

# Detailhandel Utrecht 2015



**Stand van zaken  
Beleid en acties**



**Gemeente Utrecht**

[Utrecht.nl](http://Utrecht.nl)

# Inhoud

<b>Inleiding</b>	<b>3</b>
<b>Detailhandelsbeleid Utrecht</b>	<b>3</b>
<b>De uitvoering</b>	<b>4</b>
<b>Keurmerk veilig ondernemen en winkelstraatmanagement</b>	<b>4</b>
<b>Detailhandel in beweging: Nederland</b>	<b>5</b>
<b>Detailhandel in beweging: Utrecht</b>	<b>6</b>
<b>Binnenstad</b>	<b>7</b>
<b>Leidsche Rijn/Vleuten de Meern</b>	<b>8</b>
<b>Noordoost</b>	<b>10</b>
<b>Noordwest</b>	<b>11</b>
<b>Oost</b>	<b>12</b>
<b>Overvecht</b>	<b>13</b>
<b>West</b>	<b>15</b>
<b>Zuid</b>	<b>16</b>
<b>Zuidwest</b>	<b>17</b>
<b>Tot slot</b>	<b>19</b>

# Inleiding

**Deze notitie geeft inzicht in de stand van zaken van de detailhandel in Utrecht. Allereerst wordt op hoofdlijnen het detailhandelsbeleid geschetst en wordt aangegeven hoe dit in Utrecht wordt uitgevoerd. Vervolgens komen de belangrijkste ontwikkelingen in de detailhandel in Nederland en Utrecht aan bod. Daarna zijn per wijk de stand van zaken, de beleidsaandachtspunten en acties van de verschillende winkelgebieden beschreven. De notitie sluit af met een korte nabeschuiving en blik op de toekomst.**

## Detailhandelsbeleid Utrecht

Het vigerende Utrechtse detailhandelsbeleid is vastgelegd in het Ontwikkelingskader Detailhandel Utrecht 2012. Dit is vooral een ruimtelijk kader dat aangeeft hoe om te gaan met de geplande winkelontwikkelingen en eventuele uitbreidingen en verbeteringen in bestaande winkelgebieden. In 2012 was de dynamiek in de winkelmarkt al groot en de effecten hiervan nog onzeker. Daarom is gekozen voor een kader op hoofdlijnen. Dit om flexibel op de marktomstandigheden in te kunnen spelen. De hoofdlijnen uit het Ontwikkelingskader Detailhandel op een rij:

- ▶ Concentratie van winkels in winkelgebieden. Dit levert zowel ondernemer als consument grote voordelen op en is daarmee van positieve invloed op het vestigingsklimaat voor de ondernemers en een duurzaam voorzieningenniveau voor de inwoners en bezoekers van Utrecht.
- ▶ Utrecht Centrum als hart van de stad.
- ▶ Voltooien van de voorzieningestructuur in Leidsche Rijn/Vleuten de Meern met Leidsche Rijn Centrum als hart van Leidsche Rijn.
- ▶ Behouden van de fijnmazige winkelstructuur in de buurten en wijken, waarbij rekening wordt

gehouden met de trend van schaalvergroting van winkels, winkelgebieden en bijbehorende verzorgingsgebieden.

- ▶ Perifere en grootschalige detailhandel buiten de reguliere winkelgebieden clusteren in 3 clusters met een eigen karakter (Woonboulevard Utrecht, The Wall en cluster op Nieuw Overvecht).
- ▶ Solitaire detailhandel op bedrijventerreinen (buiten de reguliere winkelgebieden en de hierboven genoemde 3 perifere clusters) alleen toestaan voor specifiek benoemde (volumineuze) branches.
- ▶ De geplande winkelontwikkelingen (nieuw en in bestaande winkelgebieden) kritisch volgen en daar waar mogelijk faseren.
- ▶ Projectgerichte uitwerkingen en acties in de overige winkelgebieden om een gezonde continuïteit te waarborgen. In sommige situaties betekent dit niet langer of minder ruimte voor winkelmeters; in andere situaties is uitbreiding van winkelmeters noodzakelijk om de gewenste attractiviteit te behouden.

Voor alle winkelgebieden zijn de kwaliteiten schoon, heel, veilig en attractief van essentieel belang.





## De uitvoering

Er wordt zorgvuldig uitvoering gegeven aan het detailhandelsbeleid. Landelijke en stedelijke ontwikkelingen worden gevolgd. Door actieve aanwezigheid in de winkelgebieden en goed overleg met betrokken stakeholders worden signalen opgepakt en wenselijke verbeteringsinitiatieven of uitbreidingen gefaciliteerd. De verschillende gemeentelijke afdelingen werken

samen, waarbij wordt gekeken naar de stedelijke samenhang, het perspectief van het winkelgebied en de (wenselijke) positie van het betreffende winkelgebied binnen de stedelijke voorzieningenstructuur. Indien wenselijk of noodzakelijk worden bij te nemen beslissingen door onafhankelijke adviesbureaus marktanalyses e.d. uitgevoerd.

