar de verschillende type winkelgebieden is duidelijk te zien dat het leegstandspercentage in VKP voornamelijk hoog is in de centrale winkelgebieden. In de ondersteunende winkelgebieden lag het leegstandspercentage in 2017 hoger dan in de centrale winkelgebieden, maar dit is aanzienlijk afgenomen in de jaren erna, terwijl deze in de centrale winkelgebieden wel hoog bleef.

Van alle winkelgebieden in de gemeente Ede hebben vooral het centrum Ede, de Veenderweg en Centrum Bennekom een bovengemiddeld leegstandspercentage in 2021. Veenderweg heeft in totaal maar weinig VKP. Hierdoor zijn vooral de eerste 2 winkelgebieden verantwoordelijk voor het hoge leegstandspercentage in de gemeente Ede. In figuur 19 is grafisch weergegeven welke verkooppunten in deze winkelgebieden bezet zijn (groen) en welke leegstaan (rood). Om het leegstandspercentage van de gemeente Ede omlaag te krijgen, zal vooral ingezet moeten worden op deze winkelgebieden.



Figuur 19 Verkooppunten van de retail in centrum Bennekom (links) en centrum Ede (rechts), 2021. Groen= bezette VKP, Rood= leegstaande VKP
Bron: Locatus

Eenzelfde soort tabel, maar dan in m² WVO is hieronder weergegeven. Ook hier hebben de winkelgebieden die eerder genoemd zijn een bovengemiddeld leegstandspercentage. Echter is te zien dat deze percentages in december 2021 al flink zijn gedaald. Vooral het centrum van Ede is van een leegstandspercentage van 24,5% in 2021 naar een leegstandspercentage van 16,6% gegaan. Deze daling komt volgens de gemeente Ede door een aantal factoren, zoals de komst van een groot restaurant en een aantal andere winkels, maar ook doordat verkooppunten getransformeerd zijn naar woningen. Daarnaast is er veel geïnvesteerd in het verbeteren van het openbare gebied, waardoor de beleving enorm is verbeterd.

Tabel 17 Winkelgebieden in de gemeente Ede met bijbehorend aantal m² winkelverkoopvloeroppervlak en leegstandspercentages van de retail, 2017-2021

Type winkelgebied	Winkelgebied	Woonplaats	Aantal m ² WVO totaal (2021)	2020	2021	1 dec 2021
Verspreide bewinkeling	Bebouwde kom	/	23.475	7,2%	7,5%	0,4%
	Bedrijfsterrein	/	29.290	1,1%	0,8%	0,0%
	Buiten bebouwde kom	/	17.328	0,3%	0,4%	0,0%
	Subtotaal/gemiddelde		70.093	2,9%	2,9%	0,1%
Centraal	Centrum Bennekom	Bennekom	17.044	9,6%	9,1%	7,2%
	Centrum Ede GLD	Ede	78.459	23,1%	24,5%	16,6%
	Centrum Ederveen	Ederveen	3.328	0,0%	0,0%	0,0%
	Centrum Harskamp	Harskamp	2.782	0,0%	0,0%	4,0%
	Centrum Lunteren	Lunteren	15.868	7,4%	6,4%	5,6%
	Centrum Otterlo	Otterlo	2.130	0,0%	0,0%	0,0%
	Centrum Wekerom	Wekerom	2.297	0,0%	0,0%	1,7%
	Subtotaal/gemiddelde		121.908	17,2%	17,8%	12,5%

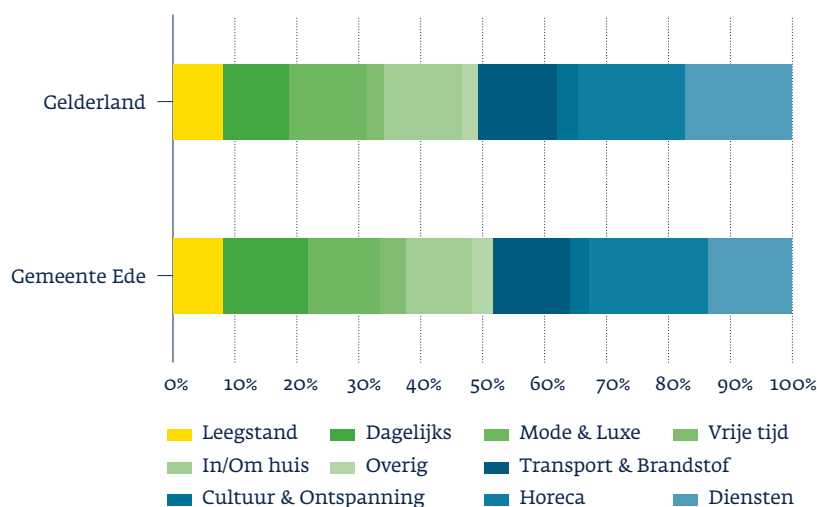
Type winkelgebied	Winkelgebied	Woonplaats	Aantal m² WVO totaal (2021)	2020	2021	1 dec 2021
Ondersteunend	Bellestein	Ede	4.570	2,8%	1,5%	1,3%
	Maxis	Ede	5.284	1,1%	0,0%	0,0%
	Parkweg Ede GLD	Ede	5.803	25,7%	0,9%	4,2%
	Parkweide	Ede	4.272	0,0%	0,0%	0,0%
	Rozenplein	Ede	2.029	0,0%	0,0%	1,2%
	Stadspoort	Ede	5.545	6,7%	2,7%	2,3%
	Veenderweg	Ede	2.041	19,7%	14,7%	10,1%
	Subtotaal/gemiddelde		29.544	9,6%	1,9%	2,3%
Overig	Lorentzstraat	Ede	21.907	0,0%	0,0%	0,0%
	Subtotaal/gemiddelde		21.907	0,0%	0,0%	0,0%
	Gemeente Ede	/	243.452	10,7%	10,0%	6,8%

Branchering

Wat betreft de vertegenwoordiging van branches uitgedrukt in VKP in de gemeente Ede, wijkt deze niet veel af van het Gelderse gemiddelde, zie figuur 20. Echter is het wel van belang om op te merken dat binnen de verschillende winkelgebieden er wel afgeweken wordt van dit gemiddelde. Ede centrum heeft bijvoorbeeld een groter aandeel horeca, terwijl dit voor de gemeente zelf niet het geval is.

