

Gemeenteraad van Hengelo
Postbus 18
7550AA Hengelo

Gemeente Hengelo

Postbus 18
7550 AA Hengelo

Onderwerp
Retailanalyse

Zaaknummer
3198916

Uw kenmerk

Datum
4 maart 2021

Geachte heer/mevrouw,

Het college wil u graag informeren over de onlangs uitgevoerde retailanalyse. Het rapport over de retailanalyse is als bijlage bij deze brief gevoegd.

Aanleiding

Om de diverse stedelijke ontwikkelingen van detailhandel, horeca en leisure (samen: retail) meer integraal te benaderen en te beoordelen of het gemeentelijk retail beleid nog voldoende actueel is heeft de gemeente in 2020 een integrale analyse laten uitvoeren van de Hengelose retailstructuur door bureau DTNP. In het rapport 'Analyse retailstructuur Hengelo' is een ruimtelijke en economische analyse van de retail in Hengelo gemaakt, waarbij de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de retailstructuur in beeld zijn gebracht, zowel in samenhang als per sector.

Voortbouwen op de ingezette koers voor Hengelo

In 2020 heeft het college de horizon naar 2040 geschetst: Samen werken aan een sterke economie, samen leven in een aantrekkelijke stad. Via de Kadernota 2021-2024 heeft ook de gemeenteraad deze vastgesteld. Het bijgevoegde rapport borduurt hierop voort en dient als bouwsteen voor de omgevingsvisie voor de binnenstad en Hart van Zuid en op termijn voor de omgevingsvisie stedelijk gebied. Het rapport is opgenomen in de 'voorraadkast' van de omgevingsvisie binnenstad en Hart van Zuid.

Inhoud rapport retailanalyse

De retailanalyse laat zien dat in Hengelo een logische ruimtelijk- economische structuur aanwezig is om in het beleid aan vast te houden. In de vigerende beleidsvisies voor de verschillende retailsectoren (detailhandelstructuurvisie, Horecavisie en Nota Vrijetijdseconomie) wordt duidelijk gefocust op het sterk houden van de binnenstad en het terughoudend omgaan met ontwikkelingen op locaties elders in de stad. Gelet op landelijke trends en ontwikkelingen die ook hun weerslag op Hengelo hebben (zoals een afnemende behoefte), wordt in het rapport geadviseerd om aan deze basiskeuze vast te houden.

De gemeente wordt geadviseerd ruimte te bieden aan dynamiek, maar dan wel op de te behouden locaties en passend bij de functie van het betreffende gebied. Het advies is verder om niet mee te werken aan retailinitiatieven buiten de gewenste structuur, maar hier juist actiever mee te werken aan functiewijziging (transformatie). Voorbeelden van retailfuncties buiten de gewenste structuur zijn winkelstrips die hun oorspronkelijke functie hebben verloren, maar ook retailfuncties op bedrijventerreinen. Aandacht voor dit soort ontwikkelingen wordt de komende jaren nog belangrijker.

Zo zal er de komende jaren meer aandacht moet komen voor retailontwikkelingen op de bedrijventerreinen. Deze retailontwikkelingen doen zich namelijk in uiteenlopende vormen voor,

Vermeld altijd het zaaknummer als u contact opneemt met de gemeente.

Bezoekadres
Burgemeester van der
Dussenplein 1

E-mailadres
gemeente@hengelo.nl
Telefoonnummer

iets dat niet uniek is voor Hengelo. We zien dit verschijnsel ook op bedrijventerreinen in andere gemeenten.

Uit de retailanalyse blijkt dat we de komende periode kunnen vasthouden aan de basiskeuzes en beleidsopgaven zoals beschreven in de vigerende beleidsdocumenten en de koersdocumenten voor de binnenstad en Hart van Zuid.

Voortvloeiend uit het vigerende beleid, de recente ontwikkelingen en de bijgevoegde retailanalyse zien we voor de komende periode een aantal retail thema's die aandacht vragen en nader uitgewerkt moeten worden om daarmee de retailstructuur van Hengelo toekomstbestendig te krijgen en te houden.

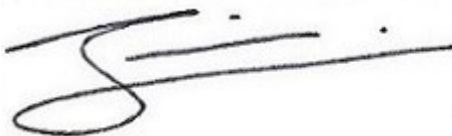
Thema's:

1. Voortborduren op de koers voor de compacte binnenstad met onderscheidende gebiedsprofielen;
2. Levendig stadsdeel Hart van Zuid voor wonen, werken, leren en ontmoeten met onderscheidende retail;
3. Reductie retailmeters buiten de structuur, bijzondere aandacht voor transformatie winkelstrips en solitaire retail;
4. Toekomstbestendige perifere winkellocaties en bedrijventerreinen met heldere regels voor retail.

De retailthema's hebben een samenhang met andere lopende opgaven in het fysieke domein die zijn beschreven in het gemeentelijk beleid of zijn opgenomen in specifieke gemeentelijke programma's voor de binnenstad en Hart van Zuid. Hier wordt bij de uitwerking rekening mee gehouden.

Het college is graag bereid met u over de retailanalyse in gesprek te treden.

Met vriendelijke groet,
Burgemeester en wethouders van Hengelo,
de secretaris, de burgemeester,



De heer J. Eshuis



De heer S.W.J.G. Schelberg

Bijlagen: 1

Vermeld altijd het zaaknummer als u contact opneemt met de gemeente.



Analyse retailstructuur Hengelo



Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Opdrachtgever: Gemeente Hengelo

Contactpersoon: Mevrouw S. Meijer

Projectteam DTNP: De heer R. Eijkelkamp

De heer L. Heger

Projectnummer: 2142.0420

Datum: 26 november 2020

Analyse retailstructuur Hengelo

1	Context	1	4	Conclusies en aanbevelingen	36
1.1	Inleiding	2	4.1	Conclusie analyse	37
1.2	Uitgangssituatie	3	4.2	Aanbevelingen	38
1.3	Landelijke trends en Hengelo	6			
1.4	Wetgeving	12			
2	Feiten, cijfers en beleid	13		Bijlagen	40
2.1	Structuur en koopstromen	14	Bijlage 1	Bestemmingsplannen	41
2.2	Aanbodspreading en -ontwikkeling per sector	17	Bijlage 2	Definities branches	42
2.3	Vigerend beleid	23	Bijlage 3	Spreiding en ontwikkeling supermarkten	43
3	SWOT-analyse	27	Bijlage 4	Ontwikkeling vloeroppervlak detailhandel	45
3.1	SWOT-analyse detailhandel	28	Bijlage 5	Vloeroppervlak horeca en leisure	46
3.2	SWOT-analyse horeca	30	Bijlage 6	Wijzigingen horeca-aanbod	47
3.3	SWOT-analyse leisure	32	Bijlage 7	Overzicht leisure-vestigingen	48
3.4	Analyse totale structuur	34			



Inhoudsopgave



1 Context

1.1 Inleiding

Aanleiding

Het veranderende koopgedrag bij consumenten (o.a. meer online) leidt tot minder en ander bezoek aan de Hengelose binnenstad en andere winkellocaties. Dit heeft effect op het functioneren van winkels en leidt tot toegenomen leegstand in o.a. de binnenstad. Om consumenten te blijven trekken, zetten ondernemers meer in op (integratie van) andere functies, zoals horeca, diensten en leisure (samen met detailhandel hierna: retail). Het vigerende beleid van de gemeente Hengelo is vervat in separate sectorale beleidsdocumenten en is de basis voor vigerende bestemmingsplannen.

Actuele ontwikkelingen binnen de gemeente (o.a. Integraal Actieplan voor een vitale Hengelose binnenstad en ontwikkelperspectief Hart Van Zuid) en in de regio hebben het beleid ingehaald. Er zijn inmiddels nieuwe data en onderzoeken beschikbaar (o.a. Koopstromenonderzoek Oost NL 2019). Na de zomer start het traject naar de omgevingsvisie voor de binnenstad en Hart van Zuid.

Om de ontwikkeling van detailhandel, horeca en leisure meer integraal te benaderen en hier een meer samenhangend strategisch beleid op te

kunnen voeren heeft de gemeente behoefte aan een integrale analyse van de Hengelose retailstructuur*.

Doel en beoogd resultaat

Het doel is een ruimtelijke en economische analyse van de retail in Hengelo, waarbij de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de retailstructuur in beeld worden gebracht (SWOT-analyse), zowel in samenhang als per sector: horeca-, detailhandels- en vrijetijdsstructuur. In het eindrapport wordt de analyse verwerkt tot conclusies en aanbevelingen voor het vervolgtraject.

De analyse borduurt verder op de horizon naar 2040 die het college in 2020 heeft geschetst: 'Samen werken aan een sterke economie, samen leven in een aantrekkelijke stad'. Via de Kadernota 2021-2024 heeft ook de gemeenteraad deze vastgesteld. Tevens dient de analyse als bouwsteen voor de omgevingsvisie voor de binnenstad en Hart van Zuid en als basis voor onderbouwde reacties op eventuele marktinitiatieven. Resultaten van de analyse kunnen input bieden voor toekomstig beleid of andere vervolgstappen.

* Definitie retail: bedrijfsmatige publieksgerichte voorzieningen in de hoofdsectoren detailhandel, horeca en leisure. DTNP volgt hierbij de indeling van data-verstrekker Locatus.

Proces

Dit document betreft een conceptrapport. Na bespreking van het conceptrapport met de ambtelijke werkgroep in september zal het rapport worden voorgelegd aan het college en zal het verder worden uitgewerkt tot een eindrapportage.

Leeswijzer

Hoofdstuk 1 geeft de context van de retail in Hengelo weer, waarbij achtereenvolgens de ligging en demografie, omliggend aanbod en landelijke retailtrends en wetgeving aan bod komen. In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op feiten en cijfers en beleid: het actuele aanbod, het economisch functioneren van de winkelgebieden, spreiding en ontwikkeling van het aanbod in de verschillende sectoren en het vigerende beleid in de gemeente. In hoofdstuk 3 zijn SWOT-analyses van detailhandel, horeca, leisure en de samenhang tussen deze sectoren te vinden. Tot slot bevat hoofdstuk 4 de conclusies en aanbevelingen die voortvloeien uit de voorgaande hoofdstukken.

1.2 Uitgangssituatie

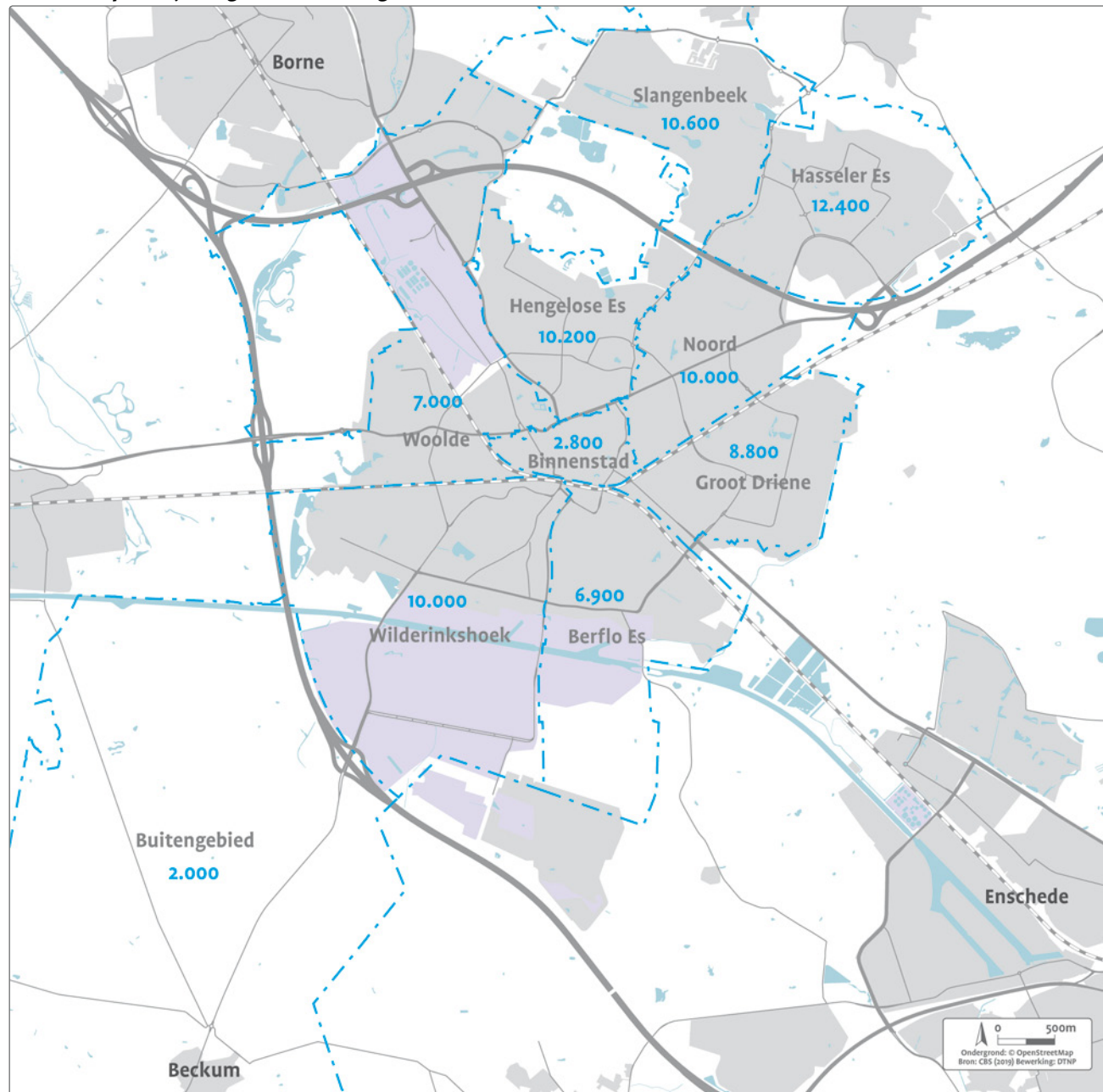
Ligging en kenmerken

De gemeente Hengelo (± 81.000 inwoners) is onderdeel van de Regio Twente en bestaat naast het stedelijk gebied uit het dorp Beckum (± 1.000 inwoners). Aan de zuidkant van de stad stroomt het Twentekanaal en middels de A1, A35 en station Hengelo is de stad goed ontsloten. In het zuidoosten liggen op enkele kilometers afstand de universiteit en de stad Enschede. Enschede is qua inwonertal en voorzieningenniveau duidelijk de grotere broer van Hengelo. Almelo en Oldenzaal zijn de overige plaatsen van behoorlijke omvang in de buurt.



Hengelo is een middelgrote stad in Twente

Inwoners per wijk in gemeente Hengelo



Inwoners en inkomen

De wijken ten noorden van het centrum huisvesten de meeste inwoners (ruim 40.000). In het zuiden en (noord)westen wordt relatief veel oppervlak in gebruik genomen door bedrijventerreinen. CBS voorspelt tot 2035 een bevolkingsgroei van circa 2%, naar circa 83.000 inwoners*. Op basis van de lokale woningbouwambitie wordt mogelijk een iets sterkere groei gerealiseerd. Circa 20% van de bevolking van Hengelo is 65 jaar of ouder**. Het gemiddeld inkomen in Hengelo ligt met € 24.100,- per inwoner iets onder het landelijk gemiddelde van € 26.000,-, maar is wel hoger dan in buurstedden Almelo en Enschede***.

Kenmerken huishoudens

Met de Whize-leefstijlsegmentatie**** wordt duidelijker welke typen huishoudens er voornamelijk voorkomen in Hengelo. Hierbij wordt er onder andere gekeken naar leeftijd, opleidingsniveau, inkomen, gezinssamenstelling, woningtype, hobby's, interesses en aankoopgedrag.

In Hengelo blijken de leefstijlen met een gemiddeld of iets ondergemiddeld inkomen het meest voor te komen. Deze gezinnen wonen veelal in een huurwoning of gekocht rijtjeshuis. Ze zijn tevreden met wat ze hebben en doen hun aankopen voornamelijk bij

* CBS & PBL (2018), Bevolkingsprognose.

** CBS (2020), Kerncijfers wijken en buurten 2019.

*** CBS (2020), Kerncijfers wijken en buurten 2018.

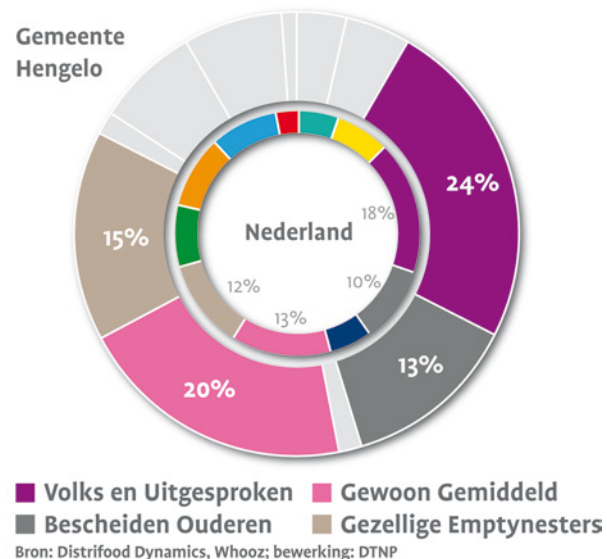
****Zie voor meer informatie <https://www.whooz.nl/whize>.

de gangbare winkelketens (supermarkten, Hema, etc.). Ze doen ook steeds meer aankopen online. In de wijk Slangenbeek wijkt dit beeld af. Hier zijn de gezinnen en senioren met een bovenmodaal inkomen sterker aanwezig. Met name de senioren hebben tijd en geld te besteden.

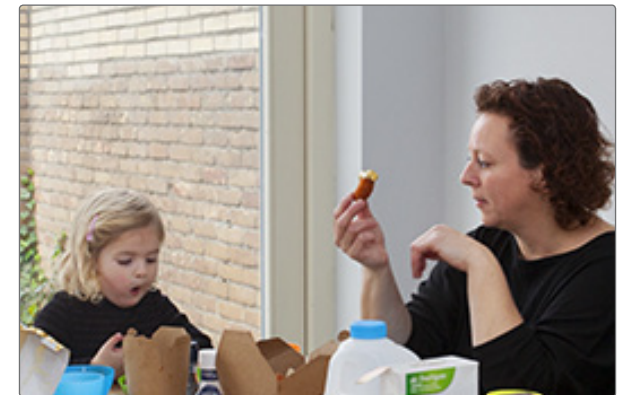
Het aandeel hoogopgeleide en jonge stedelijke bewoners, en daarmee ook het aandeel inwoners dat veel bezig is met lifestyle, buitenshuis ontmoeten en regelmatig wat drinken op een hip terras, is relatief laag in Hengelo. Dit is in lijn met 'Ontwikkelingsperspectief Hart van Zuid' en 'Hart van de Stad Hengelo'*****, waaruit blijkt dat het in Hengelo ontbreekt aan de zogeheten 'urban creators'.

***** Tellers en Benoemers, 2020

Leefstijlen gemeente Hengelo



'Volks en uitgesproken' meest voorkomende leefstijl



Veel 'normale' gezinnen, met gemiddeld inkomen



Relatief weinig Jonge, hoogopgeleide stadse bewoners

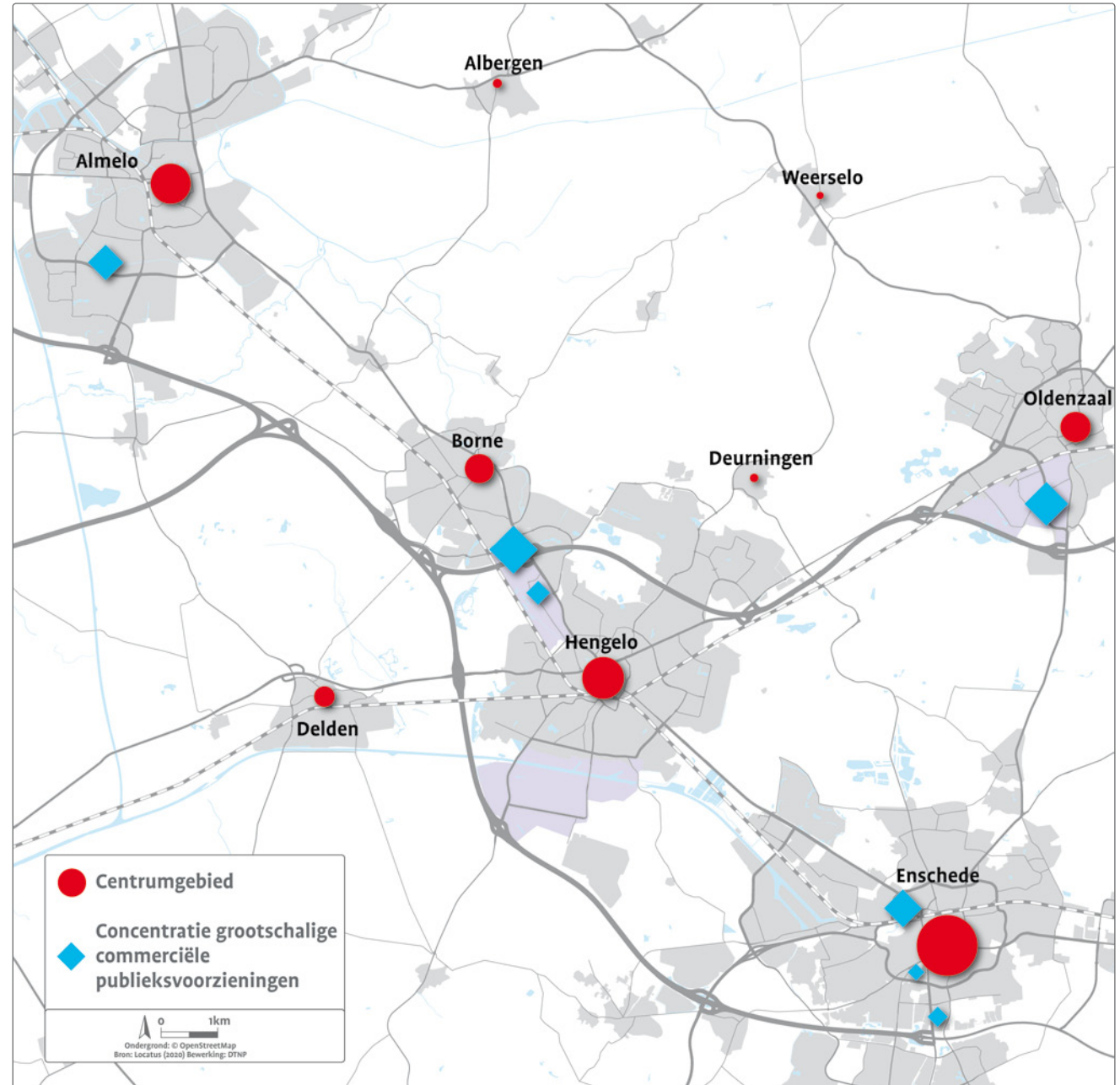
Regionale structuur en concurrentiepositie

In totaal komt circa 90% van de dagelijkse bestedingen van inwoners van Hengelo binnen de gemeente Hengelo terecht. Voor niet-dagelijkse winkels ligt dat percentage op 54%*. Behalve naar internet vloeit het grootste deel van de bestedingen af naar Enschede. In vergelijkbare plaatsen is de niet-dagelijkse binding gemiddeld circa 69%.