## Keurmerk veilig ondernemen en winkelstraatmanagement

Schoon, heel, veilig en attractief zijn voor alle winkelgebieden essentieel. Om deze kwaliteiten te waarborgen is de afgelopen jaren geïnvesteerd in het verbeteren van de veiligheid, de samenwerking en het vestigingsklimaat in de winkelgebieden. In 25 winkelgebieden werken ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente samen in KVO-trajecten (Keurmerk Veilig Ondernemen) ter bevordering van de veiligheid en attractiviteit. Vanaf 2010 is er winkelstraatmanagement in 28 winkelgebieden waarmee de organisatiegraad en professionalisering van veel winkeliersverenigingen zijn toegenomen.

Tevens heeft winkelstraatmanagement een belangrijke rol gespeeld bij de versterking van het aanbod en de uitstraling van de winkelgebieden/winkels en is het essentieel voor een goede uitvoering van de KVO trajecten. Tussen 2010 en 2014 is het winkelstraatmanagement in opdracht van de gemeente door een externe partij uitgevoerd. Vanaf 2015 is dit in afgeslankte vorm geborgd binnen de afdeling Economische Zaken middels een coördinator winkelgebieden en projectleider KVO. Zo houdt elk winkelgebied een direct aanspreekpunt en kan er goed samengewerkt worden tijdens de KVO trajecten.

# Detailhandel in beweging: Nederland

Sinds de vaststelling van het Utrechts detailhandelsbeleid in 2012 is de landelijke winkelmarkt verder gestagneerd. Dit is zichtbaar in dalende bezoekersaantallen in winkelcentra, (kleine) winkels die sluiten, winkelketens die failliet gaan en een toenemende leegstand. Winkelplannen worden gefaseerd, verkleind of zelfs afgeblazen. Verschillende elkaar versterkende trends en ontwikkelingen leiden ertoe dat de winkelmarkt de afgelopen jaren is veranderd van een groeiemarkt naar een verdringingsmarkt (DTNP, Dynamiek door Beleid, 2015):

- ▶ Het winkelvloeroppervlak is de afgelopen 15 jaren met een kwart gegroeid. De fysieke winkelomzetten zijn achtergebleven bij deze groei als gevolg van de dalende bestedingen (economische crisis) en een groeiend internetaandeel. Hierdoor is de omzet per m<sup>2</sup> winkelaanbod afgenomen met ca. 17%.
  - ▶ Internet heeft een prominente positie ingenomen. Er is een nieuw aankoopkanaal ontstaan met een marktaandeel van ca. 7,5%. Hierbij moet worden opgemerkt dat de verschillen tussen food- en non food en binnen non-food groot zijn. Het internetmarktaandeel in food is nu nog nihil, maar groeit wel.
  - ▶ Behalve als aankoopkanaal speelt internet een belangrijke rol in de oriëntatie en informatie van consumenten bij de aankoop waardoor de concurrentie tussen winkels en winkelgebieden is toegenomen.
  - ▶ Inmiddels is internet ontwikkeld van multichannel (fysieke winkels en webwinkels naast elkaar) naar cross- of omnichannel: binnen een koopproces worden de verschillende kanalen door elkaar gebruikt. De retailer moet in alle kanalen aanwezig zijn en deze optimaal met elkaar verknopen. Dit is enerzijds een kans voor (fysieke) retail, anderzijds vraagt dit om een ander verdienmodel met forse investeringen in een neergaande markt.
  - ▶ Beleving wordt steeds belangrijker. Nieuwe concepten willen de verschillende sectoren horeca, retail en cultuur graag combineren. Vaak wordt dit belemmerd door bestaande regelgeving.
- ▶ Retail is afhankelijk van bevolkingsdraagvlak. Landelijk gezien neemt het inwonertal de komende jaren nog toe, maar deze ontwikkeling wisselt sterk: per regio en ook binnen regio's zijn krimp- en groeigebieden te onderscheiden. Behalve de bevolkingsomvang is ook de samenstelling van de bevolking van belang. Het aantal 65-plussers neemt in Nederland toe. Dit is een nadeel voor winkels, omdat ouderen doorgaans minder besteden in winkels en meer aan diensten.

Landelijk gezien zal de behoefte aan winkels structureel afnemen en de leegstand toenemen. Ruimtelijk is dit vooral het geval in krimpgebieden, in de centra van kleine/ middelgrote steden en stadsdeelcentra, in kleine buurt- en wijkwinkelcentra en in de kleinere themacentra (woonboulevards) of runshoppingcenters met een te beperkt verzorgingsgebied en doorsnee-aanbod. Kansrijk zijn de grote binnensteden waar een echt recreatief milieu kan worden geboden met een groot verzorgingsgebied. Wel wordt in deze centra het A1-winkelgebied compacter met daarbinnen een strijd om de beste locaties. Ook boodschappen doen in de buurt blijft kansrijk, mits compact, compleet, voldoende omvang/keuzemogelijkheden en voldoende bevolkingsdraagvlak.



## Detailhandel in beweging: Utrecht

De positie van Utrecht ten opzichte van deze landelijke ontwikkeling is gunstig door de groei van de bevolking in stad en regio en de relatieve aanbodachterstand die er (nog) is. De leegstand in Utrecht is met 5,2% van winkelvloeroppervlakte duidelijk lager dan de landelijke 9% (bron: Vastgoedmonitor Utrecht 2014). In Utrecht vinden nog winkeluitbreidingen plaats. In 2014 is per saldo 21.900 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak toegevoegd door de oplevering van het nieuwe winkelcentrum Terwijde, de uitbreiding van Ikea op de Woonboulevard en de opleveringen van de boodschappencentra Groeneweg (eerste fase) en Kop van Lombok. In aanbouw zijn Leidsche Rijn Centrum, de uitbreiding van De Bijenkorf (5.000 m<sup>2</sup>, 2015/2016), de herontwikkeling en uitbreiding van Hoog Catharijne (35.000 m<sup>2</sup>, eerste fase: 2017, volledige oplevering 2019) en de uitbreidingen van de boodschappencentra Mereveldplein en Händelstraat.