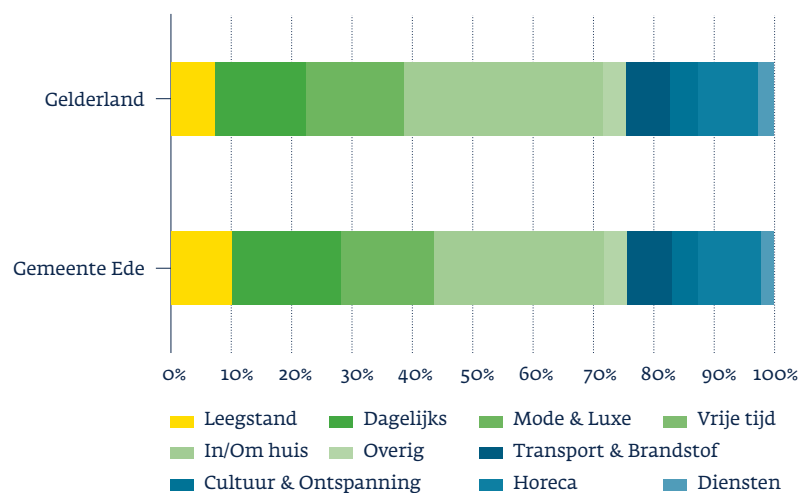
Er zijn, naast het aandeel leegstand, maar vier groepen die tussen de 1%-punt en 2%-punt afwijken van het Gelderse gemiddelde. Allereerst is de branche Mode & luxe iets ondervertegenwoordigd, net als Cultuur & ontspanning en de Dienstensector. Transport & brandstof daarentegen heeft een iets groter aandeel.

Kijkend naar het aandeel uitgedrukt in m² WVO, zijn er grotere verschillen, zie figuur 21. De dagelijkse sector heeft een groter aandeel in de gemeente Ede: bijna 18% tegenover 15,2% gemiddeld in Gelderland. Vrije tijd neemt 2,5 procent in van het totaal WVO in de gemeente Ede, terwijl dit in Gelderland 4,4% is. Het grootste verschil zit echter in de branche In/om huis, waarbij 27,5% van het WVO in de gemeente Ede door deze branche in beslag wordt genomen en ruim 33% in Gelderland gemiddeld.



Figuur 20 Aandeel branches in VKP van de retail in Gelderland en de gemeente Ede, 2021

Bron: Locatus



Figuur 21 Aandeel branches in m² WVO van de retail in Gelderland en de gemeente Ede, 2021

Bron: Locatus

6.2 Winkelgebied Dukenburg in Nijmegen

De tweede verdiepende casus gaat over winkelgebied Dukenburg in Nijmegen. Het gebied bestaat uit 111 verkooppunten met gezamenlijk 25.600 m² winkelverkoopvloeroppervlak. Het grootste verkooppunt is ruim 3.000 m² groot en de kleinste bijna 10 m².

Filialiseringsgraad

Een term die nog niet voorbij is gekomen in de rest van deze rapportage is de filialiseringsgraad. Dit betekent hoeveel procent van het totaal aantal VKP of van het totaal m² WVO in beslag wordt genomen door een filiaal van een keten. Voor Gelderland geldt dat gemiddeld 25% van het aantal VKP valt onder een winkelketen en 43% van het WVO. In het winkelgebied Dukenburg ligt dit in beide gevallen een stuk hoger. Van het totaal aantal VKP valt 45% onder een winkelketen en 61% van het WVO. Dit is ook vergeleken met twee andere soortgelijke winkelgebieden, Presikhaaf en Arnhem Kronenburg. Hieruit blijkt dat Dukenburg een aanzienlijk lagere filialiseringsgraad heeft dan deze twee vergelijkbare winkelgebieden.

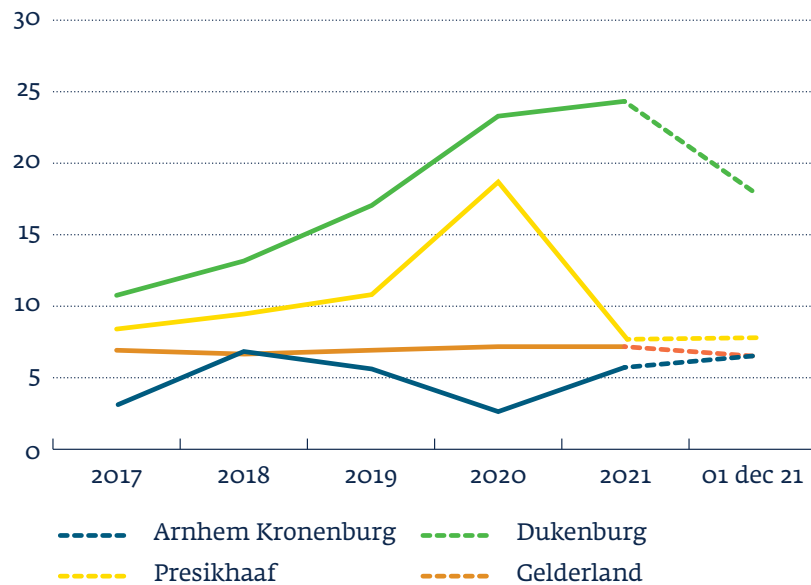
Tabel 18 Filialiseringsgraad van de retail in VKP en m² WVO voor Dukenburg, Presikhaaf, Arnhem Kronenburg en Gelderland, 2021

		winkelketen	zelfstandigen
VKP	Dukenburg	45%	55%
	Presikhaaf	54%	46%
	Arnhem Kronenburg	60%	40%
	Gelderland	25%	75%
WVO	Dukenburg	61%	39%
	Presikhaaf	75%	25%
	Arnhem Kronenburg	80%	20%
	Gelderland	43%	57%

Bron: Locatus

Leegstand

Het leegstandspercentage van het aantal VKP ligt in Dukenburg ruim boven het Gelderse gemiddelde van rond de 7% en is sinds 2017 ook elk jaar opgelopen. In figuur 22 is de ontwikkeling van het leegstandspercentage tussen 2017 en 2021 weergegeven, samen met de ontwikkeling in Presikhaaf en Arnhem Kronenburg, twee vergelijkbare winkelgebieden. Dukenburg is hier ook de koploper wat betreft het leegstandspercentage. Een doorkijkje naar de cijfers in december 2021 laat zien dat het leegstandspercentage echter fors aan het afnemen is. Er worden veel maatregelen genomen om de leegstand in winkelcentrum Dukenburg te verlagen¹³. Dit lijkt zich uit te werken in de meest recente leegstandscijfers. In figuur 23 is te zien waar de leegstaande verkooppunten zich in winkelgebied Dukenburg bevinden.