Enschede heeft door haar regiofunctie en universiteit een ruimer winkel-, horeca- en leisueraanbod. Het retailaanbod Enschede-Centrum ($\pm 105.000 \text{ m}^2$ winkelvloeroppervlak (wvo)) is twee keer zo groot als dat van Hengelo-Centrum ($\pm 55.000 \text{ m}^2$ wvo). Doordat ook de centra van Almelo ($\pm 45.000 \text{ m}^2$ wvo) en Oldenzaal ($\pm 26.000 \text{ m}^2$ wvo) groot genoeg zijn om in de behoeften van de lokale inwoner te voorzien, beperkt het verzorgingsgebied van het centrum van Hengelo zich tot de eigen gemeente en de omliggende dorpen Delden, Deurningen en Borne (die een lokale boodschappenfunctie hebben). Met Plein Westermaat ($\pm 52.800 \text{ m}^2$ wvo) beschikt Hengelo over een sterk aanbod aan grootschalige regionaal onderscheidende winkels (o.a. Ikea, Intersport, Bever en Bauhaus). Plein Westermaat heeft een aantrekkelijke werking voor inwoners van heel Twente en trekt ook Duitse bezoekers*, zie ook paragraaf 2.1.

* I&O Research (2020) Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2019.

Hoofdcentra en concentraties grootschalige voorzieningen in Hengelo en omgeving, geschaald naar m^2 wvo



1.3 Landelijke trends en Hengelo

Online bestedingen blijven groeien

De (voortdurende) groei van internetwinkelen heeft grote gevolgen voor de detailhandel in ons land. De stijging van het aandeel online aankopen is voornamelijk te zien in de niet-dagelijkse sector, waar ondertussen circa een kwart van de bestedingen online wordt gedaan. Maar ook in de dagelijkse sector is het aandeel online aankopen sterk groeiend (o.a. Picnic en Hello Fresh). De groei van online bestedingen gaat in veel gevallen ten koste van bestedingen in fysieke winkels.

Afname fysieke winkels, toename leegstand

Het aantal fysieke winkels neemt in Nederland al jaren af. Dat gaat zowel om zelfstandigen (bijv. geen opvolging) als om winkelketens die zich niet goed kunnen onderscheiden van het online aanbod. Als gevolg hiervan is de leegstand toegenomen. De (tijdelijke) invulling door alternatieve functies is onvoldoende om de voortdurende krimp aan winkels op te vangen. Zo lijkt bijvoorbeeld ook de groei in de horeca-sector af te vlakken. Hengelo vormt op dit alles zeker geen uitzondering. Niet-dagelijkse winkels nemen ook in het centrum van Hengelo sterk af. Bovendien is de groei van horeca, zoals die de laatste jaren landelijk te zien was, er in het

centrum van Hengelo per saldo niet in die mate geweest.

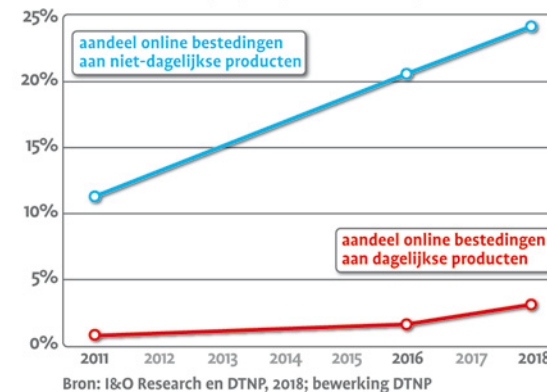
Middelgrote centra kwetsbaar

Door de verdere ontwikkeling van het internetwinkelen zijn consumenten voor veel niet-dagelijkse artikelen (een broek, schoenen, elektronica, etc.) niet langer afhankelijk van het winkelaanbod in middelgrote centra, zoals dat van Hengelo. Omdat juist hier in de jaren van hoogconjunctuur volop winkelmeters zijn bijgebouwd (bijvoorbeeld voor warenhuizen zoals V&D), vallen er inmiddels flinke gaten in de winkelstraten. Nog voor corona stonden veel centra in ons land dus al voor de opgave om zich opnieuw te positioneren, om relevant te blijven voor de (lokale) consument. Ook in Hengelo vallen er gaten in het circuit door het sluiten van niet-dagelijkse winkelketens, zoals V&D, en lokale winkels, zoals Ten Brummelhuis.

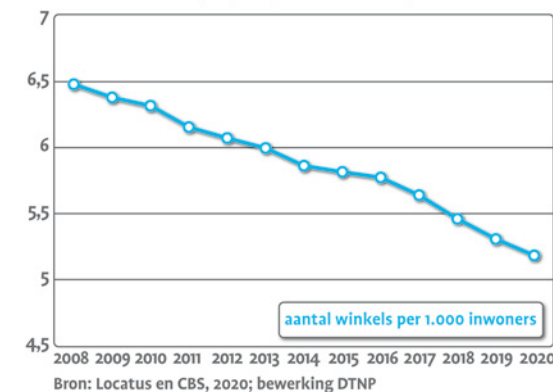
Opkomst van andere centrumfuncties

Met de veranderende positie van het (niet-dagelijkse) winkelaanbod neemt het belang van het overige centrumprogramma verder toe. De functieverbreding is niet alleen een noodzakelijk kwaad om leegstand in te vullen. Het draagt er juist aan bij dat consumenten meer redenen hebben het centrum te bezoeken. Functieverbreding zorgt voor nieuwe trekkracht, en

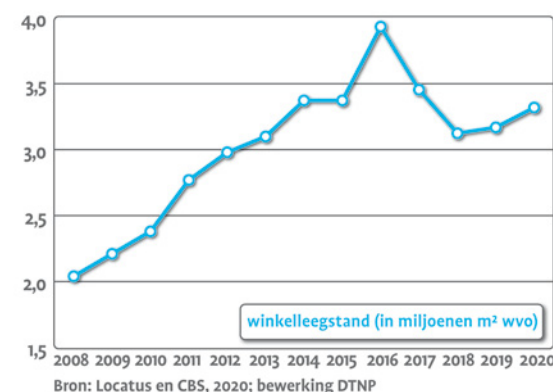
Aandeel online aankopen stijgt door (NL)



Aantal winkels blijft afnemen (NL)



Leegstand neemt (weer) toe (NL)



zorgt ervoor dat centra relevant blijven voor consumenten, als verblijfs-, ontmoetings- en belevingslocatie. In een modern centrum is er ruimte voor een aanzienlijk aanbod food- en dagelijkse producten, onderscheidende niet-dagelijkse winkels en een ruim horeca-aanbod, gecombineerd met diensten, culturele instellingen, leisure en woningen.

Horeca, behoudens de cafés een groeisector

De horeca heeft in dit palet een belangrijker rol. Horeca is qua trekkracht in veel centra meer en meer gelijkwaardig aan de winkelfunctie. De ontwikkeling van horeca zat (voor corona) dan ook landelijk in de lift. We ontmoeten elkaar steeds vaker en vanzelfsprekender buiten de deur, onder het genot van een kop koffie of een (snelle dan wel uitgebreide) lunch. Toch leken de grenzen van de groei ook voor de horeca min of meer bereikt. Na een periode van stagnatie nam de leegstand in de Nederlandse binnensteden begin 2020 weer toe. Niet alle winkels konden worden omgezet naar een koffiebar of café-restaurant. Horeca alleen kan de afnemende behoefte aan winkelruimte niet compenseren en een ongebreidelde groei van het aantal horecabedrijven is geen reëel (of wenselijk) toekomstscenario.

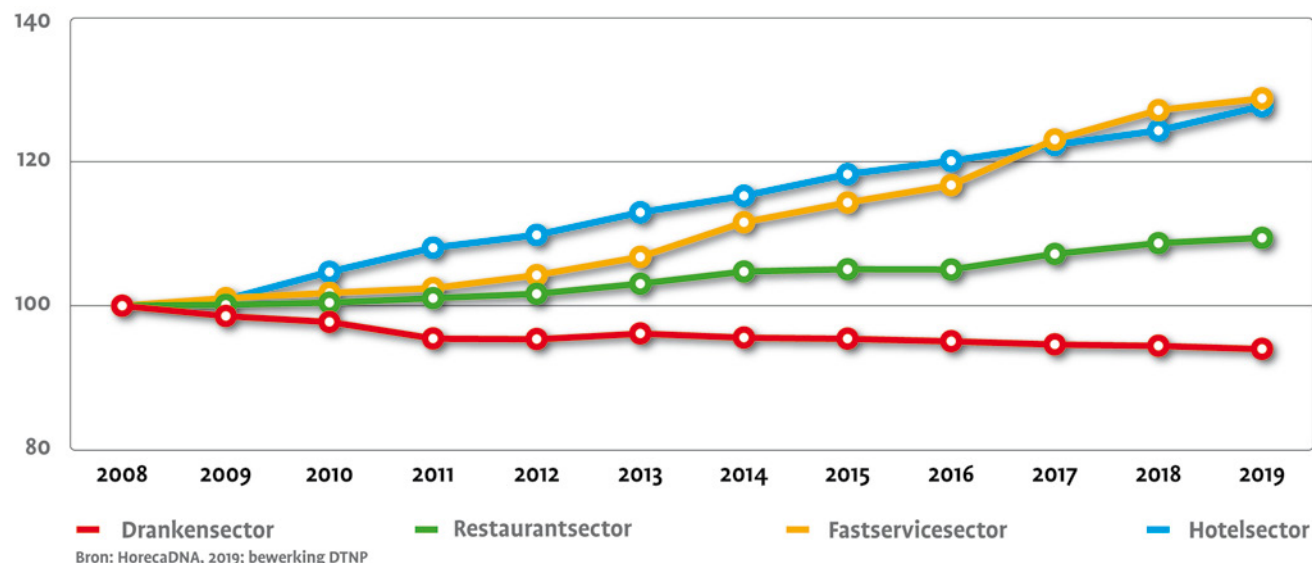


Toename van andere functies in winkelgebieden



Aandeel online neemt ook in horecasector toe

Indexontwikkeling horecabranches naar aantal verkooppunten in Nederland



De toename van het aantal airbnb's en andere particuliere overnachtingsmogelijkheden is een ontwikkeling die het afgelopen decennium in een stroomversnelling is geraakt en die invloed heeft op het bestaande aanbod. Er is hierdoor sprake van scherpe concurrentie. Hotels moeten zich onderscheiden, bijvoorbeeld door meer luxe, o.a. in combinatie met wellness, aan te bieden. De groei van airbnb-aanbod in Hengelo valt overigens vooralsnog mee, zie pagina 20.

Sfeer en beleving centraal in vrijetijdsbesteding

Tegelijkertijd werd de Nederlander ook kritischer in de vrijetijdsbesteding. De groei van het aantal muziek- en foodfestivals is tekenend voor de behoefte van de hedendaagse consument aan verrassing en continue vernieuwing. De toegenomen beeldcultuur versterkt dit effect; fotogenieke locaties of 'events' worden massaal gedeeld en kunnen in korte tijd uitgroeien tot ware publiekstrekkingen. Voor ondernemers biedt dit kansen, mits zij zich kunnen onderscheiden voor een (zeer) specifieke doelgroep.

Toch zijn ook lokale netwerken nog steeds belangrijk in het sociale leven. Voor jongeren is het uitdragen van de afkomst een waardevol onderdeel van de eigen identiteit, terwijl voor de groeiende groep senioren de (fysieke) leefwereld zich steeds meer beperkt tot de directe woon- en leefomgeving; het eigen centrum.

Door corona in één keer jaren vooruit

Door de coronacrisis schiet het geleidelijke proces van een afnemend aantal winkels in de binnenstad van Hengelo, net zoals bij alle middelgrote stadscentra, naar verwachting in één keer jaren vooruit. Voor bedrijven die er toch al matig voorstonden of voor ondernemers die dicht bij (of over) hun pensioenleeftijd zijn, is dit een logisch moment om versneld te stoppen. Maar ook bedrijven die er voor de crisis redelijk tot goed voorstonden, kunnen, door liquiditeitsproblemen en gebrek aan perspectief om oplopende schulden terug te kunnen betalen, binnen enkele maanden omvallen of stoppen. De teruggang in bezoekers in middelgrote steden is, doordat men in de eigen stad blijft, tijdelijk beperkter dan in grote winkelsteden. Maar het is de vraag of dit op de lange termijn ook leidt tot herwaardering van het lokale stadscentrum. De verwachting is dat het recreatieve bezoek aan de grotere binnenstad (met name Enschede) weer de voorkeur krijgt op het moment dat corona geen beperking meer geeft.

In het verleden was het vaak zo dat vooral ondernemers in 'aanloopstraten' kwetsbaar waren. De laatste jaren zijn meerdere winkelstraten kwetsbaar geworden voor faillissementen en leegstand (o.a. de Markt en Brinkpassage in Hengelo), terwijl deze wel zijn ingericht voor grote winkels en passantenstromen. De effecten van de coronacri-



Online bestedingen leiden tot leegstand, ook in Hengelo



Corona zal de ingezette processen versnellen

sis raken een groot deel van de binnenstadondernemers. Per saldo krijgen waarschijnlijk alle delen van de binnenstad te maken met substantiële aantallen bedrijven die (versneld) gaan stoppen. Onder andere horeca, hotels, schouwburgen, bioscopen en winkels zullen de gevolgen van de coronacrisis gaan merken.

Structurele keuzes noodzakelijk

Het organiseren van (lokale) publieksevenementen en het verfraaien van de binnenstad alleen bleek niet genoeg om het tij te keren. Het landelijke aantal faillissementen in de detailhandel liep in 2019 verder op ten opzichte van het jaar er voor*. Ook in Hengelo zal (nog los van de impact van corona) in de toekomst (opnieuw) enerzijds rekening moeten worden gehouden met het wegvallen van landelijke filiaalbedrijven (zie kader op pagina 10; C&A recent vertrokken) en anderzijds met de gevolgen van een vergrijzend ondernemersbestand en het uitblijven van opvolging.

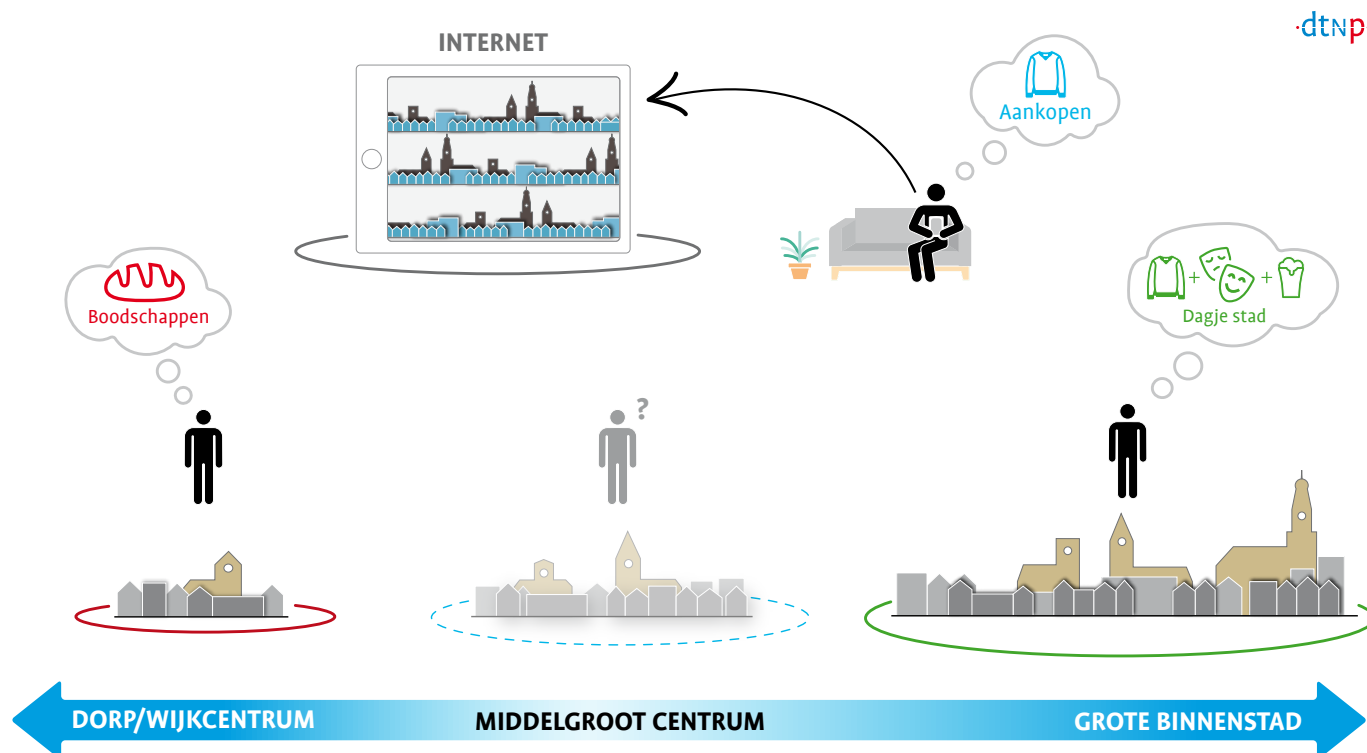
Ook voor corona waren er hier dus al, net als in veel andere (middelgrote) centra in ons land, structurele keuzes nodig om te komen tot een compact en aantrekkelijk centrum, dat weer relevant en herkenbaar is voor de eigen inwoners. Gemeente Hengelo is hier dan ook actief mee bezig, zie paragraaf 2.3.

* CBS statline (febr. 2020) Faillissementen; bedrijven en instellingen.

Wijkcentra blijven relevant

Waar de middelgrote centra, met veel kwetsbaar niet-dagelijks aanbod, het moeilijk hebben, blijft het lokale wijkcentrum relevant. Moderne wijkcentra die goed bereikbaar zijn en een boodschappenaanbod hebben dat past bij de behoeften van de hedendaagse consument blijven in trek. Waar het internet de nieuwe aankooplocatie is voor niet-dagelijkse aankopen blijft het wijkcentrum een aantrekkelijke locatie voor de snelle dagelijkse boodschappen. Hengelo beschikt over meerdere goed functio-

nerende wijkcentra met een moderne uitstraling. In sommige van deze wijkcentra is de bereikbaarheid (parkeergelegenheid) echter een heikel punt. Door de opkomst van online boodschappen doen, is de bereikbaarheid van het lokale boodschappencentrum alleen maar belangrijker geworden.