Toch wordt ook Utrecht geconfronteerd met de veranderende winkelmarkt. Voor de 3 stadsdeelcentra Leidsche Rijn Centrum, Winkelcentrum Overvecht

en Grootwinkelcentrum Kanaleneiland zijn de oorspronkelijke plannen aangepast aan de veranderende marktomstandigheden. Planvolumes van vooral het non-food winkelaanbod zijn verminderd en er wordt een compacter winkelbeeld nagestreefd. Ook zijn er winkelgebieden die te kampen hebben met een afnemende winkelfunctie en toenemende leegstand, bijvoorbeeld de winkelgebieden Amsterdamsstraatweg-Midden, Balijelaan-Rijnlaan en de Klop.

Hieronder wordt per wijk ingegaan op de stand van zaken in de winkelgebieden, beleid en acties.



# Binnenstad

## Analyse

De binnenstad van Utrecht is het visitekaartje van de stad en dat koesteren we. Een aantal kwaliteiten maakt het centrum uniek, ook als winkelstad: de ligging aan het drukste OV-knooppunt van Nederland, de aanwezigheid van het planmatige winkelcentrum Hoog Catharijne in combinatie met een historische binnenstad, aantrekkelijk en divers winkelaanbod en overige voorzieningen (horeca, culturele, leisure, evenementen) en een goede markt- en concurrentiepositie in een gebied waarvan het draagvlak de komende jaren nog zal toenemen (bovenregionale verzorgingsfunctie). In het stationsgebied vindt een omvangrijk vernieuwingsproject plaats, waar de uitbreiding en modernisering van Hoog Catharijne een belangrijke plaats inneemt. In Hoog Catharijne zal ca. 35.000 m<sup>2</sup> bvo detailhandel worden toegevoegd. Ook in de historische binnenstad staan forse winkeluitbreidingen gepland: in het voormalig Postkantoor aan het Neude, de Bijenkorf en op overige locaties. In het Noordgebouw, als schakel tussen Centraal Station, Hoog Catharijne en de historische binnenstad, is programmatisch ruimte voor 5.000 m<sup>2</sup> detailhandel.

## Beleid en acties

De afgelopen jaren heeft de binnenstad enige dynamiek gekend (komst Mediamarkt, oplevering De Vredenburg met grotere modische trekkers). Grote impulsen zoals in de andere grote binnensteden zijn er echter niet geweest, waardoor (internationale) winkelformules nog niet in Utrecht gevestigd zijn vanwege gebrek aan vestigingsmogelijkheden. Ook al zijn de geplande uitbreidingsvolumes fors, ze passen bij het goede marktperspectief dat de grote binnensteden hebben op het gebied van compact recreatief winkelen én bij de ontwikkeling die Utrecht doormaakt. Het is van belang dat de binnenstad van Utrecht zich kan blijven ontwikkelen, waarbij naast de pure koopfunctie ook aandacht moet zijn voor het vergroten van de verblijfskwaliteit, beleving, multifunctionaliteit en imago. De herontwikkeling en uitbreiding van Hoog Catharijne en de ontwikkelingen in de historische binnenstad bieden kansen om deze kwaliteitsslag te accommoderen. Gezien de omvangrijkheid van de ontwikkelingen in het

stationsgebied en de lange bouwperiode, is een goede aansluiting van de deelgebieden onderling van groot belang.

Ter verbetering van de vindbaarheid, aantrekkelijkheid en het economisch functioneren van de binnenstad werken gemeente, Centrummanagement Utrecht en andere stakeholders samen in verschillende projecten, waaronder:

- ▶ Digitale informatievoorziening voor bezoekers. Samenwerking met en financiering door: Centrummanagement Utrecht, Toerisme Utrecht en gemeente Utrecht (Economisch Investeringsfonds).
- ▶ Winterevent met als doel het stimuleren van bezoek in de decembermaand. Samenwerking met en financiering door Centrummanagement Utrecht en gemeente Utrecht (Economisch Investeringsfonds).
- ▶ Project Vindbaarheid. Verbeteren van vindbaarheid centrum voor incidentele bezoekers. Samenwerking met verschillende afdelingen van de gemeente, Centrummanagement Utrecht in combinatie met andere stakeholders zoals Corio en Jaarbeurs Utrecht. Financiering door meerdere gemeentelijke gelden, waaronder Economisch Investeringsfonds
- ▶ Openbaar Ruimte projecten: Op diverse locaties in het centrum wordt de openbare ruimte ingrijpend vernieuwd en verbeterd met als doel verbeteren van aantrekkelijkheid en economisch functioneren van gebieden: herinrichting van Neude, Mariaplaats, Korte Janstraat en Domstraat.