Figuur 22 Leegstandspercentage in VKP van de retail in winkelgebied Dukenburg, Presikhaaf, Arnhem Kronenburg en Gelderland, 2017-2021
Bron: Locatus

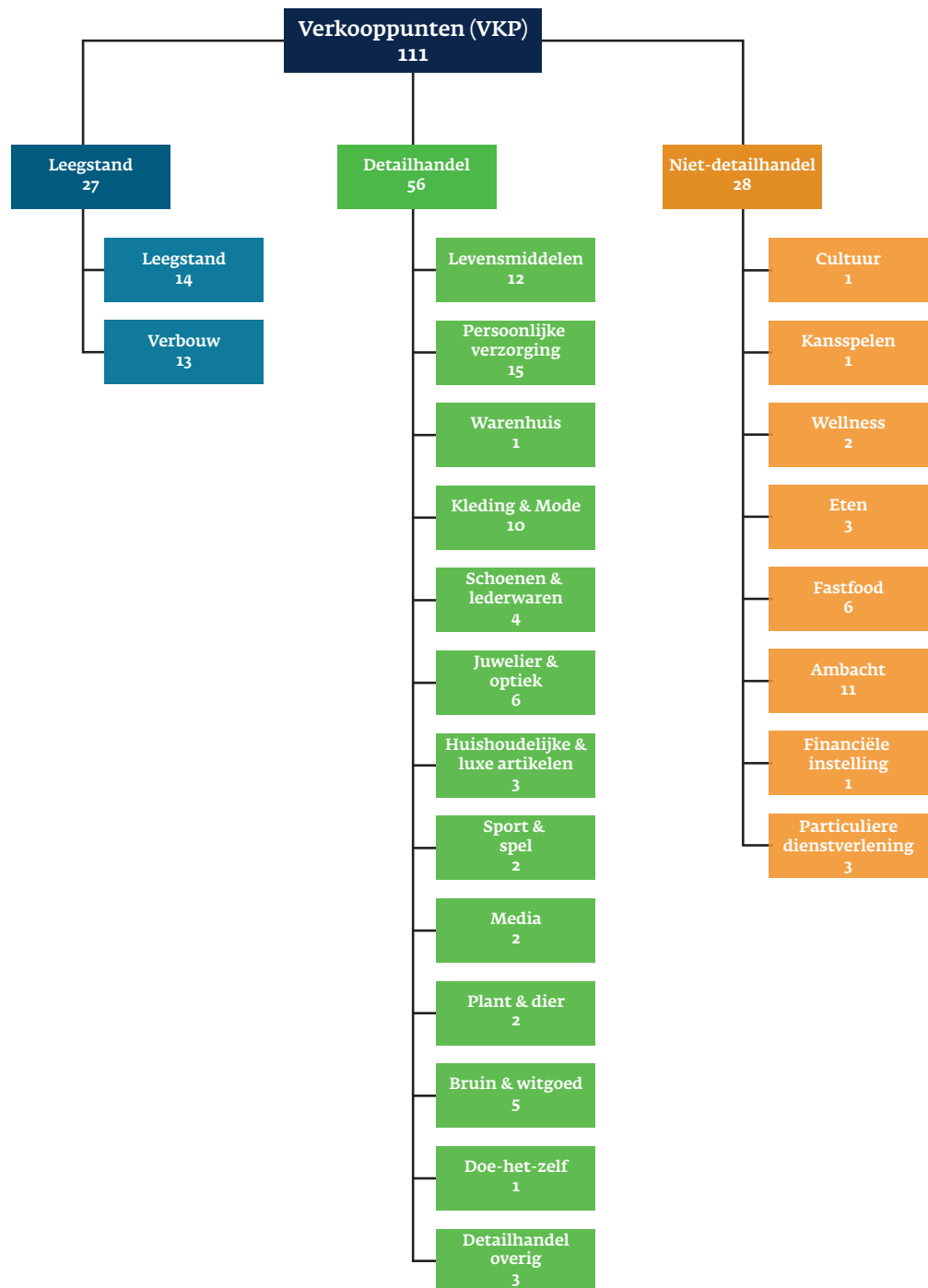


Figuur 23 Aantal VKP van de retail in winkelgebied Dukenburg die bezet zijn (groen) en die leeg staan (rood), 2021
Bron: Locatus

¹³ <https://www.dedukenburger.nl/bladeren-1>
14e jaargang -
nummer 2, pagina 6

Branchering

Voor winkelgebied Dukenburg is ook de branchering in figuur 24 in beeld gebracht. Van de 111 verkooppunten valt ongeveer de helft (56 VKP) onder de detailhandel. Binnen de detailhandel zijn verschillende branches vertegenwoordigd, maar de branches Levensmiddelen, Persoonlijke verzorging en Kleding & mode nemen met zijn drieën 37 van de 56 verkooppunten in beslag. Voor de niet-detailhandel geldt dat van de 28 verkooppunten er 11 in beslag worden genomen door de branche Ambacht. Als laatste is opvallend dat van de 27 leegstaande verkooppunten er 13 leeg staan, omdat ze worden verbouwd.