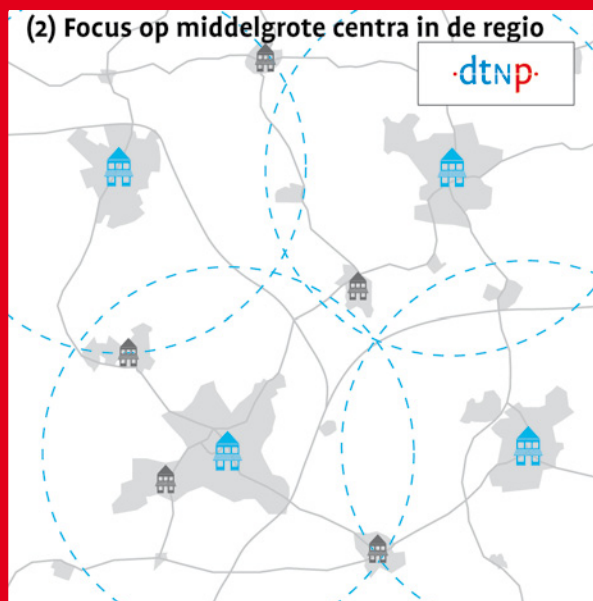
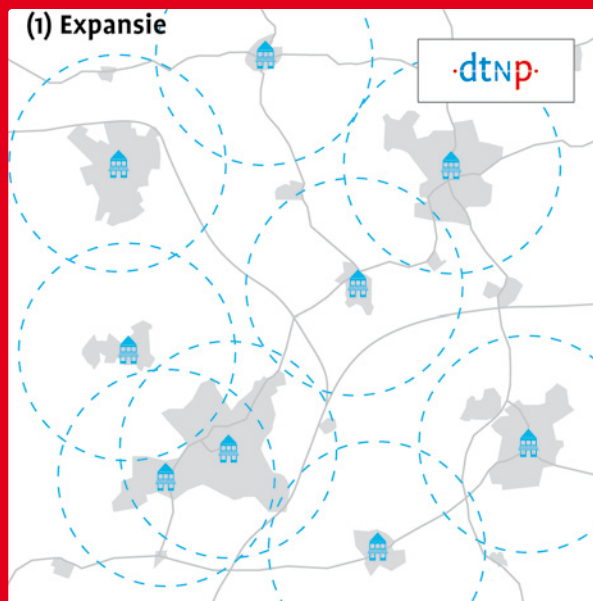


Gewijzigde strategie winkelformules

Ondanks toenemende internetverkoop blijft de fysieke winkel belangrijk. Wel wijzigen niet-dagelijkse winkelformules hun vestigingsstrategie. Deze is niet langer gericht op expansie (1) en het invullen van 'witte vlekken' (vestigingen in steeds meer winkelgebieden).

In toenemende mate focussen landelijke niet-dagelijkse ketens zich op de grote centra met de sterkste positie in de regionale winkelstructuur (2). Daar wordt ingespeeld op beleving en service: onderscheidende kwaliteiten ten opzichte van internet.

Op overige (bestaande) locaties wordt nauwelijks nog geïnvesteerd, steeds vaker worden vestigingen gesloten of wordt er, mits de A1-locatie nog voldoende passanten trekt, ingezet op een kleinere winkel. Met de winkels in de grootste steden, in combinatie met de steeds belangrijker wordende webshop, kunnen consumenten uit middelgrote steden en grote dorpen ook worden bereikt (3). Economische onzekerheid en demografische ontwikkelingen (krimp en vergrijzing) zijn andere redenen om niet (meer) te investeren in middelgrote centra.



Behoud grote ketens op termijn onzeker

Supermarkten essentieel en structuurbepalend

Ondanks dat in de supermarktsector nog steeds schaalvergroting plaatsvindt, is het lang niet meer altijd 'hoe groter, hoe beter.'. De groei in het aantal supermarkten boven de 2.000 m² vvo stagneert. Het zijn vooral de middelgrote supermarkten van 1.000 m² tot 1.500 m² die in aantal blijven groeien. Dit is een omvang die aansluit bij de eisen van de moderne consument: voldoende compleet, en ruim opgezet.

Uit landelijke cijfers blijkt dat supermarkten essentieel zijn voor het functioneren van een

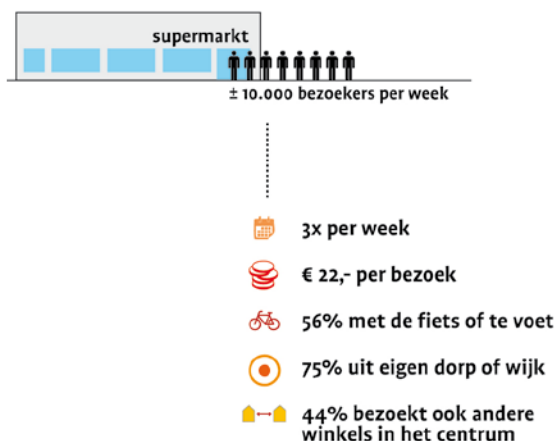
winkelcentrum en daarmee ook voor het niet-dagelijkse aanbod. Ze zorgen voor een dagelijkse stroom aan bezoekers. Een gemiddelde service-supermarkt van 1.200 m² trekt wekelijks zo'n 10.000 bezoekers, andere winkels kunnen hier van meeprofiten. Uit landelijk onderzoek van DTNP* blijkt dat het grootste deel van de supermarktbezoekers meerdere keren per week de supermarkt bezoekt. Circa 44% van de respondenten combineert supermarktbezoek met een of meer voorzieningen in het centrum.

* DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten.

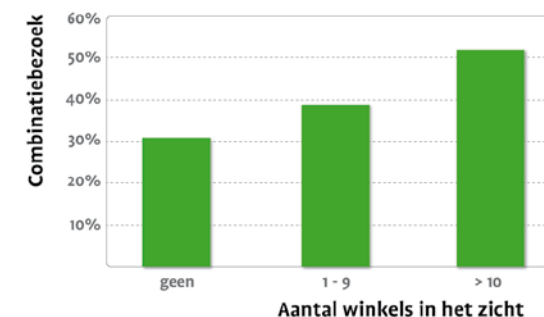
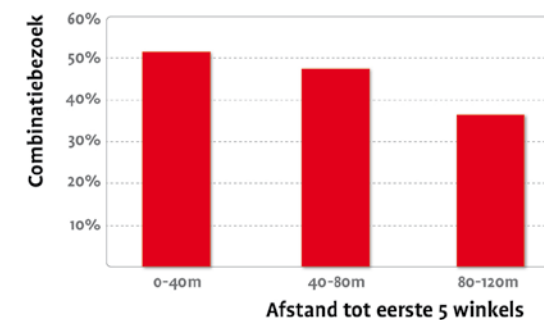
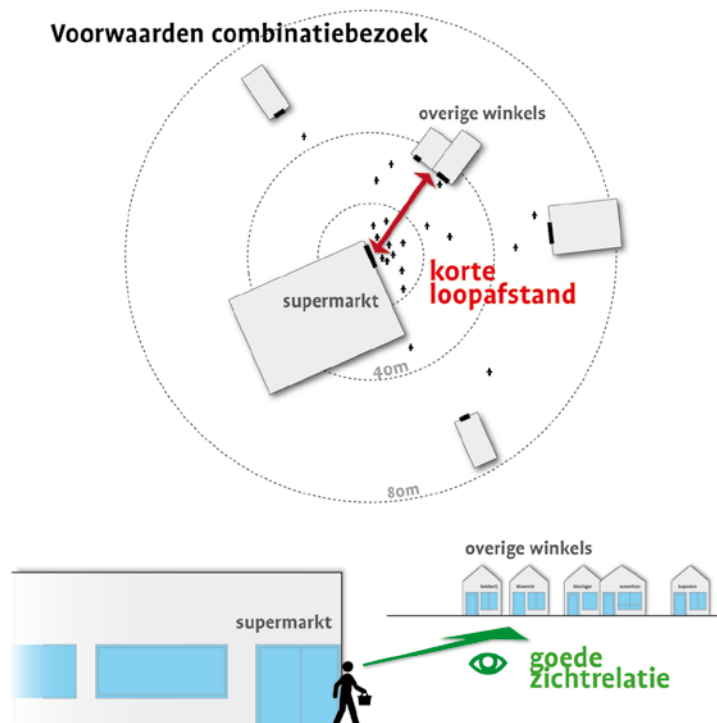


Supermarkten zijn de grootste publiekstrekkers

Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland



Voorwaarden combinatiebezoek



Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten

Het onderzoek toont verder aan dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate de supermarkt dichterbij andere winkels en voorzieningen ligt.

Dit structuurbepalende karakter van supermarkten wordt door de toenemende oriëntatie op internet alleen maar groter, zeker voor winkels in de niet-dagelijkse sector. Met de huidige coronacrisis, waarbij consumenten massaal via internet kopen (zowel voor boodschappen als andere artikelen), neemt dit belang alleen nog maar verder toe.



Supermarkten essentieel en structuurbepalend

1.4 Wetgeving

Dienstenrichtlijn

In recente jurisprudentie over de Europese Dienstenrichtlijn is nogmaals benadrukt dat het noodzakelijk is voor de gemeente om keuzes in ruimtelijke ordening goed te onderbouwen en te motiveren. Dit kan zowel met kwantitatieve als met kwalitatieve argumenten.

Een gebrekkige argumentatie van afwijking van beleid kan leiden tot precedentwerking, met vestiging van retailvoorzieningen buiten de gewenste structuur tot gevolg.

Ladder voor duurzame verstedelijking

Doel van de Ladder voor duurzame verstedelijking is een goede ruimtelijke ordening door een optimale benutting van de ruimte in stedelijke gebieden. Het Rijk wil met de introductie van de Ladder vraaggerichte programmering bevorderen. De Ladder beoogt een zorgvuldige afweging en transparante besluitvorming bij alle ruimtelijke en infrastructurele besluiten. De Ladder is een procesvereiste en is van toepassing op ieder bouwplan voor een nieuwe stedelijke ontwikkeling. Dit zorgt ervoor dat bij iedere nieuwe stedelijke ontwikkeling de Ladder doorlopen moet worden, en indien nodig moet

gemotiveerd worden waarom de ontwikkeling past binnen de Ladder voor duurzame verstedelijking.

Omgevingswet

‘Met de Omgevingswet wil de overheid de regels voor ruimtelijke ontwikkeling vereenvoudigen en samenvoegen. Zodat het straks bijvoorbeeld makkelijker is om bouwprojecten te starten. De Crisis- en herstelwet (Chw) maakt dit nu al mogelijk, bijvoorbeeld door bestaande regels aan te passen. Naar verwachting treedt de Omgevingswet op 1 januari 2022 in werking. De nieuwe wet zorgt voor een samenhangende aanpak van de leefomgeving, ruimte voor lokaal maatwerk en betere en snellere besluitvorming. Daarnaast wordt participatie bevorderd. Bijvoorbeeld door burgers en ondernemers zo goed mogelijk te betrekken bij de ontwikkeling van de leefomgeving.’*

Er moet voor gezorgd worden dat nieuwe ontwikkelingen aansluiten bij de omgevingswet. Dit vraagt een bewuste afweging wanneer en hoe burgers en andere betrokkenen te laten participeren bij besluiten en procesvorming.

* Rijksoverheid.nl (2020)



2 Feiten, cijfers en beleid

2.1 Structuur en koopstromen

Binnenstad: hoofdcentrum retailsectoren

Het centrum van Hengelo is het hoofdwinkelgebied van de gemeente. Dit is het centrum waar men elkaar ontmoet in de horeca, en een middagje gaat shoppen voor kleding en andere niet-dagelijkse producten. De boodschappenfunctie van het centrum is beperkt (alleen Albert Heijn in Thiemsbrug als grote supermarktvestiging). Er is een groot aanbod aan verschillende niet-dagelijkse winkels en met name het aanbod in de mode-branche is relatief sterk vertegenwoordigd. Daarnaast is het centrum ook met afstand de belangrijkste horecaconcentratie van de stad, met zowel dag-, avond- als nachthoreca. Belangrijke stads-/streekverzorgende leisu-refuncties (cultuur), zoals schouwburg, bioscoop en bibliotheek, zijn in het stadscentrum gevestigd. De leegstand in het centrum is aanzienlijk: ruim 15.200 m² (± 21% van het totale commerciële vloeroppervlak in het centrum), verdeeld over circa 80 panden. Op circa 13 leegstaande centrum panden zit een horecabestemming, met een totale omvang van circa 1.900 m² wvo. Dit is circa 8% van de totale leegstand in het centrum (zie bijlage 1 voor een overzicht van deze panden). In het rapport van Q&A* wordt het overschot aan winkelmeters in het centrum

* Q&A (2019), Wie kiest wordt gekozen.

onderschreven. Hierin staat dat er naar schatting een derde minder behoefte is aan winkelmeters in de binnenstad van Hengelo.

Positie winkelfunctie centrum onder druk

De koopkrachtbinding vanuit de gemeente Hengelo aan de eigen binnenstad is met 17% opvallend laag. In vergelijkbare steden is dit gemiddeld 28%** . Naast afvloeiing van niet-dagelijkse bestedingen naar internet en Enschede-Centrum is ook de lokale/interne kooporiëntatie op Plein Westermaat (grootschalige winkels met regulier aanbod) sterk. Voor boodschappen en frequente non-foodaankopen kan een inwoner bovendien ook in een nabijgelegen wijkwinkelen terecht.

Wijkcentra: complete boodschappencentra

Hengelo kent vijf wijkcentra***, met ieder primair een wijkverzorgende functie. Deze winkelgebieden functioneren relatief beter dan het hoofdcentrum van de stad. De wijkcentra worden voornamelijk bezocht voor dagelijkse en wekelijkse boodschappen en, in mindere mate, voor frequente niet-dagelijkse aankopen. Supermarkten

** I&O Research (2020) Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2019.

*** In deze retailanalyse worden winkelcentrum Esrein en de naastgelegen winkelstrip aan de Boekeloseweg-Industriestraat als één wijkcentrum "Hart van Zuid" gezien.



Centrum is horecacluster, (winkel)leegstand is groot



Moderne wijkcentra met sterk dagelijks aanbod



Plein Westermaat: regionale aantrekkingskracht

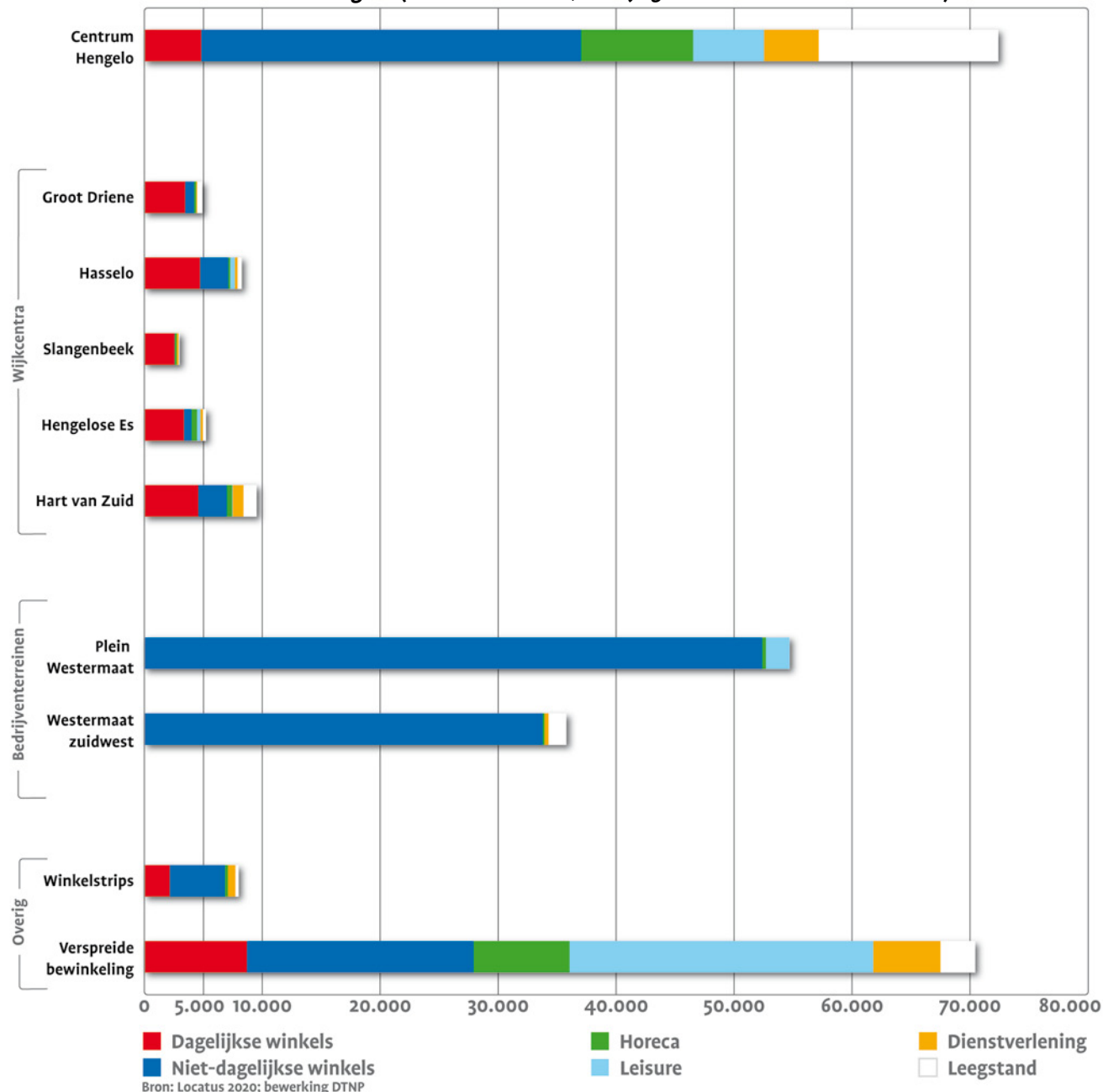
vormen het belangrijkste winkelaanbod in de wijkcentra. Het dagelijkse aanbod bestaat in de meeste wijkcentra verder uit minimaal één drogist, een bakkerij, en in sommige gevallen een slagerij of andere speciaalzaak. Voornamelijk in de wijkcentra Hasselo (o.a. Hema, Zeeman, Wibra en Ter Stal) en Hart van Zuid (o.a. Pets&Co, Jumper en Wibra) is er niet-dagelijks aanbod dat in het verlengde van de wekelijkse boodschappen kan worden meegenomen (boodschappen+-aanbod). In de Hengelose wijkcentra heeft de horeca een ondersteunend wijkverzorgend karakter (o.a. lunch, fastfood en afhaal). De leegstand in de wijkcentra is overal beperkt. In de Industriestraat, onderdeel van Hart van Zuid, is wel enige leegstand.

Ruim de helft van alle dagelijkse bestedingen binnen de gemeente komt in de wijkcentra terecht*. Hasselo ontvangt met 16% van het totaal het grootste aandeel. In totaal komt 90% van de dagelijkse bestedingen terecht binnen de gemeente (binnenstad, wijkcentra, solitaire supermarkten), dit is redelijk vergelijkbaar met benchmark-gemeenten.

PDV/GDV Plein Westermaat: veel winkelmeters

Plein Westermaat is een van de aangewezen landelijke GDV-locaties. Hier zijn enkele grote publiekstrekkingen in volumineuze branches gevestigd (Ikea, Bauhaus en Praxis), maar ook winkels die gangbaar zijn in hoofdcentra van steden

Retailstructuur Hengelo (aanbod in m² vwo ; zie bijlage 2 voor definities van sectoren)



(Intersport, The Athlete's Foot, Bever en Media-markt). In meters is dit het grootste winkelgebied in de gemeente. In aantal komt het bij lange na niet in de buurt van de binnenstad. Naast winkels zijn er drie horecavestigingen, die gericht zijn op de snelle hap voor het winkelende publiek, en is er een groot fitnesscentrum. Plein Westermaat is het belangrijkste cluster met regionale aantrekkingskracht met groot-schalige winkels voor doelgerichte aankopen. Circa 76% van de bestedingen op Plein Westermaat komt van buiten Hengelo en circa 7% van de totale bestedingen komt uit Duitsland.

PDV op bedrijventerrein Westermaat-Zuidwest

Tussen de binnenstad en Plein Westermaat ligt bedrijventerrein Westermaat-Zuidwest. Hier zijn, o.a. langs de doorgaande weg, diverse winkels in volumineuze branches gevestigd (Gamma, keukenzaken en verfwinkels). Er is enige leegstand. Naast reguliere bedrijven zijn er weinig andere retailfuncties.

Overige winkel-/voorzieningenclusters

Naast wijkcentra beschikt Hengelo over meerdere buurtstrips (o.a. Mozartlaan) en stadsstraten met een kralensnoer aan functies (o.a. Oldenzaalsestraat en Oelerweg). Het aanbod in deze straten is voornamelijk op de omliggende buurt gericht en bestaat veelal uit een (zelfstandige) supermarkt met een enkele overig-dagelijkse aanbieder, en soms een lokale modezaak of een snackbar.

De relevantie als winkelgebied voor de omgeving neemt, door toenemende oriëntatie op het wijkwinkelcentrum, af. De leegstand in de winkelstrips is momenteel echter beperkt. Wel is een verschuiving in functies waarneembaar: er is een afname van kwaliteitwinkels en een toename van goedkope afhaalfuncties.

Verspreide bewinkeling en retailfuncties

Verspreid door Hengelo zijn relatief veel winkelmeters te vinden. Er zijn negen supermarkten gevestigd buiten de wijkstructuur (waarvan acht van een grote keten). Deze supermarkten liggen solitair of zijn onderdeel van de (voormalige) buurtstrips. In totaal is circa 8.800 m² supermarktoppervlakte buiten de gangbare winkelstructuur gevestigd, dit is 35% van het totale supermarktaanbod*.