# Leidsche Rijn/Vleuten de Meern

In de wijken Leidsche Rijn en Vleuten de Meern wonen gezamenlijk ca. 76.650 inwoners. Dit aantal zal de komende jaren fors toenemen tot 84.500 in 2020 en 96.250 in 2025. Van oudsher is de detailhandel in de oude kernen van de Meern en Vleuten gevestigd. In de Meern aan de Meerndijk en winkelcentrum Mereveldplein, in Vleuten aan de Dorpsstraat en de Hindersteinlaan. Door de woningbouw zijn nieuwe woonwijken ontstaan en daarmee draagvlak voor de ontwikkeling van nieuwe winkelgebieden. Behalve in de winkelgebieden is perifere detailhandel gevestigd (bouwmarkten, tuincentra en aanbod op bedrijventerrein Oudenrijn).

## Analyse winkelgebieden

- ▶ The Wall. Een multifunctioneel gebouw langs de A2 waar ruimte is voor grootschalige detailhandel in aangewezen branches, bedrijvigheid, horeca en leisure. De detailhandel vervult een functie voor het stadsdeel, de stad en regio. Een groot deel van de voor leisure bestemde ruimte staat leeg.
- ▶ Het recent opgeleverde wijkwinkelcentrum Terwijde. Belangrijkste trekkers zijn de 3 supermarkten Albert Heijn, Aldi en Vomar. Er staan op dit moment nog units leeg die bestemd zijn voor detailhandel, horeca en dienstverlening. De indruk bestaat dat niet al het winkelaanbod al goed functioneert.
- ▶ Het buurtwinkelcentrum Parkwijk. Belangrijkste trekkers zijn de twee supermarkten Jumbo en Lidl. Er is geen leegstand.
- ▶ Centrum de Meern/Mereveldplein. Het winkelaanbod gevestigd aan de Meerndijk en een deel van de Zandweg vormt het oorspronkelijke dorpshart van De Meern. Hier is een relatief kleine Jumbo supermarkt gevestigd. Het Mereveldplein is in de jaren '70 gebouwd en heeft als belangrijkste trekkers Albert Heijn, Zeeman en verschillende speciaalzaken.
- ▶ Het ondersteunende kleinere buurtwinkelcentrum de Veldhof met als grootste aanbieder supermarkt Plus.
- ▶ Vleuterweide, een nieuw en relatief groot wijkwinkelcentrum dat naast een boodschappen-centrum ook een winkelfunctie vervult. Er is voldoende horeca aanwezig, een bibliotheek en

overige voorzieningen. Dit geheel maakt dat het centrum een centrale plek inneemt in de wijk. Het winkelaanbod is compleet, met een behoorlijk aandeel zelfstandige ondernemers. Het foodaanbod wordt ingevuld door twee moderne supermarkten; een Albert Heijn en Lidl en verschillende kwalitatieve speciaalzaken. Het niet-dagelijks aanbod bestaat naast landelijke ketens als Hema, Shoeby, Blokker en Xenos uit sterke lokale trekkers.

- ▶ Het winkelaanbod in de oude dorpskern van Vleuten is te vinden aan de Hindersteinlaan en Dorpsstraat en beslaat voor het merendeel dagelijks aanbod (waaronder 2 supermarkten Albert Heijn en Dirk van den Broek). Het complex aan de Hindersteinlaan is onlangs gerenoveerd en uitgebreid.

## Beleid en acties

De afgelopen jaren zijn als gevolg van de woningbouw en draagvlakontwikkeling diverse nieuwe buurt- en wijkwinkelcentra gerealiseerd en is bestaand aanbod versterkt. Centraal staat nu de bouw van stadsdeelcentrum Leidsche Rijn Centrum. Deze is in volle gang en in 2017 zijn de eerste winkelopeningen gepland. Als gevolg van de stagnerende winkelmarkt wordt het winkelcentrum minder omvangrijk en compacter dan oorspronkelijk gepland. De gemeente heeft ingestemd met het voorstel van ontwikkelaar Leidsche Rijn Centrumplan (ASR/Vesteda) om aan het Brusselplein een Foodmarkt (ca. 5.600 m<sup>2</sup> bvo) te vestigen, op de plek waar oorspronkelijk een warenhuis was gepland. Het buurtwinkelcentrum aan de zuidkant vervalt. In de commissiebrief 'Kernwinkelgebied Leidsche Rijn Centrum' van 15 april 2015 bent u hierover geïnformeerd. Om de effecten van de komst van een Foodmarkt naar Leidsche Rijn Centrum voor de omliggende winkelcentra inzichtelijk te maken, is een extern bureau gevraagd de eventuele gevolgen te onderzoeken (BRO, 2015: 'Ruimtelijk-Economische effecten supermarktontwikkeling Leidsche Rijn Centrum, Gemeente Utrecht'). Het onderzoek geeft aan dat de komst van een foodmarkt minder concurrerend is voor het bestaande dagelijkse winkelaanbod in de wijken dan een reguliere supermarkt. Ook constateert dit onderzoek dat het totale winkelaanbod in het dagelijks segment in