Figuur 24 Aantal VKP van de retail in winkelgebied Dukenburg gesplitst in de verschillende branches, 2021

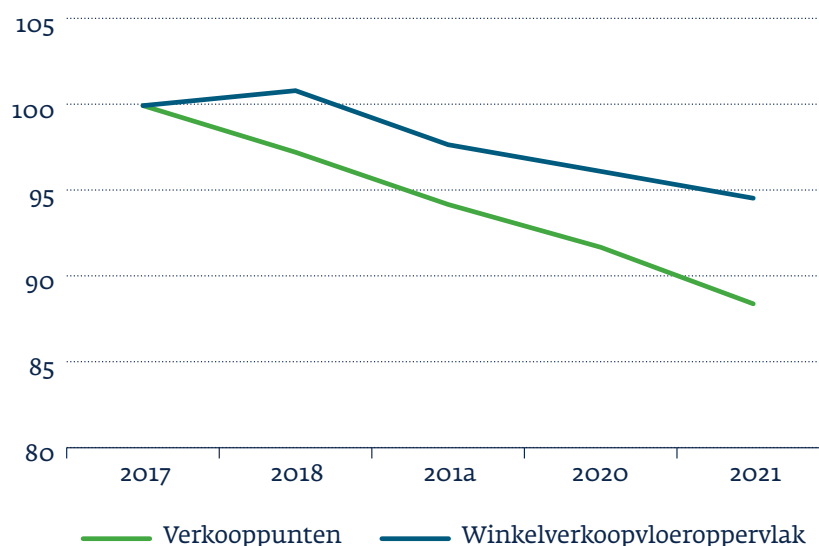
Bron: Locatus

6.3 Branche Mode & luxe

De laatste casus zal dieper ingaan op de branche Mode & luxe. Deze branche valt onder de detailhandel, maar binnen deze branche wordt er nog verder onderscheid gemaakt in type winkels. In de coronaoplegger van het koopstromenonderzoek¹⁴, kwam al naar voren dat deze branche in de coronacrisis dubbel geraakt werd. Niet alleen bestedingen namen af, maar een groot deel verschoof naar online winkelen. Hierbij is de verwachting dat veel mensen online blijven winkelen voor modeartikelen na de coronacrisis.

Verkooppunten en winkelverkoopvloeroppervlak

Zowel het aantal VKP als het aantal m² winkelverkoopvloeroppervlak neemt af voor de branche Mode & luxe, zie figuur 25. Het aantal verkooppunten laat hierbij een sterkere daling zien dan het winkelverkoopvloeroppervlak. Hieruit kan geconcludeerd worden dat in deze periode de winkels in Mode & luxe gemiddeld genomen in oppervlak zijn toegenomen. Een coroneffect is echter nog niet te zien in dit figuur, omdat de dalende trend niet sterker is geworden tussen 2020 en 2021.



Figuur 25 VKP en m² WVO van Mode & Luxe in Gelderland, 2017-2021 (index 2017=100)

Bron: Locatus

Winkelgebieden

In tabel 19 is daarnaast weergegeven in welke winkelgebieden de branche Mode & luxe voornamelijk te vinden is. De definities van de type winkelgebieden zijn te vinden in Bijlage 4. De meeste winkels in de Mode & luxe zijn te vinden in de centrale winkelgebieden. Daarnaast is bijna 10% gevestigd in de ondersteunende winkelgebieden, ruim 4% in de verspreide bewinkeling en maar een fractie in de overige winkelgebieden.

Tabel 19 Verdeling van de verkooppunten Mode & Luxe in verschillende typen winkelgebieden in Gelderland, 2021

Winkelgebiedstype/ Groep	Totaal	Centraal	Ondersteunend	Overig	Verspreide bewinkeling
Mode & Luxe	100%	86,2%	9,3%	0,1%	4,4%

Bron: Locatus

¹⁴ <https://kso2019.nl/vitaliteit-corona-impact/>

Type winkels

Binnen de branche Mode & luxe zijn verschillende type winkels te onderscheiden. In tabel 20 is in percentages uitgedrukt wat het aandeel is van een bepaald type winkel, zowel in aantal VKP als m² WVO. Wat opvalt is dat damesmode een groot deel van het aantal verkooppunten in beslag neemt, 23 procent. Daarna wordt bijna 11 procent ingenomen door dames en heren modezaken. Op de derde plek staan schoenenzaken die ongeveer 8,5% van de VKP vormen. Kijkend naar het winkelverkoopvloeroppervlak geldt ook dat deze drie type winkels een groot aandeel vertegenwoordigen binnen de Mode & luxe. Echter zijn er ook een aantal winkels, zoals modewarenhuizen en winkels in huishoudelijke artikelen die een groot aandeel van het WVO innemen, maar een veel minder groot deel van het aantal VKP.

Tabel 20 Verdeling van de verkooppunten en m² WVO Mode & Luxe in de verschillende branches in Gelderland, 2021

Aandeel van Mode & luxe	VKP	WVO
Warenhuis	2,8%	8,8%
Bruidskleding	0,8%	0,7%
Damesmode	23,1%	14,1%
Dames & Heren Mode	10,9%	15,8%
Herenmode	6,0%	5,4%
Kindermode	2,9%	1,3%
Lingerie	3,6%	1,8%
Modeaccessoires	2,4%	0,7%
Textielsupermarkt	3,5%	4,3%
Modewarenhuis	4,0%	12,1%
Lederwaren	1,2%	0,6%
Schoenen	8,6%	10,4%
Juwelier	4,7%	1,4%
Uurwerken	0,1%	0%
Optiek	9,8%	3,6%
Huishoudelijke Artikelen	6,5%	15,1%
Huishoudelijk linnen	0,3%	0,3%
Cadeauartikelen	5,6%	1,7%
Kookwinkel	0,7%	0,3%
Antiek	2,0%	1,4%
Kunsthandel	0,5%	0,2%
Totaal	100%	100%

Bron: Locatus

Verschillende indicatoren

In tabel 21 zijn verschillende indicatoren voor de branche Mode & luxe weergegeven. Zowel voor Gelderland als de WGR-regio's. De meeste verkooppunten van Mode & luxe zijn gevestigd in de Groene metropoolregio Arnhem-Nijmegen en de minste in het Rivierenland. Dit geldt ook voor het aantal m² WVO van de Mode & luxe.