In voormalige winkelstrips en in het verlengde van concentraties in de stadsstraten is een diffuus, voornamelijk niet-dagelijks retailaanbod gevestigd. Verder zijn op bedrijventerrein Timmersveld een kringloopwinkel en enkele woninginrichtingszaken gevestigd. Daarnaast zijn er meerdere bouwmarkten verspreid in de gemeente gelegen. Ook een aantal grote fitnesscentra zijn solitair

* Zie bijlage 3 voor een overzichtkaart van supermarkten in Hengelo.

gevestigd. Het horeca-aanbod bestaat voornamelijk uit afhaalgelegenheden.

Beckum

Het retailaanbod in de dorpskern Beckum bestaat uit drie horecagelegenheden, waarvan twee zeer groot en gericht op het organiseren van grote feesten en partijen. In het dorp zijn geen winkels (meer).



Verspreid gelegen leisure-aanbod



Lage lokale binding aan niet-dagelijkse winkels

2.2 Aanbodspreading en -ontwikkeling per sector

Spreiding winkels

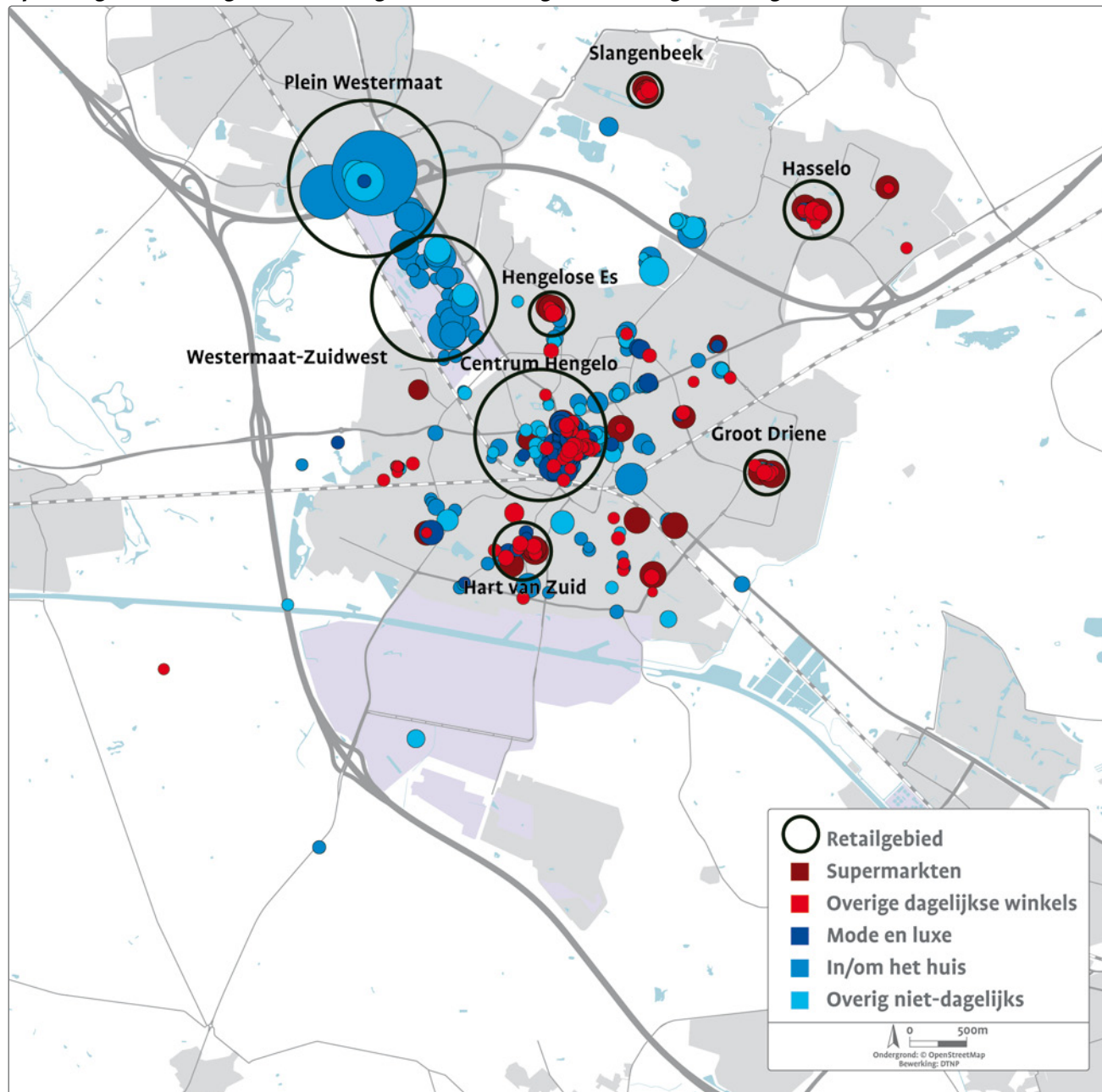
De winkelstructuur in Hengelo kenmerkt zich door een centrum met recreatief (mode)aanbod, wijkcentra met dagelijks aanbod en twee PDV-locaties met doelgericht aanbod. Daarnaast valt op dat er een aanzienlijk aantal solitaire supermarkten te vinden is buiten deze hoofdstructuur (zie bijlage 3). Overig verspreid aanbod concentreert zich rond de voormalige winkelstrips aan de uitvalswegen, hier gaat het veelal om niet-dagelijkse winkels. Daarnaast is er verspreid gelegen nog enig niet-dagelijks aanbod te vinden. Het gaat hier deels om bouwmarkten.

In Beckum is sinds het sluiten van de lokale bakker geen winkelaanbod meer te vinden.



Verspreid aanbod in voormalige winkelstrips

Spreiding winkels in gemeente Hengelo, voorzieningen en retailgebieden geschaald naar m² wvo



Ontwikkeling winkelaanbod

Als gekeken wordt naar de ontwikkeling van het winkelaanbod tussen 2010 en 2020 valt op dat het totale aanbod sterk is afgenomen (vooral door de opkomst van internet als aankoopkanaal).

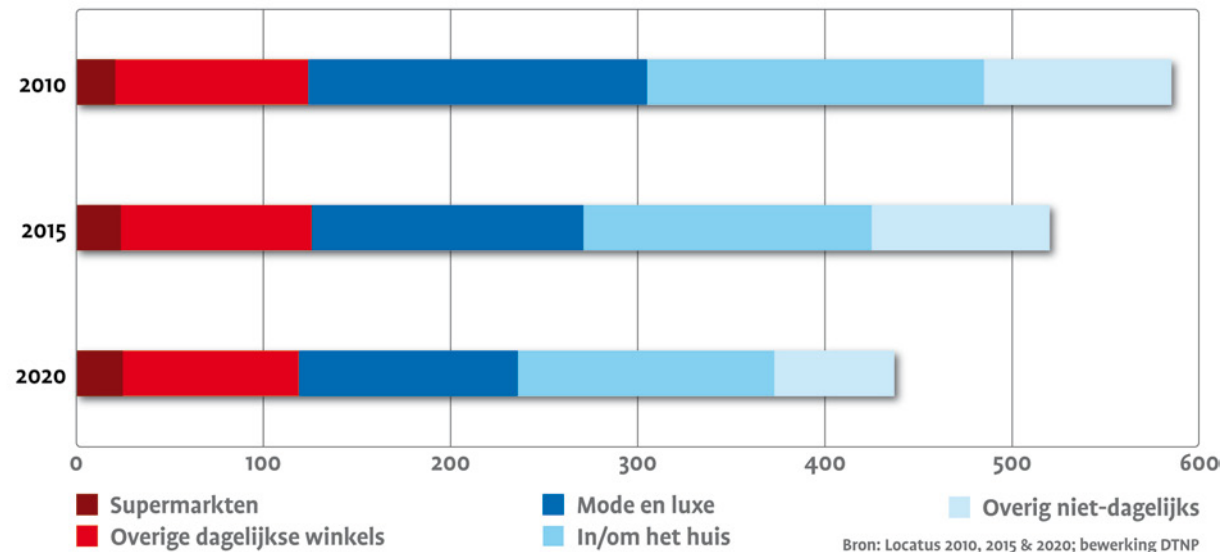
Het dagelijks aanbod is min of meer gelijk gebleven, zowel in het centrum als in de gemeente als geheel. Het aantal supermarktmeters is echter wel gestegen (zie bijlage 3). Het aanbod in mode en luxe is sterk afgenomen. De grootste daling is te zien in het centrum, dat ook het belangrijkste cluster is van modewinkels. Door het grote aandeel modewinkels is het centrum, als gevolg van veranderend aankoopgedrag van de consument, extra kwetsbaar voor leegstand.

Duidelijk is dat de gehele niet-dagelijkse sector in aantal winkels is afgenomen (ook in sector in/om het huis). De afname van het aantal winkels in de binnenstad laat wederom zien dat het economisch functioneren hier onder druk staat (zie bijlage 4 voor m² wvo).

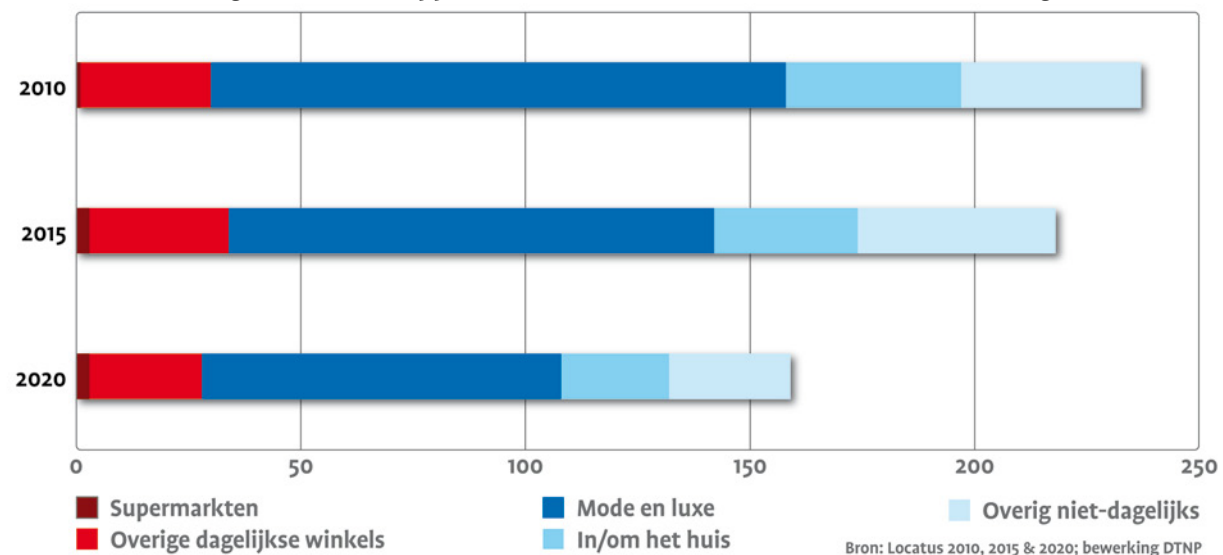


Sterke afname modewinkels in centrum Hengelo

Ontwikkeling aantal verkooppunten detailhandel 2010-2015-2020 gemeente Hengelo



Ontwikkeling aantal verkooppunten detailhandel 2010-2015-2020 centrum Hengelo



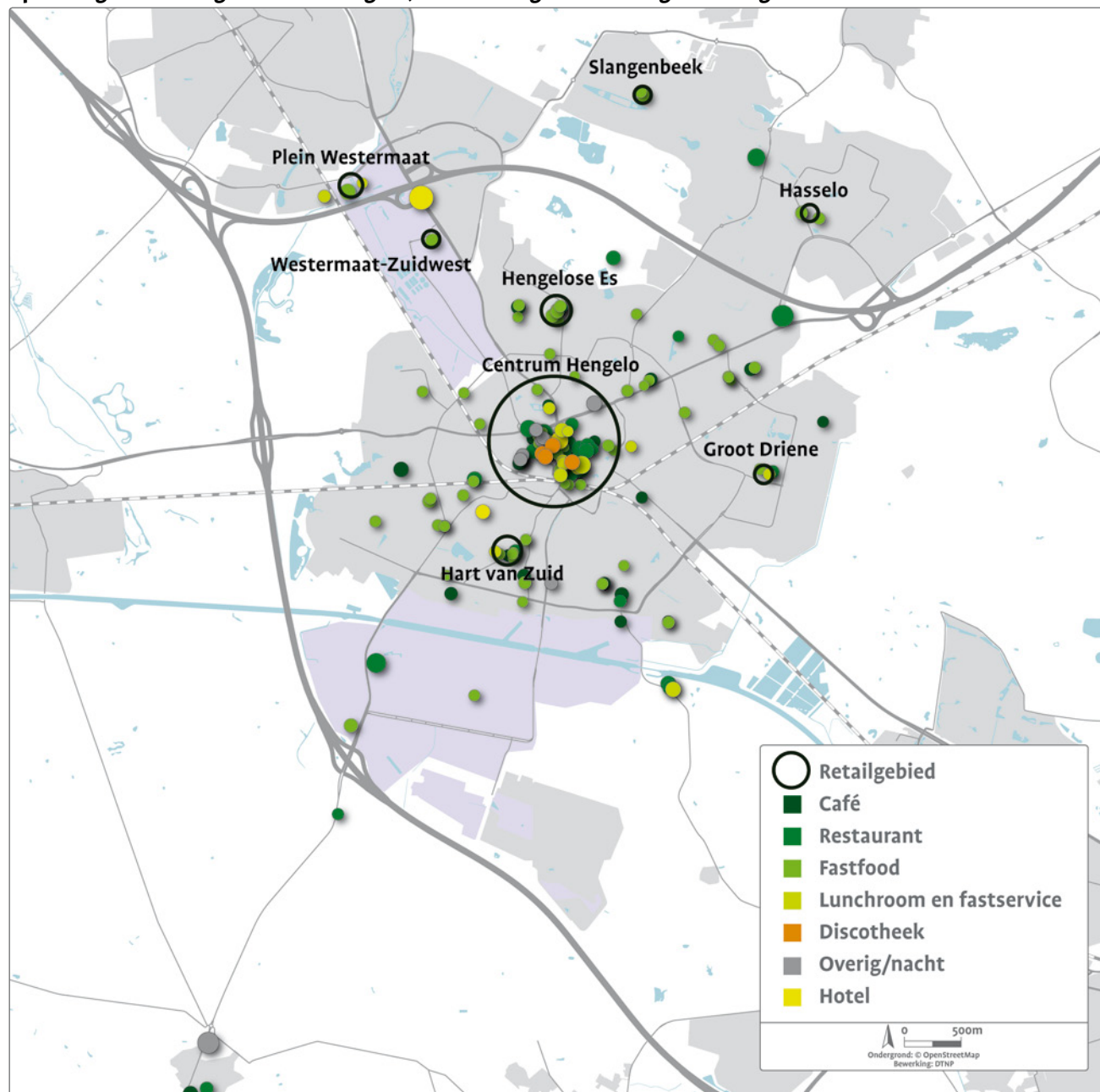
Spreiding horeca

Het horeca-aanbod heeft een overduidelijk zwaartepunt in het centrum. Hier zit zowel dag- als avondhoreca, en is het uitgaansgebied van Hengelo te vinden. Het overig aanbod bestaat veelal uit aanvullende horeca in de wijkcentra en nabij locaties voor doelgerichte aankopen. Buiten de gangbare structuur is verspreid nog behoorlijk wat aanbod te vinden. Het gaat hier voornamelijk om snackbars en afhaalvoorzieningen. Net als bij detailhandel concentreert een deel van het verspreide horeca-aanbod zich langs de voormalige winkelstrips, o.a. aan de Emmaweg, waar meerdere coffeeshops bij elkaar gevestigd zijn. In de na-oorlogse uitbreidingswijken is het horeca-aanbod beperkt. In oudere straten en buurten, zoals aan de Oldenzaalsestraat, is van oudsher al meer horeca en zijn nog steeds enkele cafés, maar inmiddels vooral afhaalhoreca (laagwaardige fastfood) te vinden. Er zijn verder enkele grote feestzalen gevestigd, o.a. in Beckum.



Burgemeester Jansenplein nadruk als hét horecaplein

Spreiding horeca in gemeente Hengelo, voorzieningen en retailgebieden geschaald naar m² wvo



Ontwikkeling horeca-aanbod

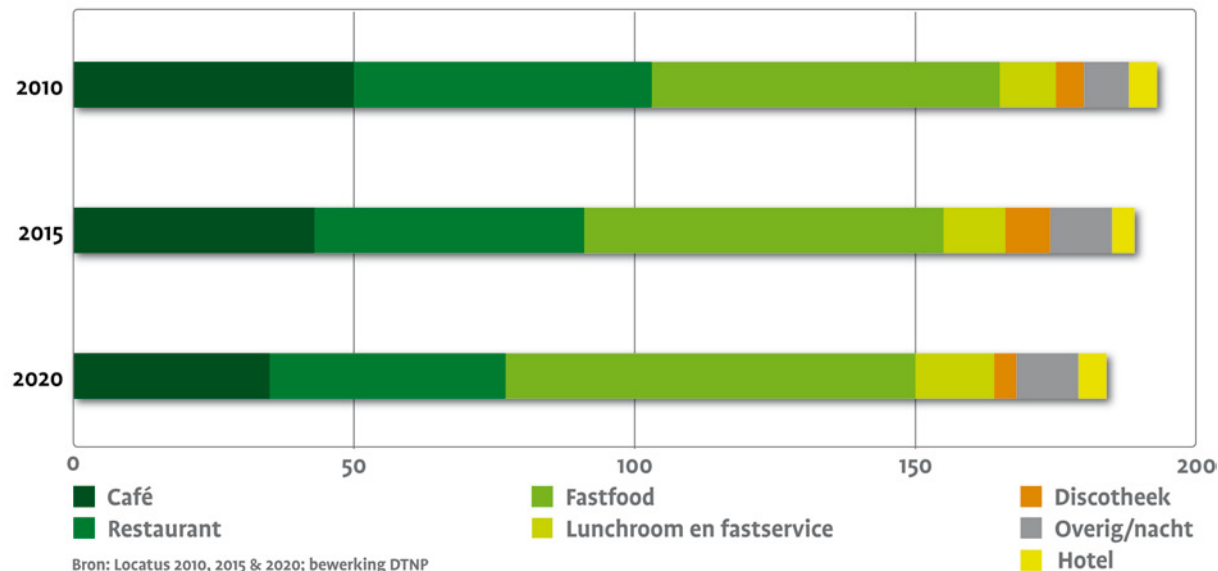
Het aantal vierkante meters horeca is circa 20.000, circa de helft hiervan, ± 9.500 m², ligt in het centrum (zie bijlage 5 voor specificatie van horecameters). In de ontwikkeling van het horeca-aanbod in de gemeente valt op dat het aantal horecavestigingen gestaag is gedaald, voornamelijk in het centrum.

In het centrum is een kleine afname van de horeca te zien. Dit komt vooral doordat de rol van het traditionele café is afgenomen en enkele van deze panden een andere functie hebben gekregen (zie bijlage 6). Daarnaast zijn sommige cafés getransformeerd naar café-restaurant. Ook het aantal discotheeken is afgenomen (o.a. door functiewijziging naar café). De snelle hap (fastfood, lunchroom en fastservice) is juist prominenter aanwezig, mede door het steeds drukere bestaan met werk, hobby's en sociale contacten. Naast de gangbare horeca is een toename te zien in het aantal airbnb's, tot meer dan 20 aanbieders in Hengelo in 2020.