Leidsche Rijn en Vleuten- De Meern fors achterblijft ten aanzien van het aantal bewoners. BRO komt tot de conclusie dat ook met een foodmarkt een evenwichtige verdeling van dagelijkse voorzieningen over de wijken 9 (Leidsche Rijn) en 10 (Vleuten-De Meern) ontstaat. Met de komst van een Foodmarkt komt er een belangrijke trekker. Dat is belangrijk, want op dit verzorgingsniveau zijn in de huidige marktsituatie maar beperkt alternatieven aanwezig. Bovendien zal de spin-off van een Foodmarkt door haar aard (specialiteiten, horeca, sfeer, productdemonstraties) en doelgroepen (modaal-plus, recreatief bezoeker en regiobezoekers) groter zijn dan bij de ontwikkeling van regulier winkelaanbod in het oorspronkelijk geplande buurtwinkelcentrum. Verschillende ondernemers in Leidsche Rijn maken zich echter zorgen over de negatieve effecten van een Foodmarkt op de omliggende winkelcentra en hebben een kort geding aangespannen om de komst van een Foodmarkt tegen te gaan.

In De Meern hebben lange tijd plannen gespeeld om een nieuw centrum rond de Meerndijk te realiseren. Het winkelaanbod aan de Meerndijk en het Mereveldplein zouden hierheen worden verplaatst. De herontwikkeling bleek echter financieel niet haalbaar en het opheffen van winkelcentrum Mereveldplein niet realistisch. Vanuit de winkelstructuur en markttechnisch bezien zijn twee winkelcentra in De Meern niet wenselijk en het risico van bouwen voor de leegstand is te groot. In 2012 heeft het college van B&W daarom geconcludeerd dat het niet realistisch is nog te veronderstellen dat het Centrumplan De Meern gerealiseerd gaat worden. Tijdens de 'De Meern-conferentie' in het najaar van 2012 is een nieuw startpunt gegeven voor het centrum de Meern, waarbij voor de publieksgerichte voorzieningen de focus ligt op het Mereveldplein. De nieuwe eigenaar, Hoorne Vastgoed, heeft het winkelcentrum opgeknapt. Er is een nieuwe gevel en het supermarktaanbod is uitgebreid door de toevoeging van Vomar als tweede supermarkt naast de bestaande Albert Heijn. Hierbij is ook het winkeloppervlakte iets uitgebreid. Daarnaast is de openbare ruimte verbeterd, waardoor het plein als ontmoetingsplek aantrekkelijker is gemaakt en het laden/lossen en parkeren zijn verbeterd. De gemeente Utrecht heeft financieel bijgedragen uit ISV-3 middelen. Het winkelcentrum is inmiddels heropend.

# Noordoost

De wijk Noordoost telt per 1 januari 2015 37.600 inwoners. Het winkelaanbod is kleinschalig en beperkt van omvang. Zowel de omvang van het dagelijks als het niet-dagelijks winkelaanbod per 1.000 inwoners blijven achter.

## Analyse winkelgebieden:

- ▶ De Bovenhuizen, een buurtwinkelcentrum met voornamelijk dagelijks aanbod bestaande uit o.a. Jumbo, Kruidvat, Mitra, bakker en groentewinkel.
- ▶ Willem van Noortplein, het tweede voorzieningen-cluster in Votulast met als belangrijkste trekker Albert Heijn. Daarnaast overig dagelijks en niet-dagelijks aanbod en horeca.
- ▶ De Biltstraat heeft als stedelijke radiaal een duidelijk gemengd karakter met een combinatie van winkels, horeca en dienstverlening. Relatief gezien is de winkelfunctie hier beperkt. Het dagelijks cluster is geconcentreerd rondom de Jumbo supermarkt met als primair marktgebied Wittenvrouwen. De dienstverlening werd lange tijd gedomineerd door de vele uitzendbureaus. De laatste jaren verdwijnen deze en komen de panden leeg te staan, die veelal worden ingevuld door horeca of andere dienstverlening.
- ▶ Winkelcentrum De Gaard is een goed functionerend winkelcentrum gericht op de boodschappen en frequent benodigde artikelen. Het winkelcentrum is echter veel te klein voor de functie die het vervult binnen het primaire marktgebied Tuindorp, Tuindorp Oost en Voordorp. Dit leidt tot knelpunten op het gebied van bevoorrading en parkeren en veel afvloeiing naar andere winkelgebieden.
- ▶ Het buurtsteunpunt aan de Jan van Galenstraat is kleinschalig en de supermarkt is hier inmiddels verdwenen. De units zijn nu gevuld, maar bij een afnemende winkelfunctie moeten hier de mogelijkheden voor invulling met andere (economische) functies worden benut.
- ▶ Daarnaast zijn er nog verspreid voorzieningen in de wijk, voor zolang de huidige bedrijven kunnen blijven functioneren.