Gemiddeld genomen neemt de branche Mode & luxe 11,7% van het aantal VKP en 12,3% van het aantal m² WVO in Gelderland in beslag. De WGR-regio's laten soortgelijke aandelen zien, behalve in Rivierenland, waar de Mode & luxe branche een flink kleiner aandeel in beslag neemt.

Gemiddeld zijn er per 1.000 inwoners 1,5 VKP en 342 m² WVO beschikbaar in Gelderland. Binnen de WGR-regio's verschilt vooral het oppervlak van de Mode & luxe winkels per 1.000 inwoners. In de Achterhoek ligt het aantal m² beduidend hoger (ongeveer 100 m²) dan gemiddeld. In Rivierenland is het minste oppervlak per 1.000 inwoners beschikbaar: 294 m².

De filialiseringsgraad naar VKP en WVO schommelt rond het Gelderse gemiddelde. Op de Noord Veluwe zijn de minste VKP en m² WVO bezet door een winkelketen en in Food Valley de meeste. Als laatste indicator zien we dat het gemiddelde WVO per winkel op 220 m² per winkel ligt. In de Noord Veluwe is dit het laagst met ruim 200 m² en de gemiddeld grootste winkels zijn te vinden in de Achterhoek, gemiddeld 240 m².

Tabel 21 Verschillende indicatoren voor Mode & Luxe per WGR-regio, Gelderland en Nederland, 2021

	Aantal VKP	Aantal m² WVO	Aandeel van het totaal VKP	Aandeel van het totaal WVO	Gemiddeld aantal VKP per 1.000 inwoners	Gemiddeld aantal WVO per 1.000 inwoners	Filialiseringsgraad naar VKP	Filialiseringsgraad naar WVO	Gemiddelde WVO per winkel
Achterhoek	424	101.985	12,2%	11,9%	1,8	440	40,8	61,8	241
Groene metropool regio A/N	1.070	224.157	12,0%	12,6%	1,5	324	42,1	69,7	209
Rivierenland/ Fruitedelta	238	50.371	8,5%	8,8%	1,4	294	35,3	59,4	212
Food Valley	508	119.026	12,5%	13,7%	1,5	340	47,6	66,7	234
Noord Veluwe	304	61.356	13,1%	13,1%	1,7	345	33,6	54,6	202
Cleantech regio	644	151.054	12,0%	12,9%	1,6	365	42,1	62,3	235
Gelderland	2.861	634.309	11,7%	12,3%	1,5	342	41,1	63,6	222
Nederland	217.786	42.590.959	11,7%	12,7%	/	/	/	/	/

Bron: Locatus

Bijlage 1 Typering verkooppunten retail

Leegstand

Leegstand

- Leegstand Aanvang/frictie, langdurig, structureel.
- Verbouw.

Detailhandel

Dagelijks

- Levensmiddelen *groente/fruit, bakker, vlaaien, toko, chocola koffie/thee, delicatessen, kaas, minisuper, boerderijwinkel, nachtwinkel, poelier, dieet/voedingssupplementen, slagerij, slijter, supermarkt, tabak/lectuur, tabak speciaalzaak, vis, zoetwaren, ziekenhuis winkel, levensmiddelen overig.*
- Persoonlijke verzorging *apotheek, drogist, parfumerie, haarproducten, CBD, persoonlijke verzorging overig.*

Mode & luxe

- Warenhuis.
- Kleding & mode *Bruidskleding, damesmode, D&H mode, herenmode, kindermode, lingerie, modeaccessoires, textielsuper, modewarenhuis.*
- Schoenen & Lederwaren *lederwaren, schoenen.*
- Juwelier & Optiek *Juwelier, uurwerken, optiek.*
- Huishoudelijke- & Luxe artikelen *Glas/aardwerk, huishoud artikelen, huishoudelijk linnen, cadeau artikelen, kookwinkel.*
- Antiek & kunst *antiek, kunsthandel.*

Vrije tijd

- Sport & spel *buitensport, ruitersport, speelgoed, modelbouw, sportzaak, hengelsport, watersport, sport speciaalzaak.*
- Hobby *Elektronica, foto/film, handvaardigheid, wol/handwerk, verzamelen, muziekinstrumenten, naaimachines, stoffen.*
- Media *boekhandel, beeld/geluid, software/games, kantoorartikelen, boek&kantoor, inktvullers.*

In/om huis

- Plant & dier *aquariums, bloem/plant, dibevo, tuinartikelen, tuincentrum, tuinmeubelen.*
- Bruin & witgoed *Radio & TV, computers, huishoud onderdelen, telecom, witgoed, elektro.*
- Auto & fiets *Automaterialen, fietsen, scooters/brommers.*
- Doe-het-zelf *Bouwmarkt, bouwmaterialen, deur/kozijn, breedpakket, ijzerwaren&gereed, Verf/behang.*
- Wonen *babywoonwinkel, slaapkam/bed, keukens, meubelen, woonwarenhuis, keukens/badkamer, badkamers, verlichting, parket/laminaat, tegels, woninginrichting, woningtextiel, woondecoratie, zonwering.*

Detailhandel overig

- Detailhandel overig *tweedehands diversen, tweedehands kleding, tweedehands boeken, partijgoed, legerdump, feestartikel, paramedisch, hoortoestel, new age, smartshop/growshop, erotica, souvenirs, odd-shops, haarden/kachel, natuursteen, non-food overig.*

Niet-detailhandel

Transport en brandstof

- Automotieve autosloperij, carparts, caravans/aanhanger, boten, autodealer, autoruiten, autoschade, garagebedrijf, motorfietsen.
- Brandstoffen tankstation, brandstoffen.

Cultuur & ontspanning.

- Cultuur galerie, theater, bibliotheek, kunstuitleen, museum.
- Recreatie bioscoop, binnenspeeltuin, dierentuin, lasergame, escape room, attractiepark, amusement overig.
- Kansspelen wedkantoor, casino/amusement.
- Sport trampolinepark, biljart/pool, klimwand, fitness, kunstijsbaan, kartbaan, bowling, skibaan.
- Wellness sauna, zonnebank, zwembad.
- Cultuur & ontspanning overig seksclub.