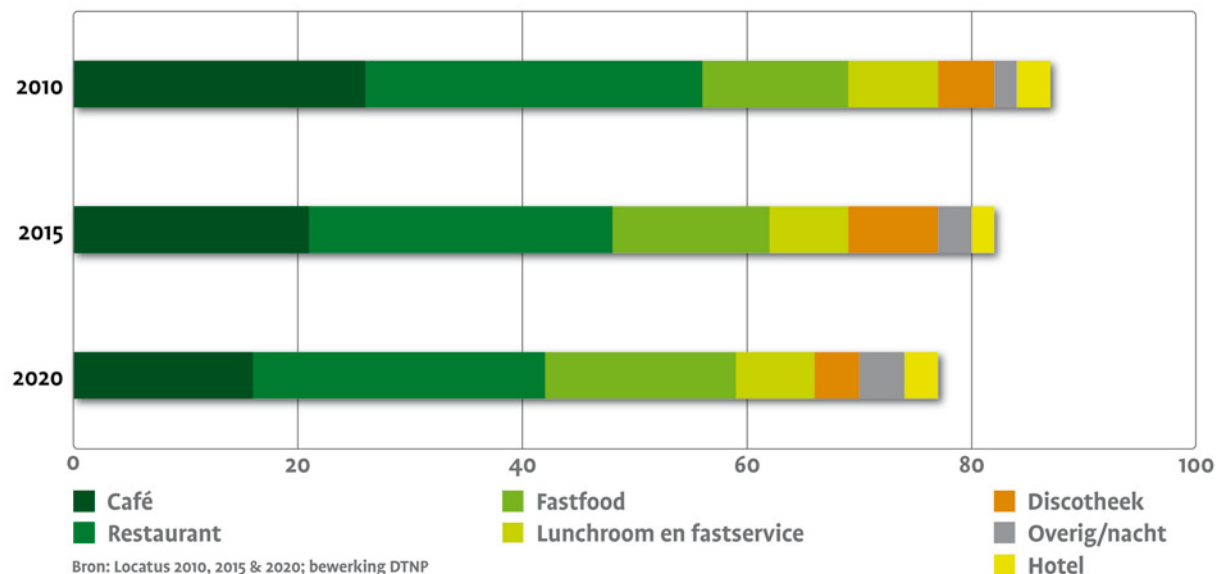


Minder traditionele cafés, vaker een snelle hap en op terras
20 van 48

Ontwikkeling aantal verkooppunten horeca 2010-2015-2020 gemeente Hengelo



Ontwikkeling aantal verkooppunten horeca 2010-2015-2020 centrum Hengelo



Spreiding leisure

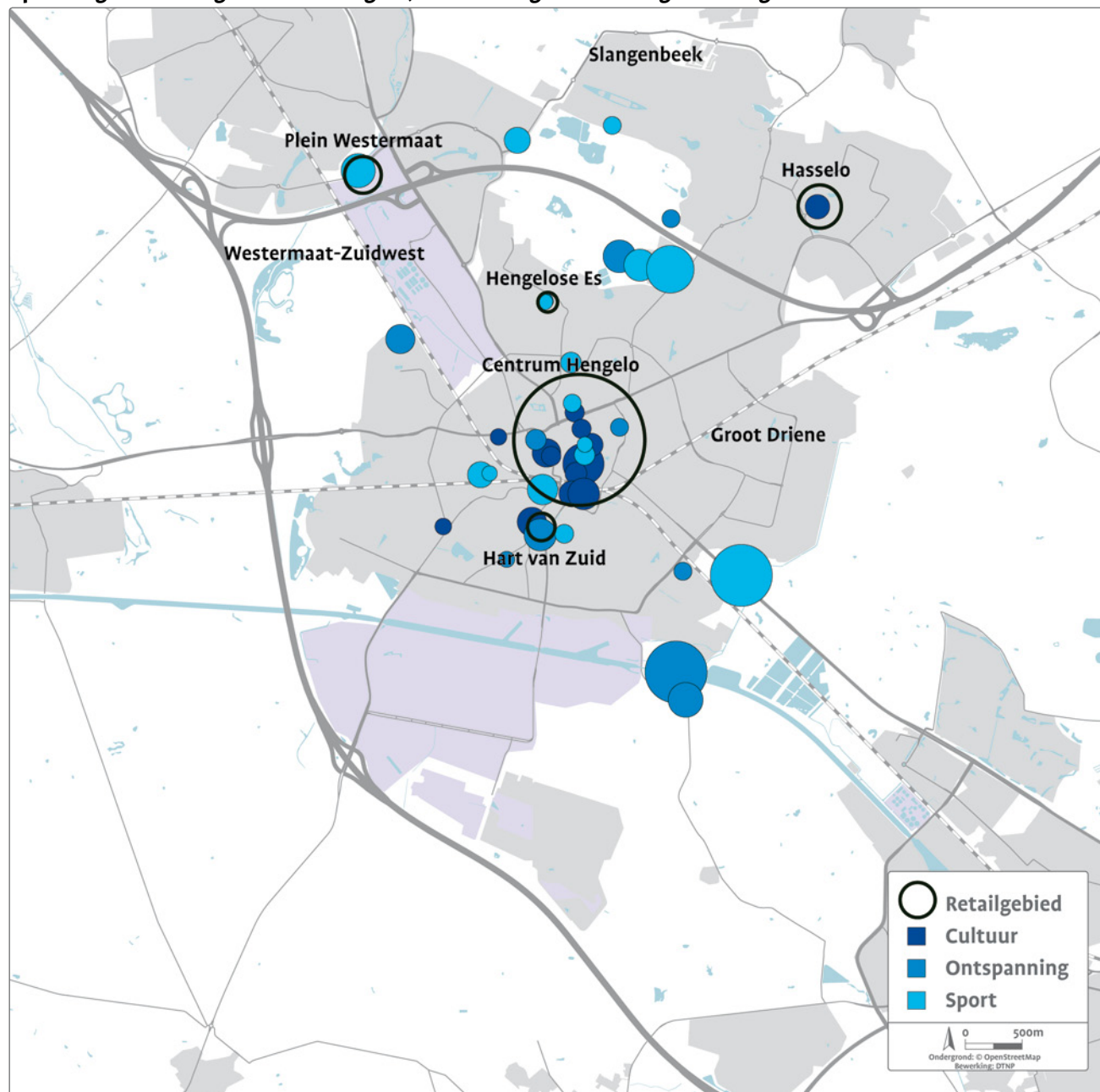
Uit de structuur van het leisure-aanbod in de gemeente Hengelo komt duidelijk naar voren dat het gros van het aanbod is geconcentreerd in het centrum (zie bijlage 5 voor vierkante meters leisure-aanbod en bijlage 7 voor een overzicht van alle leisurevestigingen). Het cultuuraanbod met een bibliotheek, bioscoop en schouwburg als belangrijke publiekstrekkers is voornamelijk te vinden in het centrum van Hengelo. Poppodium Metropool, eveneens een 'cultuurparel', bevindt zich aan de zuidzijde van het station (Hart van Zuid).

Het bedrijfsmatige sportaanbod heeft geen duidelijk concentratiegebied. Veel sportscholen zijn verspreid en solitair gelegen in de gemeente. Met attractiepark de Waarbeek, zwembaden, lasergame en trampoli-nehel JumpXL zijn er ook enkele grote ontspanningsfaciliteiten te vinden buiten de structuur. In het centrum van Hengelo bestaat het ontspanningsaanbod o.a. uit schoonheidssalons en zonnebanken.



Cultuuraanbod geconcentreerd in centrum Hengelo

Spreiding leisure in gemeente Hengelo, voorzieningen en retailgebieden geschaald naar m² wvo



Ontwikkeling leisure-aanbod

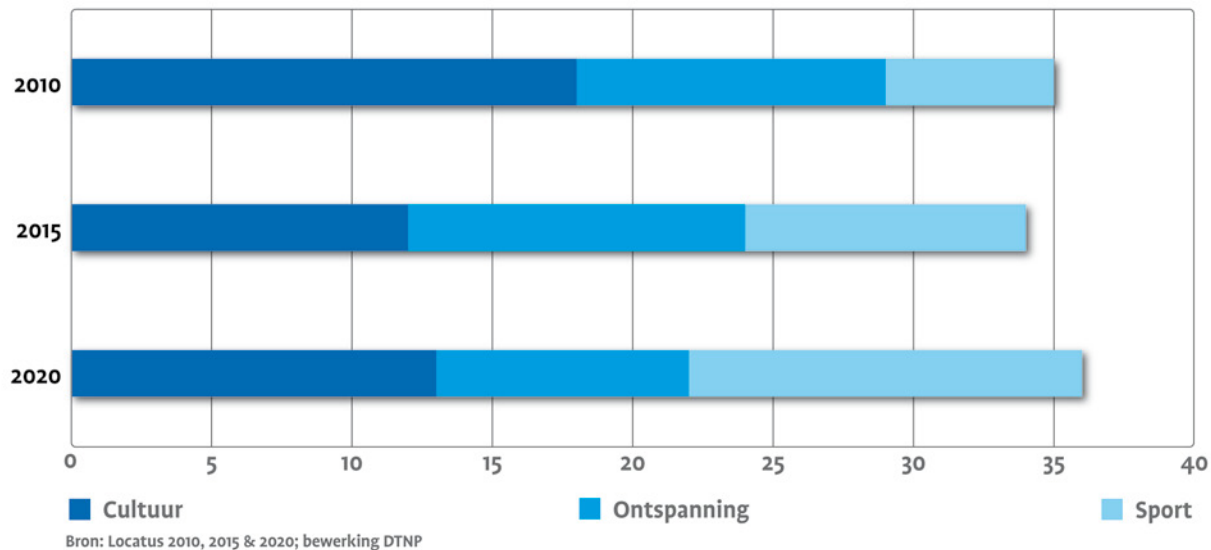
In tegenstelling tot het winkel- en horeca-aanbod laat het leisure-aanbod geen afname zien van het aantal vestigingen. In het centrum van Hengelo is er echter wel een sterke afname van het totale aanbod in de periode 2010-2015.

Dit verschil met de gemeente als geheel is te verklaren doordat het cultuuraanbod voornamelijk in het centrum zit en juist deze sector het zwaar te verduren heeft gehad. Ook het aantal vestigingen in de ontspanningssector is in het centrum sterk afgenomen. De enige sector die juist sterk is gegroeid is sport, en dan met name het aantal fitnesscentra. De sportscholen zijn snel in populariteit toegenomen en zijn relatief groot van omvang. Ze zoeken een goedkope ruimte. Mede daarom is het aantal solitair gelegen sportscholen snel toegenomen.

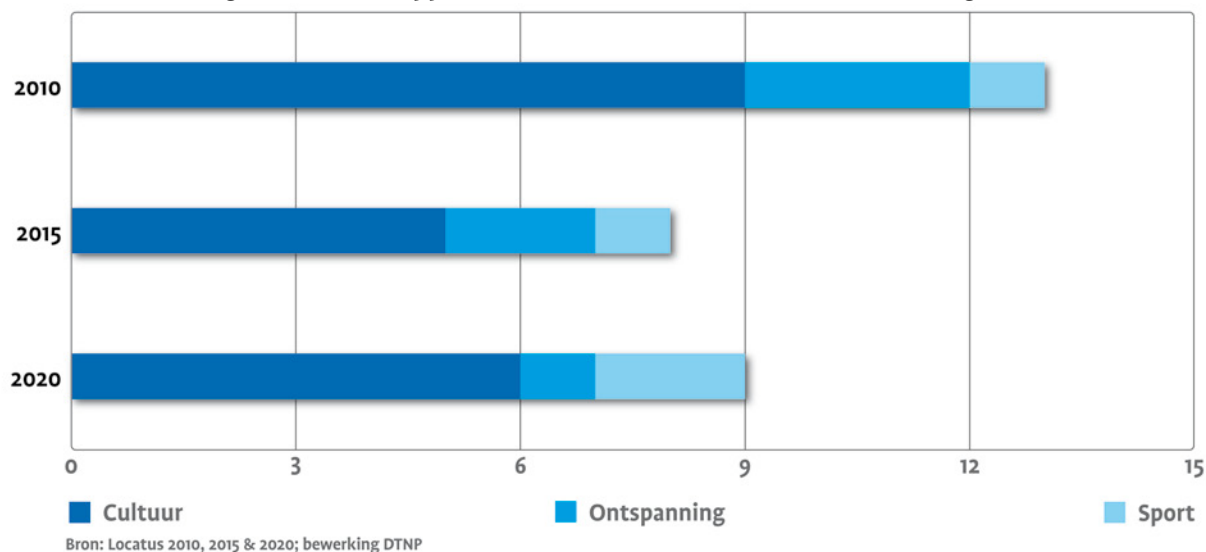


Aantal sportscholen explosief gestegen

Ontwikkeling aantal verkooppunten leisure 2010-2015-2020 gemeente Hengelo



Ontwikkeling aantal verkooppunten leisure 2010-2015-2020 centrum Hengelo



2.3 Vigerend beleid

Detailhandelsstructuurvisie 2006-2016

De detailhandelsvisie van de gemeente stamt uit 2006 en is in 2012 geactualiseerd*. Hierin staat dat recreatief winkelen gekoppeld is aan de binnenstad, dagelijks winkelen aan de wijk-/ buurtcentra en doelgericht winkelen aan de perifere locaties. Om de recreatieve functie van de binnenstad te waarborgen worden recreatieve detailhandelsvestigingen op perifere locaties niet toegestaan. Aan nieuwvestiging van solitaire supermarkten wordt geen planmatige medewerking verleend.

De binnenstad wordt gezien als het belangrijkste recreatieve winkelgebied van Hengelo, waar mensen langer gaan verblijven. Voor de levensdigheid zijn functies als cultuur en wonen van belang. Het kernwinkelgebied moet niet verder uitbreiden, zodat het compact blijft. In het centrum wordt ingezet op meer grotere winkels en een kwalitatief sterker winkelaanbod. Recreatief winkelen is hier het hoofddoel. De aanloopstraten bieden ruimte voor een mix van winkels, horeca en dienstverlening. Deze gebieden komen voor transformatie in aanmerking.

* Detailhandelsvisie Hengelo 2006 - 2016. Geactualiseerde beleidsvisie 2012.

Om het voorzieningenniveau in de wijken op peil te houden wordt een ondersteunende structuur van een beperkt aantal wijkcentra met een compleet boodschappenaanbod en een evenwichtig spreiding over de stad nagestreefd. In de visie zijn Slangenbeek, Hasselo, Hengelse Es, Groot Driene, Lange Wemen en Esrein als (toekomstige) wijkcentra aangeduid**.

Nieuwe solitaire supermarkten worden niet toegestaan. Op perspectiefarme (buurt)winkelconcentraties wordt wijziging naar andere functies toegestaan.

De clusters Plein Westermaat en Westermaat-Zuidwest zijn aangewezen voor winkels voor gerichte non-food- aankopen. Clustering van PDV is daarbuiten niet wenselijk. Functies die met name bij het recreatief winkelen horen, worden niet toegestaan op PDV-clusters; reguliere detailhandelsvestigingen zijn hier dus niet gewenst.

** In deze retailanalyse zal genoemde wijkstructuur grotendeels worden aangehouden, met de volgende uitzonderingen: het gebied Lange Wemen (winkelassage Thiemsbrug) wordt in de analyse als onderdeel (deelgebied) van de binnenstad meegenomen. Daarnaast worden winkelcentrum Esrein en de naastgelegen winkelstrip aan de Boekeloseweg-Industriestraat als één wijkcentrum "Hart van Zuid" gezien.

Horecavisie

De horecavisie van de gemeente Hengelo is in 2016 opgesteld. Hierin wordt gestuurd op versterking van horeca in het centrum***. Nieuwe ontwikkelingen buiten het centrum zijn dan ook niet wenselijk, tenzij het een bijzonder concept en/of plek betreft (o.a. monumentaal pand of aan het water). Vanwege de beperkte uitbreidingsmogelijkheden wordt er voor gekozen nieuwe ontwikkelingen een aanvulling te laten zijn voor een toekomstbestendige binnenstad. Om dit te bereiken is de westflank aangewezen als het uitgaansgebied van Hengelo, hier is avond- en nachthoreca geclusterd. Door het ontwikkelen van een horecaplein aan het Burgemeester Jansenplein ontstaat een overgangsbied tussen het uitgaansgebied en het kernwinkelgebied. Met deze ontwikkeling is reeds gestart. In het kernwinkelgebied moet horeca een toevoeging zijn op de overige functies in dit deel. Nieuwe mengvormen worden gestimuleerd. Winkelondersteunende horeca ligt bij voorkeur verspreid over het kernwinkelgebied. Om het centrum en de westflank te versterken wordt uitbreiding van het aanbod in de oostflank voorkomen.

*** Horecavisie Hengelo 2016 (2017).

In de wijken wordt gestreefd naar een aanbod dat passend is bij de verzorgingsfunctie, dit geldt ook voor het aanbod op Plein Westermaat. Uitbreiding van horeca in de wijken is niet of beperkt mogelijk. Een uitzondering wordt gemaakt voor horeca in bijzondere gebouwen of op bijzondere locaties (zoals industrieel erfgoed in Hart van Zuid).

Nota VTE 2011-2021

In de Nota Vrijtijds economie Hengelo 2011 - 2021* is het doel opgesteld om inwoners en bezoekers vaker en langer aan Hengelo te binden. Middels een beeld dat bij Hengelo past, het DNA van Hengelo, waarbij o.a. ingezet wordt op het industriële verleden van de stad en op kunst, cultuur en architectuur, wordt geprobeerd dit doel te bereiken. Er zijn drie gebieden onderscheiden:

- De binnenstad, met als thema recreatief winkelen/uitgaan. De schouwburg, bioscoop en bibliotheek moeten goed zichtbaar zijn;
- Centrum Zuid (o.a. Hart van Zuid), met als thema industrieel erfgoed, kunst, cultuur en architectuur;
- De Stadsranden & Weusthag, waar wordt ingezet op de groene omgeving.

* Nota Vrijtijds economie Hengelo 2011 - 2021.

Ingezette koers Hengelo

Begin 2020 heeft het college de horizon naar 2040 geschetst: 'Samen werken aan een sterke economie, samen leven in een aantrekkelijke stad'. Via de Kadernota 2021-2024 heeft ook de gemeenteraad deze vastgesteld. De strategie van Hengelo richt zich enerzijds op versterking van de sociaaleconomische ontwikkeling en structuur, met een focus op hightech (maak), en anderzijds op een aantrekkelijk woon- en leefklimaat voor kenniswerkers, creatieve werkers, jongeren en vakmensen. Met deze strategie wil Hengelo haar internationale concurrentiepositie als onderdeel van de stedelijke regio versterken en stimuleert ze de groei van de (beroeps) bevolking en de daarmee samenhangende woningvraag.

Om tot een toptechnologische regio te behoren is het van belang om de werklocaties die daaraan een bijdrage leveren te laten floreren en het juiste woonmilieu te bieden voor het aantrekken en binden van talent aan de stad en de regio. Aanvullend focust Hengelo zich op het creëren van een bruisende stad met een aantrekkelijk (hoog)stedelijk woonmilieu in de stationsomgeving. De stationsomgeving biedt ruimte aan eigentijds en toekomstgericht wonen, werken, leren én ontmoeten en levert daarmee een belangrijke bijdrage aan de

toptechnologische regio. Hierbij is een aantrekkelijke binnenstad en de aanwezigheid van een hoogwaardig voorzieningenniveau doorslaggevend: sport, cultuur, uitgaan, ontspanning, groen, onderwijs en winkelen.

Ingezette koers binnenstad

Middels het Integraal Actieplan voor een Vitale Hengelose Binnenstad 2017 - 2021** is ingezet op een vitale binnenstad met een Hengeloos karakter, waar bezoekers graag komen en waar inwoners en ondernemers trots op zijn, met een onderscheidend en divers aanbod. Om dit te bereiken zijn zeven keuzes opgesteld:

- bezoeker en consument centraal;
- een compact, herkenbaar stadshart en aanloopstraten met onderscheidend karakter;
- een bruisende binnenstad;
- een bereikbare binnenstad;
- een groene, duurzame en klimaatactieve binnenstad;
- bevorderen ondernemerschap;
- benutten van het Hengelose karakter.

Op basis van het integraal actieplan voor een vitale binnenstad en de gebiedsprofilenkaart is in 2020 het 'Handboek aantrekkelijke binnen-

** Integraal Actieplan voor een Vitale Hengelose Binnenstad 2017 - 2021.

stad' door college en gemeenteraad vastgesteld. Hierin worden de ruimtelijke kaders voor het compacter en aantrekkelijker maken van de binnenstad nader uitgewerkt. Het handboek wordt als leidraad en toetsingskader gebruikt voor ruimtelijke initiatieven om gebieden te transformeren naar de gewenste kwaliteit.

Ingezette koers Hart van Zuid

In Hart van Zuid, ten zuiden van het station, wordt een nieuw stadsdeel ontwikkeld om te wonen, leren, werken en ontmoeten. De eerste helft van deze gebiedsontwikkeling is voltooid, waarbij een solide basis is gelegd met o.a. infrastructuur, de vestiging van het ROC, poppodium Metropool en het winkelcentrum*. In de tweede helft worden circa 1.000 woningen toegevoegd met een stedelijk karakter dat uniek en onderscheidend is. Het industriële verleden geeft het gebied een eigen identiteit en het doel is om de programmering dusdanig te laten zijn dat het aansluit bij de doelgroep 'urban creators'. Ook commerciële functies zijn een programmatisch onderdeel van dit milieu. Het ondersteunende commerciële programma is complementair aan de binnenstad.

* Hart van Zuid, klaar voor de tweede helft. Handelingsperspectief (2019).

Bestemmingsplannen/plancapaciteit

De gemeente is bezig met het in kaart brengen en actualiseren van de bestemmingsplannen. De eerste stap die gezet is, is de inventarisatie van alle planologische mogelijkheden in vigerende bestemmingsplannen. Een overzichtskaart is opgenomen in bijlage 1. Hieruit blijkt dat er (niet ingevulde) planologische detailhandelsmogelijkheden zijn op locaties die niet aansluiten bij de gewenste ontwikkeling van de aanbodsstructuur. Het gaat dan voornamelijk om panden in de (voormalige) winkelstrips en in de buurtcentra. Daarnaast is er verspreid door de hele gemeente op specifieke locaties binnen de bestemmingsplannen ruimte voor detailhandel. Op grote delen van het verstedelijkte gebied, waaronder de bedrijventerreinen in Zuid, is detailhandel in auto's, boten en caravans (ABC-goederen) toegestaan.