## Beleid en acties

Het detailhandelsbeleid in Noordoost is vooral gericht op het op peil brengen van het dagelijks

winkelaanbod en het meer binden van de eigen inwoners. In dat kader is de vernieuwing en uitbreiding van winkelcentrum de Gaard essentieel. Marktruimte en perspectief zijn aanwezig. Al jaren geleden zijn de eigenaar, ontwikkelaar en de gemeente gestart met het plan om tot vernieuwing en uitbreiding van het winkelcentrum te komen en dit wordt ondersteund door de zittende winkeliers. Dit is een lang en intensief traject geweest, waarin veel aandacht is uitgegaan naar de financiële haalbaarheid van het plan, draagvlak in de buurt, omvang van de uitbreiding, verbetering van de openbare ruimte en een goede stedenbouwkundige inpassing. De gemeenteraad heeft afgelopen juni ingestemd met het plan voor de herontwikkeling van winkelcentrum De Gaard en omgeving. Bij de behandeling in de gemeenteraad zijn nog wijzigingen doorgevoerd via amendementen. Uitgangspunt is een uitbreiding van het winkelcentrum met 3.865 m<sup>2</sup> bvo. Recent uitgevoerd onafhankelijk distributie planologisch onderzoek bevestigt de noodzaak én marktruimte voor uitbreiding en vernieuwing van het winkelcentrum (Strabo 2014: 'Effectenanalyse uitbreiding winkelcentrum De Gaard'). De gemeentegrond zal worden verkocht aan ontwikkelaar TOP Vastgoed en de ontwikkelaar en eigenaar zullen met de opbrengsten van de gemeentegrond zelf de infrastructuur en openbare ruimte uitvoeren conform het inrichtingsplan. In de grondovereenkomst zal tevens worden opgenomen dat de gemeente een bijdrage levert van € 100.000,- voor de kwaliteitsverbetering van de openbare ruimte ter versterking van het vestigingsklimaat van winkelcentrum De Gaard. Deze middelen komen uit de gereserveerde middelen voor transformatie winkelgebieden ter uitvoering van amendement Werkgever Centraal 2012/A65. De volgende fase is dat nu gewerkt gaat worden aan de nadere planuitwerking en de vergunningaanvragen (voor de bouw en het bestemmingsplan) om de uitvoering van de nieuwbouw, verbouw en de herinrichting te kunnen starten.

Beleidsuitgangspunt is verder het behouden van de huidige dagelijkse verzorgingsstructuur in Noordoost. Voor de Biltstraat betekent dit aandacht voor behoud van de supermarkt met omliggend (dagelijks) aanbod.

# Noordwest

De wijk noordwest telt 43.850 inwoners. De Amsterdamsestraatweg (ASW) loopt als belangrijke verkeersader door de wijk en hier zijn ook de meeste voorzieningen gevestigd. Omdat de straat erg lang is, kan deze functioneel niet als één gebied worden gezien. Voor wat betreft de winkelfunctie en overige voorzieningen kunnen verschillende deelgebieden worden onderscheiden: ASW Zuid, ASW Midden en ASW Noord.

## Analyse winkelgebieden

- ▶ ASW Zuid loopt vanaf de kop van de ASW tot aan de spoorviaduct. Hier zijn aan het begin 3 supermarkten gevestigd (AH, Aldi en Ekoplaza) en verder richting spoorviaduct gaat het winkelaanbod al snel over in horeca en diensten van wisselende kwaliteit.
- ▶ ASW Midden is groot met een zeer divers aanbod. In het gebied van de spoorviaduct tot aan de Acaciastraat is het aanbod kleinschalig en zeer wisselend van kwaliteit. Het meeste aanbod is te typeren als etnische persoonlijke dienstverlening (kappers, schoonheidssalons) en etnische horeca (grillroom, fastfood). Ongeveer een derde van het aantal panden heeft een winkelfunctie, waarvan de onlangs gevestigde Big Bazar de belangrijkste trekker is. Verderop in de straat is winkelcentrum de Plantage gevestigd. Dit is een vrij recent ontwikkeld gebied met een boodschappenfunctie voor het omliggend gebied. Belangrijkste trekkers zijn Plus, Zeeman en Action. Voorbij de Plantage wordt de ASW een gemengd gebied: winkels en voorzieningen worden onderbroken door woningen en pleinen.
- ▶ ASW Noord. Dit is het Zuilense deel met winkels, horeca en diensten langs de straat en iets noordelijker winkelcentrum De Punt.
- ▶ Buurtwinkelcentrum Rokade ligt een stuk van de ASW af, ook in Zuilen, en is een vrij nieuw winkelgebied. Compact, compleet met goed parkeren.

De ASW heeft het moeilijk, vooral ASW Midden. Dit winkelgebied verliest al jaren marktaandeel. De aantrekkingskracht wordt minder waardoor er minder bestedingen uit Noordwest en elders in dit winkelgebied terechtkomen. De leegstand is hier hoog (8,6% van het winkelvloeroppervlakte winkels). Als gevolg van de economische situatie, internet,

veranderend consumentengedrag en de concurrentie met andere winkelgebieden zal de vraag naar winkelmeters verder afnemen. Dit zal leiden tot meer leegstand.