Horeca

- Dranken café, discotheek.
- Eten lunchroom, pannenkoeken, café-restaurant, restaurant.
- Fastfood bezorg/halen, fastfood, grillroom/sh.
- Koffie & desserts koffiehuis, ijssalon, Crêpes/Wafels/Donuts.
- Hotels hotel, hotel-restaurant.
- Horeca overig coffeeshop, shisha lounge, feestzaal, horeca overig.

Diensten

- Verhuur videotheek, autoverhuur, rijwielverhuur, gereeds verhuur, verhuur ov.
- Ambacht edelsmid, schoenreparatie/sleutels, kapper, tattoo/piercing, schoonheidsspecialist, nagelstudio, kledingreparatie, stoffeerderij, kleermaker, pottenbakker, elektro reparatie, drukwerk/copy, fotograaf, dierentrimsalon, lijstenmaker, ambacht overig.
- Financiële instelling Financieel intermediar, verzekeringswezen, bank, postkantoor, goudinkoper, financiële instellingen overig.
- Particuliere dienstverlening bellen-internet, makelaardij, autowasserij, fietsenstalling, massagesalon, stomerij/wassalon, reisbureau, uitzendbureau, uitvaart, diensten overig, pickuppoint.

Bijlage 2 Kerngegevens per gemeente 2021

Verkooppunten (aantal)											Winkelverkoopvloeroppervlak (m²)W									
GEMEENTE/GROEP	Leegstand	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In/Om Huis	Detailhandel Overig	Transport & Brandstof	Cultuur & Ontspanning	Horeca	Diensten	Leegstand	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In/Om Huis	Detailhandel Overig	Transport & Brandstof	Cultuur & Ontspanning	Horeca	Diensten
Aalten	29	37	41	5	47	15	35	13	42	52	5.077	9.515	8.854	1.005	23.464	2.590	5.088	8.830	3.950	2.735
Apeldoorn	186	221	200	46	214	41	218	90	369	310	37.136	62.161	51.648	16.419	135.063	12.564	36.020	19.559	42.906	16.002
Arnhem	154	273	318	73	178	52	135	74	493	374	28.426	66.501	72.742	17.858	83.990	9.911	15.373	16.136	50.264	18.631
Barneveld	37	82	98	18	111	20	98	30	106	100	13.328	21.279	22.295	2.839	54.345	3.047	13.609	5.218	12.672	4.795
Berg En Dal	29	44	27	4	33	8	34	18	76	48	6.802	14.029	4.996	755	14.739	1.972	2.403	3.335	8.840	1.853
Berkelland	59	79	48	10	78	12	63	29	82	86	11.413	20.112	11.022	1.431	30.540	5.378	9.877	7.233	8.778	3.932
Beuningen	15	36	30	6	43	4	22	14	42	41	3.663	10.511	5.401	5.324	33.066	884	1.287	3.441	4.212	1.797
Bronckhorst	18	56	35	9	70	12	70	17	74	51	2.227	14.240	7.373	2.079	35.716	2.361	6.433	4.249	8.814	2.542
Brummen	10	34	24	4	28	3	30	7	28	35	1.227	8.415	4.490	424	12.308	623	3.884	3.803	3.390	1.386
Buren	2	36	14	2	33	5	52	14	50	47	1.100	8.124	1.614	75	14.703	369	2.657	5.118	4.150	1.664
Culemborg	23	43	33	10	46	8	34	18	50	62	2.874	11.103	5.843	1.919	34.848	845	7.281	3.998	6.601	3.383
Deventer	104	155	172	47	136	53	96	74	242	215	35.820	38.809	33.701	8.535	77.445	7.632	15.745	14.533	26.854	11.489
Doesburg	10	24	33	4	17	7	6	22	26	24	1.046	5.355	5.145	735	3.506	860	581	5.461	2.505	989
Doetinchem	74	101	122	22	114	26	111	37	138	122	21.619	26.613	30.981	5.540	74.432	7.728	18.162	9.750	14.772	6.806
Druten	16	25	27	4	29	4	38	11	36	38	2.169	6.711	4.578	1.564	12.714	1.310	3.287	3.138	2.920	1.850
Duiven	23	26	17	2	49	3	33	12	31	27	4.282	7.502	4.011	3.911	136.415	230	4.897	1.614	4.369	1.355
Ede	107	165	130	38	169	36	169	42	218	179	24.369	43.721	31.639	6.171	66.930	7.196	19.634	11.045	24.062	8.685
Elburg	10	42	35	10	33	11	48	20	48	43	2.220	8.733	5.597	1.070	22.104	3.726	6.476	4.922	4.653	1.679
Epe	29	52	56	11	51	8	64	15	66	57	5.532	12.649	19.963	1.775	22.989	1.831	4.860	2.616	8.016	2.421