Ambitie en opgave woningbouw

Door bureau Tellers en Benoemers is recent de Hengelse woningmarkt in kaart gebracht**. Tellers en Benoemers constateert dat Hengelo op een kantelpunt staat. Door goed in te spelen op de behoeftes van doelgroepen die nu nog onvoldoende worden bediend kan een stap

** Tellers en Benoemers (2020), Ontwikkelingsperspectief Hart van Zuid & Hart van de Stad Hengelo.



Hart van Zuid: basis is gelegd met o.a. Metropool ..



.. en wijkwinkelcentrum Esrein

worden gemaakt naar een volgende stedelijkheidsklasse. Wordt die keuze niet gemaakt, dan is de kans groot dat als gevolg van vergrijzing op termijn krimp zal optreden.

Indien de gemeente goed inspeelt op de behoefte van doelgroepen die ondervertegenwoordigd zijn in Hengelo, is er een grote kans dat Hengelo in de komende 10 jaar nog met circa 2.400 huishoudens groeit. Om effecten van vertraging en planuitval op te vangen wordt ingezet op een programma van minimaal 3.000 woningen. In de (ontwerp-)woonagenda is ruimte gecreëerd voor een groter woningbouwprogramma in de periode 2021-2030.

De provincie Overijssel in het ambitiedocument wonen becijferd dat er in Overijssel 60.000 nieuwe woningen nodig zijn. Bij dit aantal wordt ook gekeken naar de effecten van de uitdijende Randstad en wordt gerekend met een hogere instroom van buiten de regio. Vertaald naar de situatie van Hengelo zou dat neerkomen op een extra opgave van circa 1.500 woningen. Deze opgave van 1.500 woningen komt bovenop het programma van 3.000. Of dit gehaald wordt is sterk afhankelijk van de mate waarin de extra instroom zich ook daadwerkelijk manifesteert, maar de gemeente Hengelo spreekt deze ambitie van 4.500 woningen wel uit.

Het onderzoek van Tellers en Benoemers noemt de 'urban creator' als belangrijke doelgroep voor Hengelo en specifiek Hart van Zuid. Deze doelgroep bestaat uit hoogopgeleide jongeren die op zoek zijn naar een dynamische woonomgeving en betaalbare woningen. Het binden van deze doelgroep sluit aan bij de visie en strategie van de gemeente en regio om talent te binden en te behouden voor de regio. Daarnaast wordt geconstateerd dat de vergrijzing in Hengelo een toename vraagt van woningen die geschikt zijn van de 60-plusser. Tellers en Benoemers geeft aan dat voor dezer doelgroep met name ontwikkelingen rond het centrum interessant kunnen zijn, mede vanwege de nabijheid van voorzieningen.

Vertaald naar de kwantitatieve opgave betekent dit dat gemeente Hengelo de komende 10 jaar inzet op circa 650 woningen in de binnenstad, circa 1.050 woningen in Hart van Zuid en circa 1.300 woningen in overig Hengelo. Dit geeft een stevige impuls aan het draagvlak voor voorzieningen. Een deel van het programma wordt ingezet om slecht lopende winkelstrips te transformeren naar wonen en daarmee leegstand tegen te gaan.

Overzicht ruimtelijke doelen per retailsector

- Detailhandel: binnenstad als recreatieve aankooplocatie, wijkcentra voor dagelijkse aankopen en PDV-locaties voor doelgerichte aankopen;
- Horeca: prioriteit voor nieuwe ontwikkelingen ligt in de binnenstad. Daarnaast zijn ontwikkelingen mogelijk in bijzondere gebouwen of op bijzondere locaties. In wijkcentra en PDV-locaties alleen passend bij verzorgingsfunctie;
- Leisure: binnenstad als recreatief gebied, Hart van Zuid als cultureel gebied met een industrieel karakter (uitstraling), stadsranden voor groene vrije tijd.



Woningbouwprogramma: 3.000+ woningen in 10 jaar



3 SWOT-analyse

3.1 SWOT-analyse detailhandel

Sterk:

- Sterke basisstructuur met een (nog steeds) uitgebreid aanbod in het centrum, een goede spreiding van wijkcentra en enkele goed functionerende PDV-locaties.
- Moderne wijkcentra met weinig leegstand en een sterke boodschappenfunctie.
- Groot en regionaal uniek aanbod op Plein Westermaat.
- Het centrum is een mix van grote winkelketens en lokale ondernemers (couleur locale).
- Hengelo heeft relatief veel vierkante meters winkelvloeroppervlak per inwoner, namelijk circa 2,3 m² per inwoner. In Enschede is dit 2,1 m², in Almelo 2 m² en in steden als Deventer en Emmen ligt dit cijfer zelfs onder de 2 m² per inwoner*. Dit komt voornamelijk door het lokaaloverstijgende grootschalige aanbod op Plein Westermaat.

Zwak:

- In de winkelplinten aan de voormalige winkelstraten is relatief veel verspreid aanbod te vinden. Dit doet afbreuk aan de sterke basisstructuur. Meerdere strips zijn kwetsbaar als winkellocatie (bijv. Oelerweg en omgeving Oldenzaalsestraat-oost).

* Locatus benchmarkverkenner 2020.

- De solitair gelegen supermarkten (zie bijlage 3) verzwakken de positie van het centrum en de wijkcentra.
- De lokale koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector is in de gemeente als geheel laag te noemen (54% ten opzichte van 69% in vergelijkbare plaatsen). Een aanzienlijk deel van de niet-dagelijkse bestedingen wordt daarnaast ook nog in beslag genomen door Plein Westermaat. De niet-dagelijkse binding aan de overige winkelgebieden is dus erg laag. De binnenstad bindt maar 17% van de niet-dagelijkse bestedingen en dat is laag in vergelijking tot benchmarksteden.
- Enschede heeft een sterkere regionale positie dan Hengelo. De binnenstad van Enschede is het recreatieve centrum van Twente (KSO, 2019).
- Hengelo-Centrum functioneert moeizaam:
 - Binding is laag en er is weinig toevloeiing van buiten de gemeente naar het centrum.
 - Diverse circuits in het centrum hebben weinig passanten.
 - In het centrum staan veel panden leeg.
 - Een deel van de aanloopstraten in het centrum functioneert matig (o.a. veel leegstand).
- De ruime planologische mogelijkheden voor vestigingen in de ABC-branche (auto, boten en caravans), met name op bedrijventerrein Twentekanaal-Noord en -Zuid (afgebakende zoning ontbreekt), kunnen leiden tot een versnipperde aanbodstructuur in deze sector.



Sterke basisstructuur met complete wijkcentra



Aanbod in winkelstrips levert beperkte bijdrage

Kansen:

- Door de structuur helder te positioneren kan het huidige aanbod worden versterkt.
- Een compacter kernwinkelgebied zorgt dat winkels van elkaar kunnen profiteren.
- Door de boodschappenfunctie in het centrum te versterken, zullen er meer bezoekers in het centrum komen en profiteren andere winkels.
- Een combinatie van functies in het centrum kan leegstand tegengaan en de detailhandel versterken (meer diverse functiemix).
- Integratie van internetaankopen en afhaalpunten in winkels en centra bieden nieuwe detailhandelsmogelijkheden. Afhalen kan ook een bezoekmotief zijn voor het centrum, bijvoorbeeld in/aan de rand van het compacte kernwinkelgebied.
- Toename van het inwonertal in het centrum en Hart van Zuid draagt op deze locaties bij aan het draagvlak voor winkelvoorzieningen.
- Inzetten op een ander type nieuwe inwoners (jong, hoogopgeleid en stads) biedt mogelijkheden voor andere winkelconcepten. Het aansluiten bij het industriële karakter van Hengelo biedt mogelijkheden voor dit woonmilieu in Hart van Zuid.

Bedreigingen:

- Rekening houdend met autonome landelijke trends zal de behoefte aan winkelaanbod

verder afnemen. Als de structuur niet up to date is en er geen duidelijke keuzes worden gemaakt kunnen leegstand en verschraving het gevolg zijn. Het 'planologisch in de lucht' houden van buurtcentra en voormalige winkelstrips kan de gewenste structuur verzwakken.

- De rol van internet zal alleen maar sterker worden. Dit vormt vooral voor het centrum van Hengelo een bedreiging, door de afhankelijkheid van niet-dagelijkse winkels. Het centrum beschikt over veel kwetsbare winkels, o.a. in de modebranche (Q&A bevestigt dit beeld). In deze sector is dus een afname in het aanbod te verwachten.
- De gevolgen van de coronacrisis zullen mogelijk leiden tot een versnelde sluiting van winkels. Tijdig inspelen op de gevolgen is essentieel.
- Door de internet- en conjunctuurgevoeligheid van uitgaven in de sector In/om het huis is ook Plein Westermaat op de langere termijn kwetsbaar.
- Ontwikkeling van winkels buiten het hoofdcentrum vormt een bedreiging voor het centrum van Hengelo. Het maken van plannen voor groei in tijden van krimp brengt risico's met zich mee.
- Hart van Zuid biedt een kansrijk aanvullend (woonwerk)milieu, maar kan de retailstructuur verzwakken als geen heldere randvoorwaarden aan extra retailaanbod op die locatie wordt gesteld.
- De regionale aantrekkingskracht van de bouwmarkten neemt af als een grote bouwmarkt (Hornbach) zich vestigt in Enschede en/of Almelo.



Versterken boodschappenfunctie kans voor centrum



Concentratie essentieel voor functioneren centrum

3.2 SWOT-analyse horeca

Sterk:

- Er is één helder en duidelijk concentratiegebied: het centrum als uitgaansgebied.
- In de wijkcentra is voornamelijk winkelondersteunende horeca te vinden.
- Er zijn enkele logische solitaire horecazaken (McDonald's, Van der Valk, (feest)zalen (o.a. Beckum en nabij de Waarbeek)).
- Met hotel-restaurant 't Lansink beschikt Hengelo over een hoogwaardige voorziening, waarvan het restaurant is bekroond met een Michelinster. Ook de Twentse Bierbrouwerij is een grote en populaire horeca-bestemming.
- De hype qua horeca-aanbod is in Hengelo niet erg groot geweest. Daardoor lijkt er nu geen sprake van overaanbod te zijn.
- Qua vloeroppervlak is de horeca in Hengelo redelijk gelijkwaardig aan het aanbod in referentiestad Almelo (beide circa 20.000 m² wvo; bron Locatus). Het aantal vestigingen is in Hengelo met 185 echter circa 50 vestigingen groter dan in Almelo. Hengelo heeft dus een groter aanbod dan Almelo, maar wel relatief veel kleinere horecavestigingen.

Zwak:

- Binnen het centrum is de horeca met een nadruk op de avond te verspreid gelegen.

- Op dertien leegstaande centrum panden zit een horecabestemming, zie bijlage 1. Ook binnen de horecasector is de leegstand dus aanzienlijk.
- Door de afname van het traditionele café is de horeca als geheel in Hengelo ook afgenomen.
- Een steeds groter deel van het horeca-aanbod wordt ingenomen door snackbars en fastfood-restaurants. Ondanks dat dit beter is dan leegstand voegen dit soort voorzieningen niet veel kwaliteit toe aan een gebied. Voornamelijk in het centrum is de kwaliteit, zowel de ruimtelijke als die van het aanbod, van belang.
- De samenstelling van de bevolking (vergrijsd en deels een relatief laag inkomen) biedt momenteel relatief weinig nieuwe kansen voor innovatieve, verrassende of kwalitatief hoogwaardige horecaconcepten.
- Het horeca-aanbod in Hengelo is zowel qua vloeroppervlakte (± 20.000 m² wvo) als qua aantal vestigingen (± 185) de helft van dat in Enschede (± 40.000 m² wvo verdeeld over ± 370 vestigingen). Enschede is dus duidelijk de grote broer.
- Hengelo heeft 6,1 cafés per 10.000 inwoners en Almelo 2,7. Ook Enschede en Doetinchem hebben een lager relatief aantal cafés*. De cafésector staat landelijk onder druk, dat maakt het horeca-aanbod in Hengelo extra kwetsbaar.

* HorecaDNA (2020).



Het centrum is hét horecaconcentratiegebied



Snackbars en fastfood nemen toe in populariteit

Kansen:

- Sterkere clustering in het centrum kan de totale aantrekkingskracht verbeteren.
- Een duidelijk geografisch onderscheid tussen gebieden met dag- en avondhoreca (gebiedsprofilering) werkt versterkend.
- Het te ontwikkelen horecaplein aan het Burgemeester Jansenplein kan de horeca-functie versterken en voor een betere verbinding tussen uitgaansgebied en winkelgebied zorgen.
- Buitenshuis ontmoeten wordt steeds populairder, met name het centrum kan hiervan profiteren, bijvoorbeeld met kwalitatief hoogwaardiger concepten. Zeker als Hengelo er in slaagt meer hoogopgeleide jongvolwassen aan zich te binden, liggen hier kansen.
- De consument heeft steeds meer behoefte aan een uniek en eigen verhaal. Ontwikkelen van aantrekkelijke plekken met karakter kan hierop inspelen.
- Het inzetten op een nieuw type inwoner van Hengelo (o.a. in Hart van Zuid) kan voor een nieuwe markt zorgen. Het horeca-aanbod kan hiervan profiteren.
- Gerichte uitbreiding van aanbod op specifiek kansrijke locaties kan slagen. Denk aan speciaalbier drinken in industrieel erfgoed in Hart van Zuid en overnachten bij De Waarbeek.

- Horeca-aanbod in het centrum kan naar verwachting meer divers. Omdat de horeca het vooral van de eigen inwoner moet hebben, liggen er kansen om in te springen op populaire mainstream-concepten (klein en groot, zelfstandig en keten) met een nadruk op de middag en avond: Brownies & Downies, all-you-can-eat, een sportsbar, etc. Toename van inwoners en een meer diverse bevolking vergroten potenties voor aanvullende (bijzondere) horecaconcepten.

Bedreigingen:

- De gevolgen van de coronacrisis zullen ook in de horeca voelbaar zijn. Door het handhaven van de 1,5-metermaatregel, het niet toestaan van (grote) feesten en de tijdelijke algehele sluitingen zal het voor veel horecaondernemers lastig worden om voldoende omzet te blijven genereren.
- De opkomst van horeca op bedrijventerreinen biedt nieuwe mogelijkheden voor horeca, maar kan ook een bedreiging vormen voor de bestaande structuur.
- Airbnb en vergelijkbare particuliere overnachtingsmogelijkheden kunnen een bedreiging vormen voor de bestaande hotels (momenteel zijn ruim 20 panden in Hengelo te huur op Airbnb.nl; vooralsnog niet zorgwekkend). Gelet op deze marktontwikkelingen is het wel gewenst het ondergeschikte karakter van het betaald overnachten in een woning strikt na te leven.



Urban creators Hart van Zuid bieden kansen horeca



1,5 meter afstand bedreiging voor horeca.

3.3 SWOT-analyse leisure

Sterk:

- Cultureel aanbod is van oudsher en nog steeds voornamelijk in het centrum gevestigd.
- Poppodium Metropool is een belangrijke publiekstrekker nabij het station (in Hart van Zuid op de grens met het stadscentrum).
- Met De Waarbeek beschikt Hengelo over het enige attractiepark in de directe omgeving.
- Er is een techniekmuseum bij het voormalig industriegebied in Hart van Zuid. Er ontstaat een cultuurcluster op Hazemeijer.
- Het industriële verleden van Hengelo is een decor voor culturele instellingen en creatievelingen (rauwe en karaktervolle plekken).

Zwak:

- De schouwburg en bioscoop in het centrum liggen wat achteraf en zijn lastig te vinden.
- Fitnesscentra liggen voornamelijk buiten de retailstructuur op goedkope locaties.
- Zowel bij sport als ontspanning is geen heldere structuur zichtbaar.
- Diverse leegstaande panden in het centrum zouden in theorie geschikt zijn voor leisure-vestigingen (zie kansen), maar worden hier op dit moment niet voor gebruikt.



Hart van Zuid heeft al culturele voorzieningen



Metropool is een kwalitatief hoogwaardige trekker



Centrum heeft het belangrijkste cultuuraanbod



Schouwburg en bioscoop liggen uit het zicht

Kansen:

- Toevoegen van meer leisure in het centrum, bijvoorbeeld sportscholen. Buiten het hoofdwinkelgebied is het vestigingsmilieu hiervoor geschikt (lage huur en goede (fiets)bereikbaarheid).
- Toevoegen van bijvoorbeeld escape room, indoor survivalbaan, klimhal, kartbaan, plantentuin, amusementshal, casino, VR room, indoor beachvolleybal. Realistisch is dat er in Hengelo ruimte is voor maximaal één vestiging per voorbeeld.
- Door de nabijheid van de universiteitscampus van Enschede kan er in de stationsomgeving meer ingespeeld worden op leisureconcepten die aantrekkelijk zijn voor studenten.
- Hart van Zuid biedt kansen vanuit het industriële verleden van Hengelo eigentijdse culturele en creatieve activiteiten te laten ontspruiten, bijvoorbeeld door middel van musea of meer vrije mogelijkheden voor een diversiteit aan concepten, passend bij de identiteit van het gebied.
- Het zichtbaar maken en vertellen van het unieke verhaal van een gebied kan nieuwe kansen bieden voor culturele concepten.
- Winkelleegstand in het centrum biedt fysieke mogelijkheden tot transformatie naar leisurefuncties.

- Mogelijk stijgt het aantal expats dat in een hotel overnacht de komende jaren nog iets. Hengelo vormt een aantrekkelijke locatie voor bezoekers van de technische universiteit in Enschede. In Enschede is deze stijging al een aantal jaar te zien*, Hengelo zou hierop kunnen inspelen. Deze spin-off zal echter beperkt zijn.

Bedreigingen:

- Door de coronacrisis zullen veel culturele instellingen, zoals bioscopen, schouwburgen, theaterzalen en musea, het extra moeilijk krijgen, door het beperkte aantal bezoekers dat is toegestaan. Het is voorlopig dan ook nog niet het moment om een leisureconcept te gaan neerzetten.
- Als de trend van de afgelopen jaren doorzet, dreigt een toename (overschot) aan fitnesscentra en sportscholen op goedkope locaties, en daarmee toename van het consumentenverkeer op bedrijventerreinen.
- Grootschalige ontwikkelingen buiten het centrum kunnen het aanbod in en positie van het centrum bedreigen, waardoor er, in combinatie met het onzekere perspectief voor de huidige voorzieningen/instellingen, centrumaanbod tussenuit valt.

* ZKA (2020), Hotelmarktonderzoek gemeente Enschede.



Nieuwe leisure in fabriekspanden Hart van Zuid?



Leisure maakt (winkel)gebied aantrekkelijker

3.4 Analyse totale structuur

Aantrekkelijk retailaanbod; regiofunctie beperkt

Het retailaanbod in Hengelo is uitgebreid, in aantal en diversiteit, passend bij deze stedelijkheid. De gemeente beschikt in elke retailsector over een paar regionale trekkers, zoals Ikea, Metropool en 't Lansink. Een zeer sterke regio- of toeristische functie heeft Hengelo niet. Voor nu en in de toekomst zijn de eigen inwoners en die van omliggende kernen (directe regio) met afstand de belangrijkste doelgroep.

Afnemende behoefte aan retailmeters

De retailmarkt in Hengelo is geen groeimarkt. De winkelmarkt is zelfs een hevige verdringings- en krimpmarkt. In de basis werkt toevoeging van programma op de ene locatie drukkend op een andere; het zijn deels communicerende vaten. Een deel van het niet-dagelijkse winkelaanbod is niet toekomstbestendig, ondanks de geambieerde bevolkingsgroei. Het is niet realistisch* om te verwachten dat grote ketens en filiaalbedrijven zich (opnieuw) gaan vestigen of flink gaan investeren in de (binnen)stad van Hengelo. Nieuwe faillis-

* Tot nu toe hebben middelgrote centra relatief minder zwaar te lijden onder de coronacrisis dan de grote binnensteden. Dit effect is echter van tijdelijke aard doordat na corona regionale koopstromen weer op gang komen en internet ondertussen wederom aan belang heeft gewonnen.

sementen/sluitingen in onder meer de modesector worden door DTNP verwacht.

Voor horeca zijn er op termijn (na corona-impact) mogelijk potenties, maar vooral op kwalitatief vlak: vernieuwing en verschuiving in concepten (minder traditionele cafés, meer eet-inclusieve concepten gericht op beleving), gekoppeld aan de wijziging van de bevolkingssamenstelling in de gemeente. Ook toevoeging aan ander/verrassend leisure-aanbod is geen vanzelfsprekendheid. Door het ontbreken van een sterke regiofunctie of grote toeristische aantrekkingskracht is het draagvlak voor toevoegingen beperkt.

Per saldo zal de behoefte aan vastgoed voor publieksgerichte commerciële voorzieningen in de gemeente langzaam maar zeker blijven afnemen.

Centrum meeste retail, maar aanbod kwetsbaar

In deze retailanalyse krijgt het stadscentrum van Hengelo (automatisch) veel aandacht. Dit komt doordat het centrum voor alle retailsectoren het zwaartepunt van de voorzieningestructuur vormt. Het is niet alleen het centraal gelegen hoofdcluster aan voorzieningen. Het is ook het historische hart en dé ontmoetingsplek (huiskamer) voor de hele stad. Dit maakt het stadscentrum ook voor het komend decennium (en daarna) met afstand de meest waardevolle retaillocatie in de gemeente.