## Beleid en acties

Veel aandacht gaat uit naar de ASW. Inwoners, ondernemers, vastgoedeigenaren, gemeente en experts werken intensief samen met het doel de ASW naar de toekomst toe leefbaar en aantrekkelijk te maken. In dat kader is in 2014 de Ontwikkelstrategie Amsterdamsestraatweg door de gemeenteraad vastgesteld die bestaat uit een combinatie van maatregelen, instrumenten en projectinitiatieven. Onderdeel van de ontwikkelstrategie is het brancheplan dat voor ASW Zuid en ASW Midden is opgesteld. Hierin wordt voorgesteld detailhandel in vooral de foodsector en horeca op enkele kansrijke locaties te versterken. Daar waar economisch minder kansen liggen wordt geadviseerd om functiewijzigingen, vooral naar wonen, na te streven. Er is een loket ingesteld waar pandeigenaren terecht kunnen als ze in een transformatiegebied detailhandel, dienstverlening of horeca willen omzetten naar wonen. De extra inzet van de winkelstraatmanager is belangrijk bij de uitvoering van het brancheplan, zowel voor de samenwerking en organisatie als voor het aantrekken van nieuwe formules. Een biologische horecaonderneming heeft onlangs een vestiging van GIJS (2e vestiging) geopend in een pand waar voorheen overlast gevende horeca was gevestigd. Daarnaast wordt door intensieve handhaving de leefbaarheid en het vestigingsklimaat verbeterd. Actuele informatie over de ASW en Ontwikkelstrategie is te vinden in de commissiebrief 'Amsterdamsestraatweg: stand van zaken en motie 107' van 17 september 2015.

# Oost

Oost heeft per 1 januari 2015 32.165 inwoners. Winkelaanbod is gevestigd in winkelgebieden en is ook verspreid gelegen. Aan de Koningsweg tuincentrum Intratuin.

## Analyse winkelgebieden

- ▶ Maliekwartier. Dit winkelgebied bestaat uit 2 straten die een belangrijke verbinding verzorgen tussen Utrecht Oost en de Binnenstad: de Nachtegaalstraat en de Burgemeester Reigerstraat. De Maliebaan ligt hier centraal tussenin. Charme van dit winkelgebied is de aantrekkelijke aanbodmix. Winkels, dienstverlening en horeca wisselen elkaar af, net als dagelijks en niet-dagelijks aanbod en ketenbedrijven (Albert Heijn, Hema) en unieke zelfstandige winkels.
- ▶ Puur Oost bestaat uit twee historisch gegroeide en aan elkaar grenzende stadsstraten. Beide straten hebben gemeen de relatie met de buurt, de aanwezigheid van het ziekenhuis en ligging aan stedelijke invalswegen. Het aanbod in het gecombineerde gebied Puur Oost is gemengd, bijzonder, specialistisch en kleinschalig. De winkelfunctie is relatief beperkt: van de totaal 38 vestigingen zijn er 18 winkels. De hier gevestigde Plus supermarkt heeft uitbreidingsplannen.
- ▶ Boudierhof. Dit is een vrij nieuw buurtwinkelcentrum gericht op de dagelijkse en frequent benodigde artikelen. Belangrijkste trekkers: Jumbo, Kruidvat, Zeeman, Blokker, Etos. Vanwege fysieke beperkingen in andere winkelgebieden in Oost heeft de noodzakelijke schaalvergroting van het (dagelijks) winkelaanbod hier plaatsgevonden.

## Beleid en acties

Beleidsdoelstelling is het behouden van de kwalitatief hoogwaardige centrale winkelfunctie van het Maliekwartier. Dit vraagt om blijvende aandacht voor de juiste randvoorwaarden op gebied van openbare ruimte, verkeerssituatie en bevoorrading. De dagelijkse verzorgingsfunctie van Puur Oost en Boudierhof willen we in stand houden. De schaalvergroting van de huidige Plus supermarkt aan de Adriaan van Ostadelaan in Puur Oost is in dat kader wenselijk, net als meer aandacht voor eenheid, ruimtelijke samenhang en een goede oversteekbaarheid van de weg.



# Overvecht

In Overvecht wonen 33.750 mensen en hier is in totaal bijna 60.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak aanwezig. Overvecht heeft, gerelateerd aan het aantal inwoners, na de Binnenstad en Zuidwest het grootste winkelvloeroppervlak. Dit komt vooral door de aanwezigheid van het stadsdeelcentrum Overvecht en het perifere winkelaanbod in de Gagelpolder (tuincentrum Overvecht) en op bedrijventerrein Nieuw Overvecht (bouwmarkt, supermarkt, woondetailhandel en overige volumineuze detailhandel). Zij trekken niet alleen veel klanten uit de eigen wijk, maar ook uit geheel Utrecht en de omliggende gemeenten.