Verkooppunten (aantal)											Winkelverkoopvloeroppervlak (m²)W									
GEMEENTE/GROEP	Leegstand	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In/Om Huis	Detailhandel Overig	Transport & Brandstof	Cultuur & Ontspanning	Horeca	Diensten	Leegstand	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In/Om Huis	Detailhandel Overig	Transport & Brandstof	Cultuur & Ontspanning	Horeca	Diensten
Ermelo	29	47	41	10	33	8	44	17	55	51	3.594	11.234	8.631	10.355	12.138	2.671	3.149	2.809	6.531	2.953
Harderwijk	45	68	84	16	62	17	63	25	107	105	6.966	17.881	16.054	4.254	33.312	3.358	12.121	4.209	11.385	4.893
Hattem	17	15	26	7	19	3	14	9	26	19	5.658	3.913	3.400	2.391	8.109	191	2.890	1.678	2.558	757
Heerde	10	27	17	5	30	3	30	10	28	33	2.031	7.731	4.345	1.367	10.759	239	1.894	4.126	3.742	1.372
Heumen	7	21	21	7	18	6	19	13	30	28	1.179	6.079	4.295	1.066	19.223	2.812	1.322	2.290	4.231	1.237
Lingewaard	19	59	43	12	65	6	57	18	69	88	5.625	16.785	6.648	2.665	35.360	1.295	4.124	4.839	7.080	3.800
Lochem	17	46	39	10	46	10	53	26	78	56	2.930	12.257	6.209	1.946	27.673	1.771	7.483	5.534	9.075	2.573
Maasdriel	9	39	17	8	46	5	65	22	54	59	940	9.786	2.885	821	14.699	1.221	5.865	4.198	4.769	3.755
Montferland	35	54	34	4	52	4	45	16	77	68	4.892	12.401	7.046	457	23.566	663	2.192	7.153	12.699	3.511
Mook En Middelaar	9	7	1	3	4	-	10	3	23	12	1.160	1.994	60	175	984	-	511	520	3.164	675
Neder-Betuwe	8	29	19	7	52	4	44	9	30	29	2.046	7.547	4.843	846	33.448	2.344	3.047	1.662	4.713	1.290
Nijkerk	40	51	59	12	73	13	81	23	64	80	6.108	15.232	11.894	5.222	36.646	2.370	14.400	6.987	7.650	3.893
Nijmegen	128	243	248	59	187	53	149	91	516	372	19.920	55.068	60.467	16.929	67.008	8.133	17.678	26.170	49.133	18.220
Nunspeet	25	46	51	12	64	12	51	13	71	54	4.627	11.438	12.153	2.250	29.608	2.588	3.781	3.052	9.668	2.487
Oldebroek	10	36	19	10	49	5	36	8	25	32	1.702	7.725	3.369	2.897	20.845	1.963	4.211	2.800	3.195	1.615
Oost Gelre	31	47	48	11	53	9	53	16	70	60	5.836	12.660	10.752	1.432	27.124	2.190	6.463	6.503	8.413	3.535
Oude IJsselstreek	45	55	45	9	68	12	50	18	66	78	11.549	15.724	13.180	1.243	40.920	4.625	2.868	7.754	6.894	3.575
Overbetuwe	32	58	58	10	85	15	99	24	73	98	6.028	17.436	10.359	2.929	44.535	4.835	9.943	11.684	7.920	4.576
Putten	21	36	48	7	49	6	40	13	50	39	5.868	11.101	12.152	893	21.996	543	2.232	4.444	5.575	1.715
Renkum	33	49	38	10	51	10	28	16	58	60	5.308	11.380	5.627	1.025	10.141	1.524	2.252	5.161	6.825	3.386

Verkooppunten (aantal)											Winkelverkoopvloeroppervlak (m²)W									
CEMENTE/GROEP	Leegstand	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In/Om Huis	Detailhandel Overig	Transport & Brandstof	Cultuur & Ontspanning	Horeca	Diensten	Leegstand	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In/Om Huis	Detailhandel Overig	Transport & Brandstof	Cultuur & Ontspanning	Horeca	Diensten
Renswoude	5	6	2	-	7	1	13	2	7	6	695	1.086	105	-	4.107	701	1.892	1.196	739	225
Rheden	34	74	54	13	58	16	55	18	95	100	4.152	19.904	9.677	1.531	13.430	3.406	9.420	2.375	8.272	4.800
Rhenen	15	31	26	4	23	12	21	10	38	36	2.934	7.064	4.847	749	9.307	1.298	1.103	1.045	4.717	1.685
Rozendaal	1	-	-	-	-	-	1	1	1	-	125	-	-	-	-	-	60	150	150	-
Scherpenzeel	4	14	20	5	12	1	7	3	17	10	1.034	2.952	3.136	470	2.705	120	1.725	810	1.772	380
Tiel	60	65	59	16	71	17	55	28	104	83	9.097	16.159	16.221	2.664	40.661	3.999	13.557	4.978	11.001	5.171
Veenendaal	109	102	126	24	110	27	87	33	113	139	22.873	26.712	34.927	4.443	80.374	5.947	17.835	15.414	13.004	9.146
Voorst	12	36	32	9	38	10	46	8	45	37	10.397	9.529	11.232	1.551	17.613	1.669	3.100	2.310	7.809	2.014
Wageningen	33	46	47	12	40	18	27	15	96	65	4.513	12.264	10.183	2.141	18.200	2.998	2.879	4.619	9.000	3.607
West Betuwe	22	69	36	11	58	8	98	15	86	75	2.649	13.933	6.652	1.555	37.157	988	10.909	8.287	9.395	3.052
West Maas En Waal	12	22	22	8	34	7	43	10	51	40	3.697	6.728	4.685	1.043	22.955	2.737	3.108	2.945	5.742	1.600
Westervoort	21	20	6	2	13	2	17	7	13	20	2.253	5.777	1.137	290	2.728	530	961	1.292	1.378	705
Wijchen	13	51	58	11	78	11	61	18	63	67	2.511	12.568	10.053	2.645	55.274	3.324	4.873	4.267	6.873	3.423
Winterswijk	35	53	85	19	63	21	37	26	77	69	5.949	15.712	19.823	75.428	36.253	5.472	5.161	5.326	9.916	3.787
Zaltbommel	16	45	38	11	43	7	60	22	67	62	2.047	12.728	7.628	1.781	24.002	1.141	7.801	4.365	6.607	4.239
Zevenaar	35	62	57	12	58	10	67	17	100	79	10.233	15.278	11.915	3.100	40.353	4.087	8.887	4.090	9.623	4.187
Zutphen	52	86	104	27	93	28	53	36	114	114	8.237	21.180	19.466	2.944	69.964	11.790	6.841	7.762	10.846	5.571
Gelderland	1.742	3.045	2.861	660	3.104	632	2.908	1.094	4.451	3.926	344.211	785.364	634.309	229.025	1.710.277	151.022	349.006	286.095	486.314	194.184
Nederland	16.328	27.010	25.556	5.888	23.581	5.753	22.475	9.939	44.286	36.970	3.229.260	6.510.268	5.406.126	1.479.152	13.020.221	1.278.399	2.872.067	2.133.564	4.691.221	1.970.681