Enerzijds heeft het stadscentrum om bovenstaande redenen intrinsiek toekomstpotentie. Anderzijds is ook hier een deel van het retailaanbod kwetsbaar, door het veranderend concurrentengedrag (o.a. middensegment modeketens**). De horecaclusters en culturele publiekstrekkers zijn steeds belangrijker. Met een afnemend dominante winkelfunctie biedt de mix aan functies de trekkracht. Daarnaast is transformatie van overtollig winkelvastgoed een opgave. De leegstand in het centrum is momenteel al aanzienlijk (21%).

** Q&A (2019), Wie kiest wordt gekozen.



Grootste vernieuwingsopgave: de binnenstad

Hart van Zuid als boost voor de stad

Hart van Zuid en het centrum zijn dé twee ontwikkelingsgebieden in de koers voor de gehele stad. Onderdeel van het onderscheidende woon-/werk-/leefmilieu voor 'urban creators' in Hart van Zuid is een hierbij passend kwalitatief retailprogramma.

Plannen voor nieuwe retailmeters in een krimpende lokale retailmarkt gaan gepaard met onzekerheid voor de bestaande aanbodstructuur en het gebied zelf. Om gewenste ontwikkelingen in de stad en juist ook binnen Hart van Zuid van de grond te krijgen, adviseert DTNP de gemeente bij de ontwikkelende partijen een vinger aan de pols te houden over de daadwerkelijke invulling van retail in de definitieve plannen. Het industriële erfgoed, in het gebied aanwezige commerciële ruimten (o.a. Industriestraat), ontwikkeling van hoogwaardige openbare ruimten en de nabije binnenstad bieden volgens DTNP al een goede basis voor het gewenste 'urban creators'-milieu, waardoor het benodigde aanvullende programma naar verwachting beperkt van omvang hoeft te zijn.

Functionerende wijkcentra

De wijkcentra liggen er netjes bij en vervullen een belangrijke boodschappenfunctie voor de inwoners uit de omliggende wijk. Voor alle dagelijkse en wekelijkse boodschappen kan men in de eigen wijk terecht. Ook ander, hierbij passend retailaanbod,

zoals ambachtelijke dienstverlening (o.a. kapper) en (afhaal)horeca is aanwezig. Supermarkten buiten de wijkwinkelstructuur vervullen soms een logische aanvullende buurtfunctie op afstand van een wijkwinkelcentrum (bijv. in Woolderes), maar zijn in veel gevallen concurrerend met de wijkcentra en voor de retailstructuur niet essentieel. Met name door de drie solitaire supermarkten in het zuidoosten van de stad (Berflo e.o.) is hier een overmaat.

Matig perspectief verspreide voorzieningen

Van (voormalige) winkelstrips buiten de beleidsmatig gewenste winkelstructuur is de bijdrage in de totale structuur beperkt. Het aanbod is diffuus en deels gericht op de autopassant. Met name voor winkels is deze vestigingslocatie kwetsbaar en neemt de vastgoedbehoefte af. Een geleidelijke verkleuring in functie (laagwaardiger) en afname van dit aanbod is het perspectief. Ook herinvulling van een leegkomend/leeggekomen solitair gesitueerd horeca- of winkelpand met een vergelijkbare functie wordt steeds lastiger (betere kansen online of in een winkelgebied).

Eerste locaties die daarbij in aanmerking komen voor transformatie naar bijvoorbeeld wonen zijn de solitaire winkels in woonbuurten (winkeltje op

de hoek) en de meest kwetsbare winkelstrips: o.a. Oelerweg, oostelijke helft Oldenzaalsestraat en omgeving (o.a. Oude Postweg-Schubertstraat). Deze plinten liggen op afstand van een groter retailgebied, zoals de binnenstad, liggen niet (meer) aan een hoofdroute en/of hebben geen supermarkt direct nabij.

Fitnesscentra die er afgelopen jaren zijn bijgekomen, zijn vooral op goedkope, voormalige bedrijvenlocaties geland. Deze bedrijven hadden ook een goede toevoeging voor de bestaande retaillocaties kunnen zijn.

Plein Westermaat en Westermaat-Zuidwest

Ondanks dat perifere locaties kwetsbaar zijn (o.a. concurrentie internet), is de uitgangspositie van Plein Westermaat door de omvang, regionale positie en sterke formules (o.a. Ikea en Bauhaus) voorlopig goed, ook al komen er mogelijk enkele grootschalige bouwmarkten in de regio bij. Als uitzonderingscategorie is aanbod in branches met volumineuze artikelen (o.a. doe-het-zelf) op Westermaat-Zuidwest toegestaan. Verdere verschuiving naar reguliere winkelbranches en/of andere retailfuncties op beide locaties is niet gewenst/haalbaar, zolang een uitgebreid retailaanbod in de binnenstad het streven is.



4 Conclusies en aanbevelingen

4.1 Conclusie analyse

Logische structuur om in beleid aan vast te houden

De basisstructuur van de bestaande Hengelose retail is duidelijk:

- het stadscentrum als hoofdretailgebied, waar detailhandel, weekmarkt, horeca, cultuuraanbod en evenementen elkaar versterken en invulling geven aan de centrale ontmoetingsfunctie voor de stad;
- wijkcentra voor de dagelijkse en wekelijkse boodschappen en wijkgerichte functies (horeca, diensten) in de eigen woonomgeving;
- een regionaal uniek en geconcentreerd groot-schalig winkelaanbod op Plein Westermaat voor gerichte aankopen.

In de vigerende beleidsvisies voor de verschillende retailsectoren wordt duidelijk gefocust op het sterk houden van de binnenstad en het terughoudend omgaan met ontwikkelingen op locaties elders in de stad. Gelet op landelijke trends en ontwikkelingen die ook hun weerslag op Hengelo hebben (afnemende behoefte), adviseert DTNP aan deze basiskeuze vast te houden. Ruimte bieden voor dynamiek is goed, maar dan wel op de te behouden locaties en passend bij de functie van dit gebied.

Het niet meewerken aan retailinitiatieven buiten de gewenste structuur, maar hier juist actiever meewerken aan functiewijziging (transformatie) wordt komende jaren nog belangrijker. Hier kan het gemeentelijke beleid wat DTNP betreft nog wat strakker. Hiertoe doen we enkele aanbevelingen in de volgende paragraaf.

Aandacht voor ontwikkeling Hart van Zuid

Hart van Zuid is, naast het huidige 'standaard' wijkwinkelgebied, een ontwikkelingsgebied waar ook retailfuncties voor het beoogde urban creators-woon-/werkmilieu mogen landen. In vigerend beleid en het handelingsperspectief voor Hart van Zuid wordt hierbij expliciet de koppeling gemaakt met de binnenstad. Retail in Hart van Zuid dient complementair te zijn aan de binnenstad en ten dienste aan het beoogde leefmilieu te zijn. Standaard functies in standaard meters wil de gemeente daarom ook voorkomen. Nadere afspraken en (planologische) borging over de omvang (beperkt) en kwaliteit (voor welke onderscheidende functie geschikt) van retail acht DTNP in dat licht nodig bij de verdere planuitwerking per deelgebied. In het te behouden erfgoed kan kleinschalige retail de ontmoetingsfunctie voor Hart van Zuid versterken (hotspotfunctie, zie ook pagina 39) en is een beperkt programma vanwege de pandkwaliteiten naar verwachting het meest perspectiefrijk.



Binnenstad economisch vitaal houden prioriteit



Kleinschalige retailmix in erfgoed Hart van Zuid



Advies: transformatie in alle winkelstrips toestaan

4.2 Aanbevelingen

Actie- en aandachtsgebieden

Om invulling te geven aan vigerende beleidsdoelen en de retailstructuur van Hengelo toekomstbestendig te krijgen en te houden zijn er in hoofdlijn drie gebieden die aandacht vragen bij verdere visie- en planvorming de komende jaren (o.a. trajecten omgevingsvisie binnenstad en Hart van Zuid):

1. Toekomstbestendigheid binnenstad;
2. Toegevoegde waarde retail Hart van Zuid;
3. Reductie retailmeters buiten de structuur.

Toekomstbestendigheid binnenstad

Het centrumgebied zit te ruim in de jas. De ingezette koers van de binnenstad voorziet in een compacter winkelgebied en een diversificatie in gebiedsprofielen met ieder zijn eigen functiemix. Dit gaat niet vanzelf, maar met een realistisch perspectief voor eigenaren en ondernemers is het verder uitwerken en investeren in deze koers een verstandige beleidsmatige route. Aanbevelingen (do's en don'ts) hierbij:

- Bied vastgoedpartijen passende alternatieven: perspectief bieden en planologisch meewerken aan functiewijziging is nodig om leegstaand vastgoed te kunnen transformeren; dit kan zowel op maat (herontwikkelingsproject) als door een verbreding van bestemmingsdoeleinden van een gebied;

- Houd rekening met vestigingsvoorwaarden van publiekstrekking: positionering van verschillende typen publiekstrekking is een belangrijk onderdeel bij het 'invullen' van samenhangende gebiedsprofielen; met name de vestigingsvoorkeuren van grotere winkelketens (daar waar de meeste passanten zijn) hebben hier invloed op;
- Ruim waar mogelijk planologische ruimte voor retail op: waar detailhandel en/of andere commerciële publieksfuncties niet de toekomst zijn, is het planologisch laten vervallen van deze gebruiksmogelijkheid gewenst, zie p.39;
- Verplaats een solitaire supermarkt met uitbreidings-/verhuisbehoefte naar de binnenstad: versterking van de boodschappenfunctie is perspectiefrijk en aantrekkelijk voor nieuwe centrumbewoners. Een directe aantakking aan het centrumgebied is een voorwaarde om meerwaarde te hebben;
- Positioneer de Markt als leisuregebied: fitness, een spelletjes-arcade en andere commerciële leisurefuncties zijn mogelijk een versterking rondom de Markt; de ruit station/poppodium-schouwburg/bibliotheek-Markt-bioscoop als stedelijk woon- en leisuregebied;
- Stuur duidelijker op type horeca per deelgebied: een duidelijker verschil in sluitingstij-

den naar locatie voor de horeca is een goed sturingsmiddel om toe te werken naar passende horecaconcepten per deelgebied; alternatief is een nadere uitsplitsing in zwaarte van horecacategorieën (keuze voor de vervolgitwerking);

- Blijf selectief in locaties voor horeca: focus voor horeca-ontwikkelingen op de concentratiegebieden, omdat potenties voor nieuwe horeca eindig zijn en er de komende periode mogelijk aanbod wegvalt;
- Ga verder met vergroeningsplannen voor de openbare ruimte: meerdere straten en de Markt zijn breed en stenig; meer groen is aantrekkelijk;
- Accentueer alleen de hoofdroutes met publieksgericht programma: begeleid en bundel de passant over hoofdroutes in het publieksgericht gebied door deze te accentueren (o.a. bestrating); ook richting de nu verscholen cultuurtrekkers bioscoop, schouwburg en bibliotheek.

Toegevoegde waarde retail Hart van Zuid

De verdere ontwikkeling van Hart van Zuid kan echt iets aan de stad toevoegen, maar kan ook onbedoeld resulteren in overlappende/verdringende retailmeters. Het (selectief) kunnen toevoegen van retailfuncties in het gebied is een voorwaarde om het beoogde stedelijke

'urban creators'-milieu te realiseren. Vanuit de gebiedsontwikkeling zelf en het belang van de totale retailstructuur doet DTNP de volgende aanbevelingen ten aanzien van de verdere ontwikkeling van Hart van Zuid:

- Retail in Hart van Zuid staat ten dienste van het toekomstgerichte stadsmilieu waar 'urban creators' willen leven. Blijf scherp op het open laten van een ruim retailprogramma op de verschillende ontwikkelgebieden*;
- Creëer een hotspot op die locatie(s) met zichtbare industriële historie: een functiemix met atelierachtige/creatieve werk- en ontmoetingsplekken in de historische fabriekspanden; de vigerende beleidslijn voor de horeca kan ook voor andere retailfuncties gehanteerd worden, waarbij kleinschaligheid en/of combinaties van retailfuncties wederom meer toevoegen dan een monofunctioneel grootschalig winkel- of horecaconcept;
- Beperk het programma aan nieuwe wijkgerichte retail: overige retail is primair gericht op de behoefte van de toekomstige inwoners van Hart van Zuid, hiervoor is (inclusief leegstand) reeds 10.000 m² wvo aanwezig; meer en andere inwoners kan nieuwe

* De intenties beperkt en enkel kwalitatief/passend programma toe te voegen zijn goed, maar de garanties daarbij zijn nog niet volledig geborgd bij partijen met een vastgoed-/grondpositie. Deels inwisselen van onzekere retailmeters voor courante woonunits is naar verwachting bespreekbaar met deze partijen.

impulsen geven aan de Industriestraat (hippe koffietent in voormalig winkeltje). De Industriestraat kan een positie behouden voor 'urban' wijkvoorzieningen.

Reductie retailmeters buiten de structuur

Buiten de gewenste retailstructuur is toevoeging van nieuwe retailmeters niet gewenst. Er is binnen de hoofdstructuur en, onder voorwaarden, bij Hart van Zuid immers ruimte genoeg. Het reduceren van overtollige retailmeters zorgt bovendien voor meer helderheid en zekerheid voor marktpartijen, zodat deze op de juiste locaties investeren. Dit vraagt om een expliciete beleidskeuze en planologische follow-up:

- Creëer voorzienbaarheid: door in toekomstig beleid expliciet aan te geven dat de gebruiksmogelijkheid voor detailhandel en/of andere retailfuncties op locaties buiten de gewenste structuur (op termijn) vervalt indien hier geen gebruik van wordt gemaakt, creëert de gemeente voorzienbaarheid; op locaties waar de eigenaar niet hecht aan de gebruiksmogelijkheid kan deze mogelijkheid direct komen te vervallen;
- Actualiseer bestemmingsplannen: planologisch kan bovenstaande vervolgens worden vertaald bij bestemmingsplanactualisaties (straks omgevingsplan) of paraplu-herziening; waar nodig kunnen daarnaast de

gebruiksmogelijkheden van commercieel vastgoed buiten de structuur worden verbreed om transformatie naar een andere functie te bespoedigen. Een (voormalig) winkelpand kan bijvoorbeeld dan ook een woonbestemming krijgen;

- Behandel ook winkelstrips en (voormalige) buurtcentra buiten de structuur op deze wijze: bestaande retaillocaties buiten de te behouden structuur mogen transformeren naar andere functies zoals wonen; zolang er nog voorzieningen zijn die het vastgoed vullen, wordt dit bestaande recht gerespecteerd, maar functie-omzetting mag op elk moment en bij langdurig geen gebruik vervalt de mogelijkheid, zie het eerste punt; Oelerweg en omgeving Oldenzaalsestraat eerste focus;
- Verwijs marktinitiatieven naar de gewenste locatie; planologisch wordt geen medewerking verleend aan extra retail; dit geldt ook voor verzoeken zoals een horecazaak op een bedrijventerrein of werklocatie (anders dan bedrijfskantine); verruiming op de PDV- en PDV/GDV-locatie met andere branches/assortimenten dan nu toegestaan; verplaatsing, uitbreiding of nieuwvestiging van een supermarkt of andere retailfunctie op een solitaire locatie.



CLUB-LIFE

SPORTEN MET EEN DOEL

1800 M2 OUTDOOR GYM

INGANG
<< GROEPSLES

INGANG
FITNESS >>

Bijlagen

Bijlage 1 Bestemmingsplannen

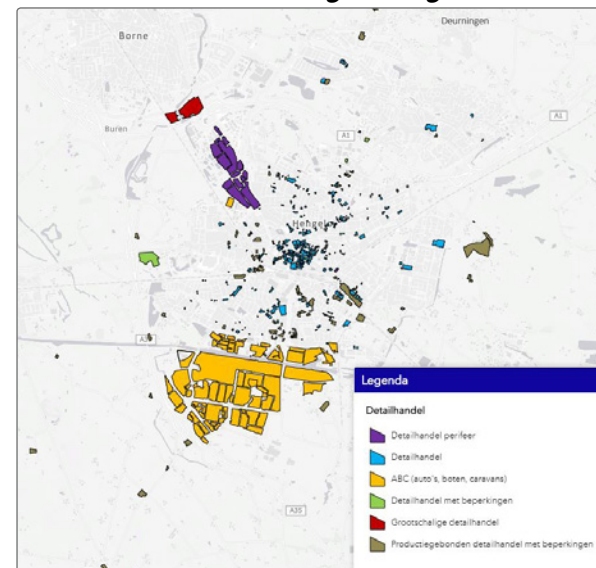
Op de volgende leegstaande adressen in het centrum zit een horecabestemming die het toestaat dat hier een horecabedrijf vestigt:

- Brinkstraat 7A: Horeca 1
- Burgemeester Jansenplein 40: Horeca 1
- Marktstraat 13: Horeca 1
- Marktstraat 20: Horeca 1
- Marktstraat 22: Horeca 1
- Marktstraat 24: Horeca 1
- Marskant 6: Horeca 1
- Marskant 8: Horeca 1
- Molenstraat 13: Horeca 1
- Markt 2: Horeca 1 + 2
- Nieuwstraat 45: Horeca 1 + 2
- Pastoriestraat 19: Horeca 1 + 2
- Stationsplein 42: Horeca 1 + 2

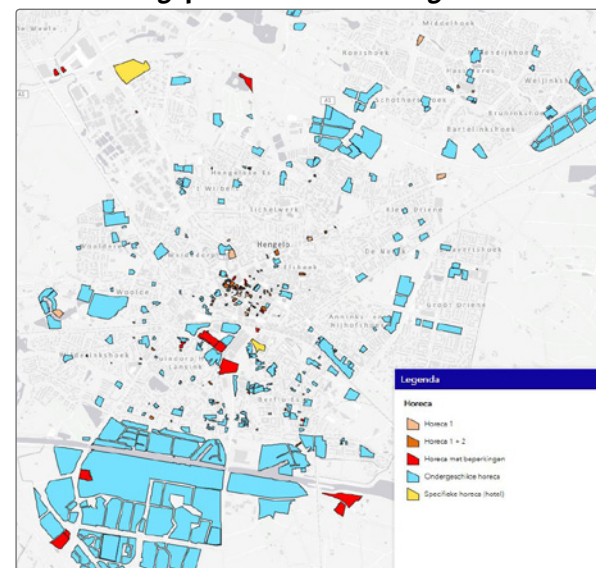
Ondergeschikte horeca is mogelijk op:

- Brink 110: Ondergeschikte horeca

Detailhandelsbestemmingen Hengelo



Bestemmingsplannen horeca Hengelo



Bijlage 2 Definities branches

- **Detailhandel:** winkel, met als primaire functie de verkoop van producten op een fysieke locatie.
 - **Dagelijks:** levensmiddelen, drogisterij artikelen, alcohol, tabak en schoonmaakartikelen
 - **Supermarkten:** winkel met een vrij diep en breed assortiment levensmiddelen vaak aangevuld met een smal en ondiep assortiment non-foodproducten. WVO is groter dan 149 m².
 - **Overige dagelijkse winkels:** alle dagelijkse winkels, niet zijnde supermarkt.
 - **Niet dagelijks:**
 - **Mode en luxe:** mode, huishoudelijke artikelen.
 - **In/om het huis:** elektronica, doe-het-zelf artikelen, woninginrichting en tuinartikelen en planten.
 - **Overig niet-dagelijks:** Alle overige niet elders in te delen detailhandels vestigingen (uitgezonderd bedrijven in de ABC-branche).
- **Horeca:** fysieke vestiging, waarbij de primaire functie de verkoop en consumptie is van ter

plaatse bereide maaltijden of de consumptie van drank ter plaatse.

- **Café:** verstrekking van vrijwel uitsluitend drank (geen maaltijden)
- **Restaurant:** verstrekking van zowel drank als maaltijden
- **Fastfood:** maaltijdverstrekker waar bediening niet aan tafel plaatsvindt, zonder vast bestek en waarbij de meestal gefrituurde producten binnen enkele minuten na bestelling klaar zijn voor consumptie (geen broodjeszaak).
- **Lunchroom en fastservice:** maaltijdverstrekker, met bediening aan tafel, met name van ontbijten, lunches en desserts, in tegenstelling tot restaurants 's avonds overwegend gesloten.
- **Discotheek:** gelegenheid voor avond-/nachthoreca met centraal een dansvloer en harde muziek/
- **Overig/nacht:** horeca niet nader toe te delen in een van de andere horecabran-ches en horeca als shishalounges en coffeeshops.
- **Hotel:** gericht op het verstrekken van overnachtingen, al dan niet met ontbijt.
- **Leisure:** commerciële publieksfunctie waarbij de hoofdfunctie niet gericht is op de fysieke verkoop van spullen of voedsel, maar op het

ter betaling besteden van de vrije tijd (in de sectoren cultuur, ontspanning en sport).

- **Cultuur:** leisure vestiging gericht op cultuur (museum, kunstgalerie, bibliotheek, theater, bioscoop).
- **Ontspanning:** sauna, bowlingbaan, pretpark, binnenspeeltuin, golfbaan, zwembad, etc.
- **Sport:** commerciële instelling primair gericht op het beoefenen van een sport, vaak gericht op prestatie (in het geval van Hengelo: primair fitnesscentra en sportscholen).
- **Dienstverlening:** commerciële dienstverlening met een publieksfunctie. Denk aan kappers, banken, reisbureau's, kledingreparatie, tattooshops, makelaar, etc..
- **Leegstand:** (winkel)panden zonder gebruiker die als commerciële ruimte te koop of huur staat als verkooppunt voor een gebruiker in de detailhandel, horeca, leisure en/of consumentgerichte dienstverlening.*

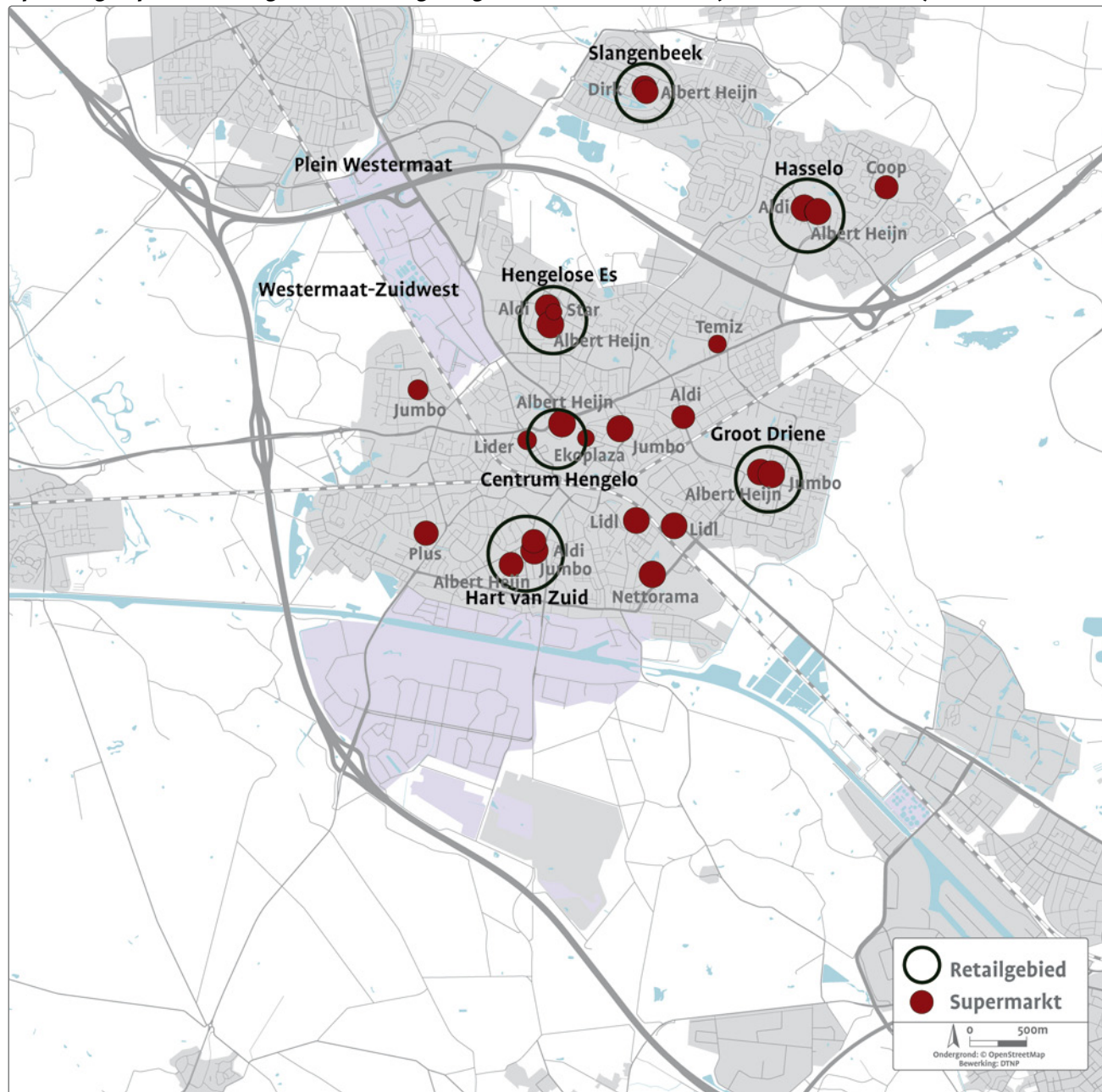
* Definities gebaseerd op Locatus en KSO, bewerkt door DTNP.

Bijlage 3 Spreiding en ontwikkeling supermarkten

Spreiding supermarkten

Op de kaart hiernaast zijn alle supermarkten in de gemeente Hengelo weergegeven. Negen supermarkten liggen buiten de winkelstructuur (binnenstad en wijkcentra).

Spreiding supermarkten gemeente Hengelo, geschaald naar m² vwo (bron: Locatus, 2020)

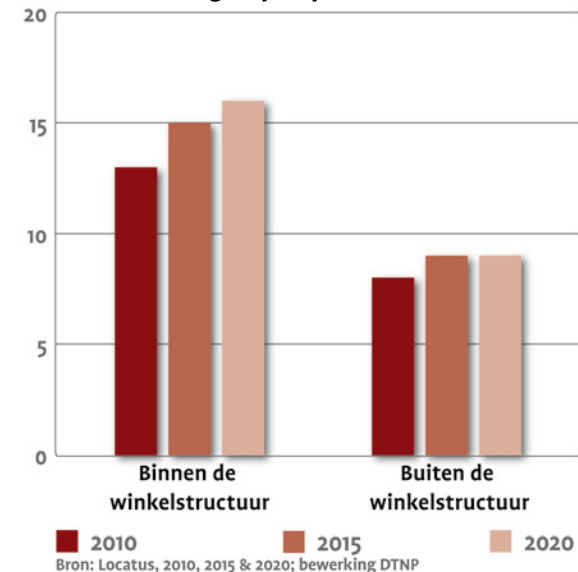


Ontwikkeling supermarkten

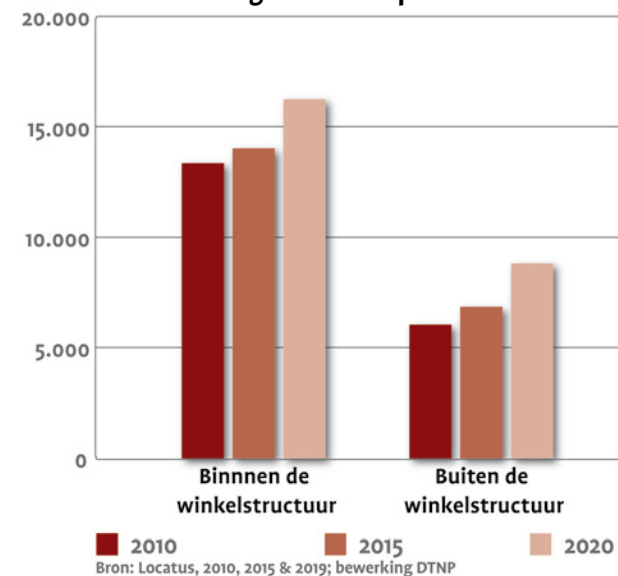
Het aantal supermarkten is zowel binnen als buiten de gewenste winkelstructuur groter geworden tussen 2010 en 2020. Buiten de winkelstructuur is het aantal supermarkten ten opzichte van 2015 per saldo weliswaar gelijk gebleven, maar in meters nog behoorlijk toegenomen (zie onder). Dit ondanks dat deze ontwikkelingen niet als wenselijk gezien worden voor de detailhandel in Hengelo.

Het aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak van de supermarkten is eveneens zowel binnen als buiten de winkelstructuur gestegen. Dit betekent dat supermarkten groter zijn geworden: schaalvergroting.

Ontwikkeling vkp supermarkten

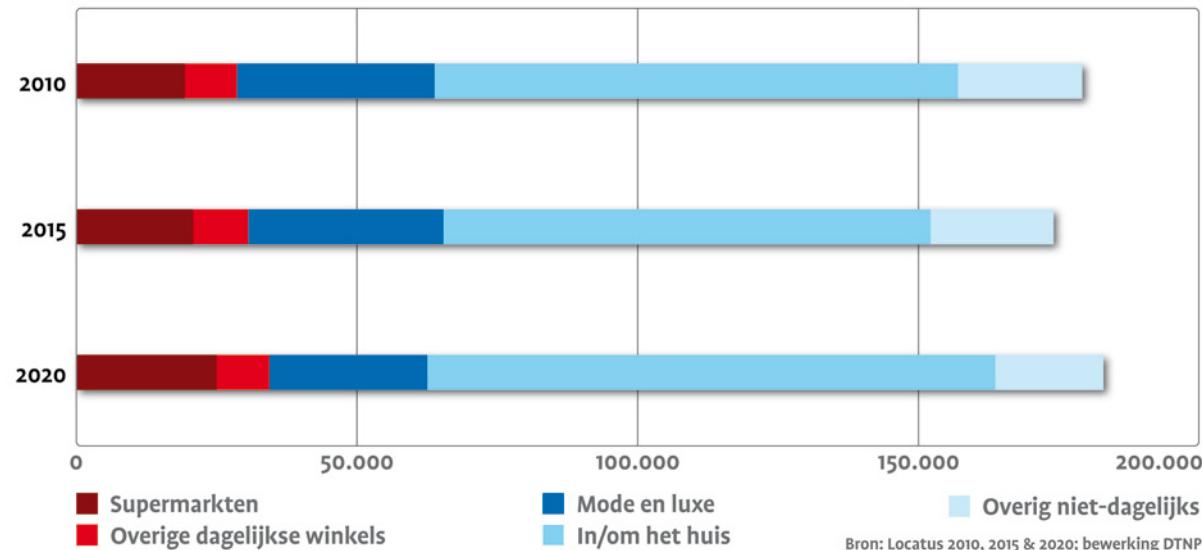


Ontwikkeling m² wvo supermarkten

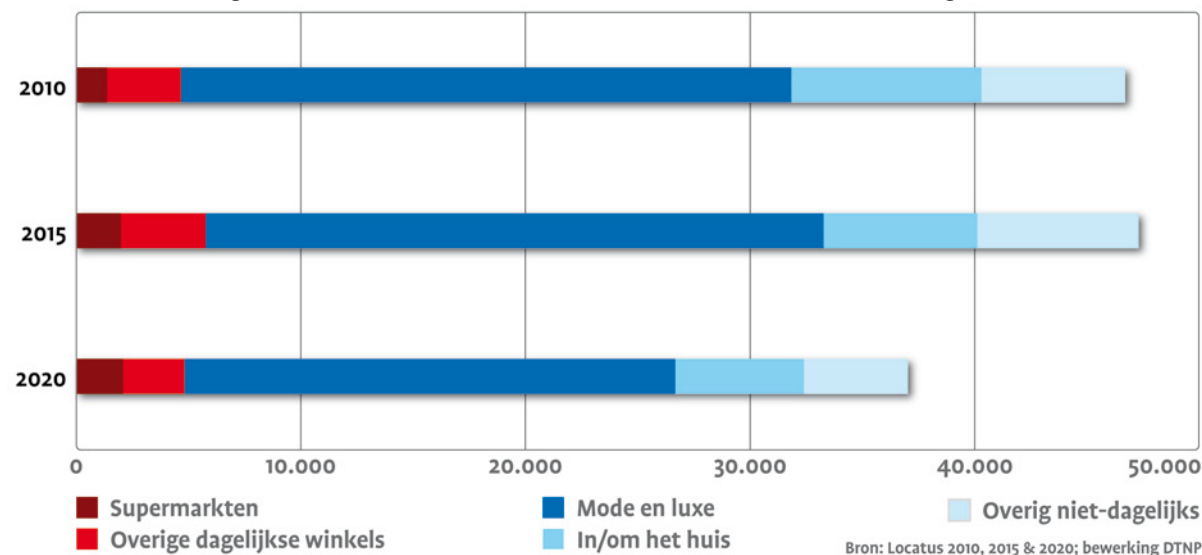


Bijlage 4 Ontwikkeling vloeroppervlak detailhandel

Ontwikkeling aantal m² wvo detailhandel 2010-2015-2020 gemeente Hengelo



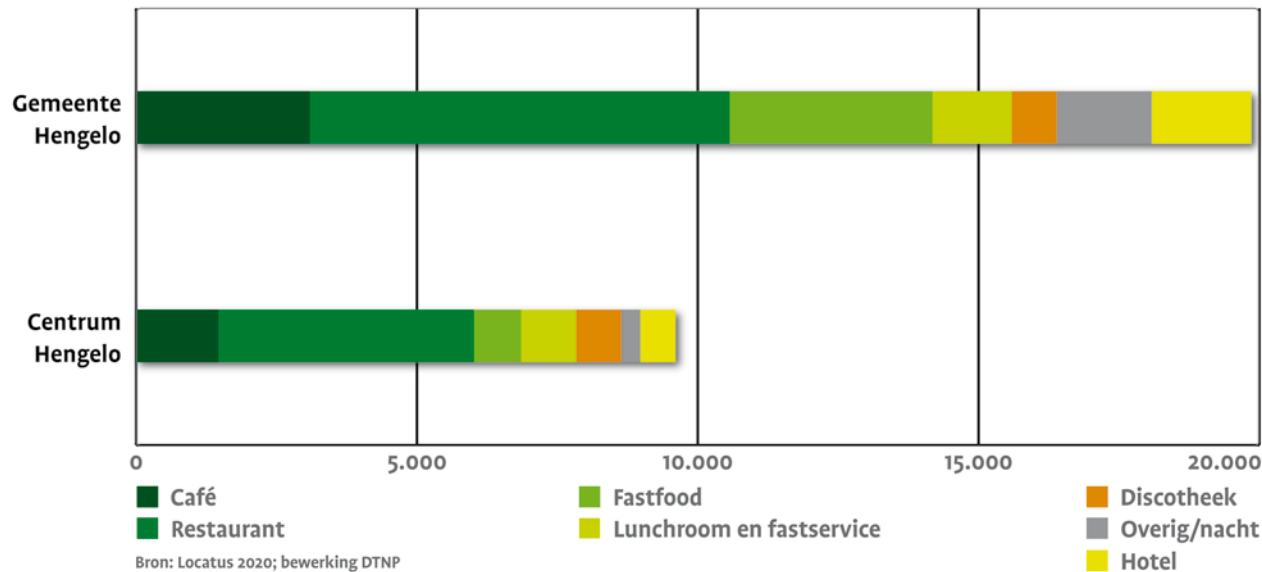
Ontwikkeling aantal m² wvo detailhandel 2010-2015-2020 centrum Hengelo



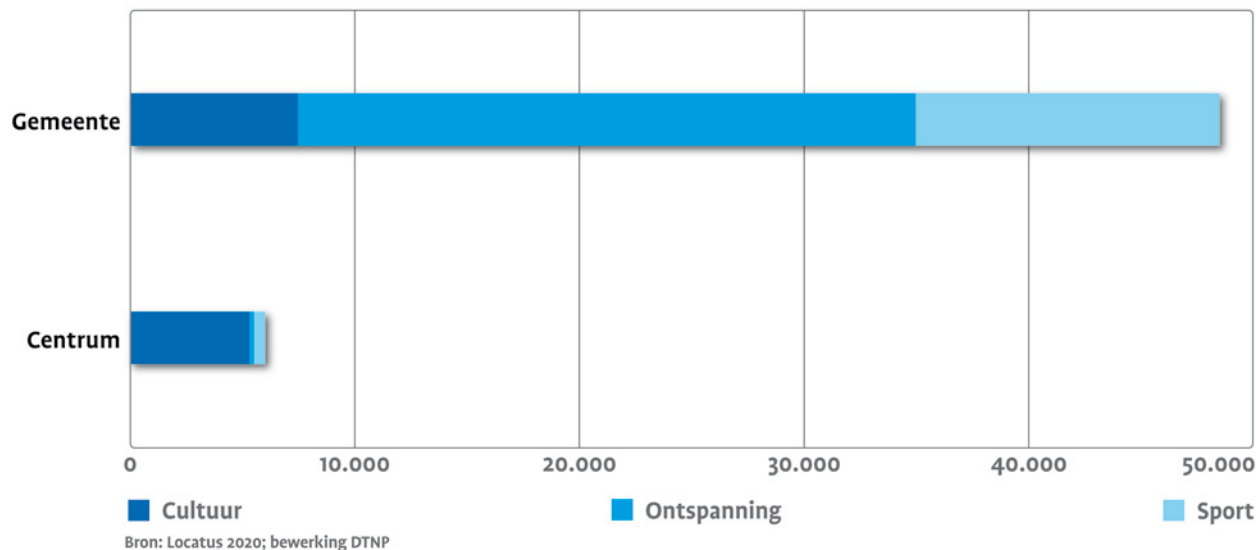
Bijlage 5

Vloeroppervlak horeca en leisure

Aantal m² vloeroppervlak horeca gemeente en centrum Hengelo 2020



Aantal m² vloeroppervlak leisure gemeente en centrum Hengelo 2020

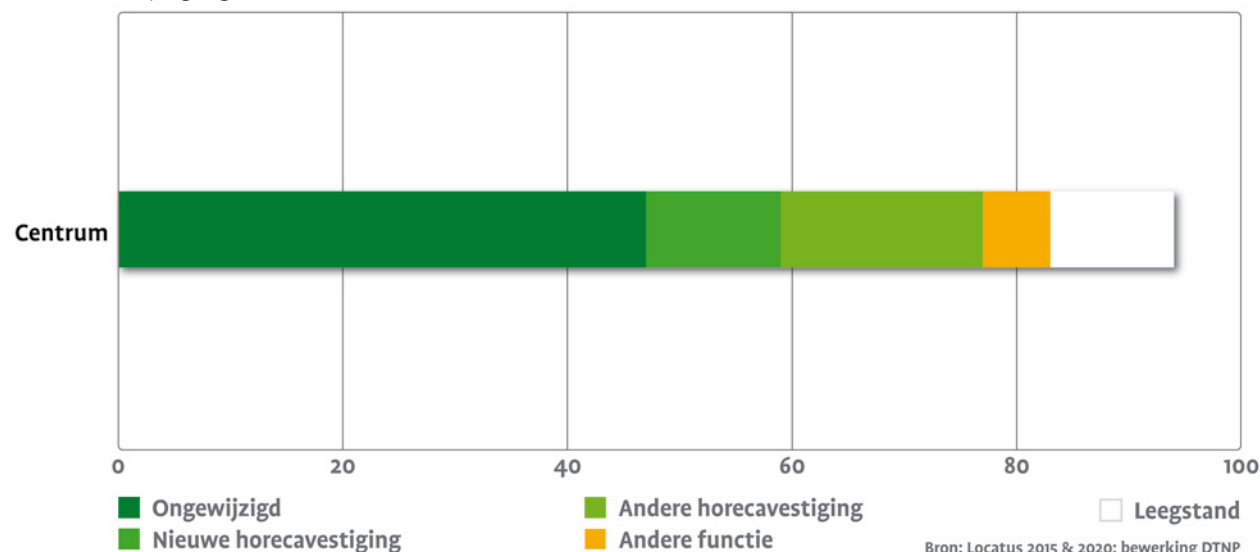


Bijlage 6

Wijzigingen horeca-aanbod

- 115 vestigingen ongewijzigd in gemeente tussen 2015-2020;
- 47 vestigingen ongewijzigd in centrum tussen 2015-2020;
- 19 vestigingen in gemeente naar leegstand (1 discotheek);
- 11 vestigingen in centrum naar leegstand (1 discotheek);
- 17 vestigingen in gemeente hebben andere functie gekregen (winkel, diensten, wonen);
- 6 vestigingen in centrum hebben andere functie gekregen (winkel, diensten, wonen);
- 37 vestigingen in gemeente van naam veranderd (soms van type horeca);
- 18 vestigingen in centrum van naam veranderd (soms van type horeca);
- 33 nieuwe horecalocaties geopend in gemeente;
- 12 nieuwe horecalocaties in geopend in centrum.

Wijzigingen horeca-aanbod centrum 2015 naar 2020



Bron: Locatus 2015 & 2020; bewerking DTNP

Bijlage 7

Overzicht leisure-vestigingen

Centrum:

Cultuur:

- Atelierz:
- De Bibliotheek
- HEART GALLERY
- MOVIE UNLIMITED
- Museum Hengelo
- Schouwburg Hengelo

Ontspanning:

- De Tapperij

Sport:

- Circle-Fit
- Corpus Milion Clubs

Hasselo:

Cultuur:

- De Bibliotheek

Hengelose Es:

Ontspanning:

- Sport in je voordeel
- Suntime

Hart van Zuid:

Ontspanning:

- Bengeltjes Speeldorp
- Suntime

Plein Westermaat:

Sport:

- Fit For Free

Verspreid:

Cultuur:

- De kunst van kunst
- Galerie de Pook
- Metropool
- Muziekcafe@Metropool
- Oyfo Techniekmuseum
- The Heart of Art

Ontspanning:

- Jump XL
- Twentebad
- Yip
- Hamam Het Oosten
- Waarbeek
- Paintball Twente
- Spoorfietsen

Sport:

- Golfclub Driene
- All it Takes
- Basic-Fit
- Beweeg

- Curves
- Curves
- The Box
- Total Fitcentre
- BigGym
- Olympic Gym
- Club Life



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