Bijlage 3 WGR-regio's

Achterhoek:

- Aalten
- Berkelland
- Bronckhorst
- Doetinchem
- Winterswijk
- Oude IJsselstreek
- Oost Gelre

Groene Metropoolregio

Arnhem-Nijmegen

- Arnhem
- Beuningen
- Doesburg
- Druten
- Duiven
- Heumen
- Nijmegen
- Renkum
- Rheden
- Rozendaal
- Westervoort
- Wijchen
- Zevenaar
- Lingewaard
- Overbetuwe
- Berg en Dal
- Montferland
- Mook en Middelaar (Li)

Rivierenland/Fruitedelta

- Buren
- Culemborg
- Maasdriel
- Tiel
- Zaltbommel
- West Betuwe
- West Maas en Waal
- Neder-Betuwe

Food Valley:

- Barneveld
- Ede
- Nijkerk
- Scherpenzeel
- Wageningen
- Rhenen (Ut)
- Renswoude (Ut)
- Veenendaal(Ut)

Noord Veluwe:

- Elburg
- Ermelo
- Harderwijk
- Hatterum
- Oldebroek
- Putten
- Nunspeet

Cleantech regio:

- Apeldoorn
- Brummen
- Deventer (Ov)
- Epe
- Heerde
- Lochem
- Voorst
- Zutphen

Bijlage 4 Afbakening winkelgebieden

Centrale winkelgebieden

Het belangrijkste winkelgebied in een woonplaats wordt aangeduid als centraal winkelgebied. Binnen de database van Locatus worden zes centrale winkelgebieden onderscheiden:

Binnenstadmeer dan 400 winkels

In feite gaat het hier om de top-17 winkelgebieden van Nederland, waarvan de binnensteden van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Utrecht, Groningen en Maastricht een onderdeel vormen.

Hoofdwinkelgebied Groot

200-400 winkels

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 200 tot 400 winkels. Voorbeelden zijn Bussum - centrum of Delft-centrum.

Hoofdwinkelgebied Klein

100-200 winkels

Een hoofdwinkelcentrum is het grootste winkelgebied in de woonplaats. Het aantal verkooppunten in de detailhandel bedraagt 100 tot 200 winkels. Voorbeelden zijn Franeker- centrum of Putten-centrum.

Kernverzorgend winkelgebied Groot

50-100 winkels

Een kernverzorgende centrum groot is het grootste winkelgebied in een woonplaats. Het gaat hier om centra met minder dan 100, maar meer dan 50 winkels in de detailhandel.

Kernverzorgend winkelgebieden Klein

5-50 winkels

Een kernverzorgende centrum klein is het grootste winkelgebied in een woonplaats. In dit geval gaat het om centra met maximaal 50 verkooppunten in de detailhandel.

Kernverzorgend supermarktcentrum

3-4 winkels

Dit is een winkelconcentratie die het grootste winkelgebied in een woonplaats is en 3 of 4 winkels heeft waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m² WVO of meer.

Ondersteunende winkelgebieden

Naast één centraal winkelgebied kunnen in een woonplaats een of meerdere ondersteunende winkelgebieden worden onderscheiden. Binnen de categorie “ondersteunende winkelgebieden” worden de volgende zes type winkelgebieden onderscheiden:

Stadsdeelcentrum

meer dan 50 winkels

Een stadsdeelcentrum is altijd een aanvulling op een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum. Bovendien is hier het merendeel van het centrum planmatig ontwikkeld. Voorbeelden van stadsdeelcentra zijn Amsterdam-Osdorpplein of Nijmegen-Dukenburg.

Binnenstedelijke winkelstraat

> 50 winkels

Ook hier gaat het om ondersteunende winkelgebieden van meer dan 50 winkels maar in tegenstelling tot de stadsdeelcentra zijn deze winkelgebieden niet planmatig ontwikkeld maar de winkelstraten in grote steden. Voorbeelden zijn de Steenstraat in Arnhem, Amsterdamse- straatweg Utrecht en de Overtoom in Amsterdam.

Wijkcentrum (groot)

25- 50 winkels

Een groot wijkcentrum bestaat naast een binnenstad of een hoofdwinkelcentrum en heeft minder winkels dan een stadsdeelcentrum.

Wijkcentrum (klein)

minder dan 25 winkels

Deze centra hebben een specifiek ondersteunende functie. Tot een klein wijkcentrum worden enerzijds winkelconcentraties gerekend met 5 tot 10 winkels en 2 of meer supermarkten. Anderzijds worden hiertoe winkelgebieden met 10 tot 25 winkels in de detailhandel gerekend.

Buurtcentrum

Dit is een winkelconcentratie met minimaal 5 winkels en maximaal 9 winkels in de detailhandel. Daarnaast is er een of geen supermarkt in dit type winkelgebied aanwezig.

Supermarktcentrum

Dit is een winkelconcentratie met 3 of 4 winkels waaronder in ieder geval 1 supermarkt van 500 m² WVO of meer.

Overig

Onder de categorie 'overig' worden grootschalige concentraties en speciale winkelgebieden verstaan.

Grootschalige concentratie

Concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m². Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn. Dit betekent dat minimaal de helft van het winkelverkoopvloeroppervlak van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches "dier en plant", "bruin- en witgoed", "fietsen- en autoaccessoires", "doe- het-zelf" of "wonen".

Speciaal winkelgebied

Winkelgebieden die niet tot een van de voorgaande categorieën behoren, worden aangemerkt als speciaal winkelgebied. Veelal zijn dit winkelgebieden rondom een station of winkelgebieden met een speciaal thema. Designer Outlet Center in Roermond, Stationsplein Breda en Luchthaven Schiphol zijn bijvoorbeeld in deze categorie opgenomen.

Alle verkooppunten die buiten een van deze concentraties vallen, worden tot de *verspreide bewinkeling* gerekend.



Provincie Gelderland
Markt 11
6811 CG Arnhem
Postbus 9090
6800 GX Arnhem
026 359 99 99
provincieloket@gelderland.nl
www.gelderland.nl