## Analyse winkelgebieden

- ▶ Shoppingcenter Overvecht, een stadsdeelcentrum. Met meer dan 100 units (winkels, horeca etc.) is het, voor een groot gedeelte overdekte, winkelcentrum zowel in grootte als in bestedingen het tweede van de stad Utrecht (m.u.v. Woonboulevard). Mensen uit heel de stad komen hier hun boodschappen halen. Ruim de helft van de wijkbewoners doet hier dagelijks of wekelijks de boodschappen. Parkeergelegenheid is in ruime mate aanwezig en gratis. Grote en kleinere parkeerplaatsen zijn gelegen rond het centrum. In het winkelcentrum zijn de meeste grote ketens vertegenwoordigd en er bevinden zich drie supermarkten: Albert Heijn, Lidl en Hoogvliet. Naast winkels zijn ook dienstverleners en horeca gevestigd in het centrum. Zowel het wijkbureau als de bibliotheek is hier gehuisvest. Op donderdag vindt er bij dit winkelcentrum een markt plaats. De noordwestzijde van het winkelcentrum is het zwakkere gedeelte. Inmiddels ontstaat hier aan de Zamenhofdreef (buiten én binnen) steeds meer leegstand.
- ▶ De Klop. Dit is een wijkwinkelcentrum waar ca. 25 ondernemers zijn gevestigd. Er bevinden zich twee supermarktvestigingen: een Lidl en Meltem Plaza, een multiculturele supermarkt. In 2008 is het winkelcentrum uitgebreid middels de toevoeging van een nieuwe voorzieningenplint. De invulling hiervan is moeizaam verlopen. In het verleden gevestigde winkels als Blokker, drogist, slager en groente speciaalzaak zijn inmiddels verdwenen en zijn ingevuld door ander aanbod of staan leeg. De leegstand is toegenomen en bedraagt nu ca. 8 units
- ▶ Winkelcentrum Overkapel. In 2009 is het winkelcentrum helemaal nieuw opgebouwd, na een periode van veel onveiligheid en overlast. Vergeleken met de situatie van voor 2009 is de winkelfunctie duidelijk versterkt, vooral in de dagelijkse sector door de uitbreiding van beide supermarkten Jumbo en Aldi. Ook hebben zich relatief veel zelfstandig ondernemers in het gebied gevestigd.
- ▶ Winkelcentrum Gagelhof. Hier zijn 15 ondernemers gevestigd. Ook dit winkelcentrum is een aantal jaren terug helemaal vernieuwd. De belangrijkste trekker is supermarkt Dirk van den Broek. Op dit moment is geen sprake van leegstand in het winkelcentrum.
- ▶ Arno Tiberdreef. Dit is een kleine voorzieningenstrip vlakbij de moskee en station Overvecht. Er zijn 14 ondernemers gevestigd. Zowel winkels, horeca als dienstverlening. De meeste winkels bevinden zich in de dagelijkse artikelsector. Kenmerkend is het kleinschalige winkelaanbod en het ontbreken van een volwaardige supermarkt. Hoewel de uitstraling van de Arno Tiberdreef te wensen overlaat en de verzorgingsfunctie voor de wijk zeer beperkt is, is er op dit moment geen sprake van leegstand. De voorzieningenstrip voorziet in een vestigingsbehoefte.
- ▶ Buurtsteunpunten Theemsdreef en Gangesdreef. Zij hebben een beperkte functie als buurtsteunpunt. De Hoogvliet aan de Theemsdreef is verdwenen en ingevuld door Meltem Plaza. Verder zijn hier een cafetaria, fietswinkel, kapper en stomerij gevestigd. Aan de Gangesdreef is het dagelijks aanbod ingevuld door een kleinschalige supermarkt. Er is geen leegstand. Ook hier voorzien de voorzieningenstrips in een vestigingsbehoefte.

## Beleid en acties

Shoppingcenter Overvecht is belangrijk voor de wijk en de stad. Ingrepen zijn wenselijk om de attractiviteit van het winkelcentrum te behouden. Lange tijd hebben Synchron/Amvest en de gemeente Utrecht samengewerkt om tot een grootschalige vernieuwing en uitbreiding van het centrumgebied Overvecht te komen. Onderdeel hiervan was de toevoeging van ca. 11.500 m<sup>2</sup> winkelaanbod aansluitend aan

Winkelcentrum Overvecht. Dat plan is echter niet doorgegaan, vooral als gevolg van de economische crisis en de daaruit voortkomende ontwikkelingen op de vastgoedmarkt en de veranderende retailmarkt. De samenwerkingsovereenkomst tussen Synchroon/Amvest en de gemeente Utrecht is begin 2014 ontbonden. De eigenaren van het winkelcentrum, verzameld in de Coöperatieve Vereniging van Eigenaren (CVvE), richten zich nu op het versterken van het bestaande winkelcentrum. Zo zijn ze dit jaar gestart met een verbetering van de binnenzijde van het winkelcentrum. Ook voor de buitenzijde zijn er plannen tot renovatie met daarbij een beperkte uitbreiding van winkelvloeroppervlak. Door een aantal winkelformules te herpositioneren, andere functies (horeca) toe te voegen en op strategische plekken uit te breiden kan de aantrekkingskracht van het winkelcentrum worden vergroot. Gemeente en CVvE zijn voornemens dit vast te leggen in een samenwerkingsovereenkomst. Vanuit het project Wijkeconomie en Kleinschalig Ondernemerschap (EFRO) is er in 2014 circa € 150.000,- besteed aan de uitvoering van een aantal quick wins, waardoor de doorstroming van het verkeer rondom het winkelcentrum is verbeterd. Samen met ondernemers, bewoners en eigenaren wordt er nu gekeken hoe de openbare ruimte nog verder geoptimaliseerd kan worden. Voor de strook aan de Brailledreef zijn plannen voor woningbouw in ontwikkeling.

De Klop staat economisch onder druk. De leegstand neemt toe en omdat winkels steeds meer worden ingevuld door niet-winkels neemt de winkelfunctie af. Het behouden van Lidl is voor de levensvatbaarheid van het winkelcentrum en de dagelijkse verzorgingsfunctie essentieel. Lidl heeft aangegeven in De Klop te willen blijven, als zij op deze locatie kan uitbreiden. Gemeente, eigenaar en Lidl zijn hierover in gesprek.

De vernieuwingen en uitbreidingen van de winkelcentra Gagelhof en Overkapel hebben geleid tot de wenselijke schaalvergroting van het (supermarkt) aanbod en een versterking van de buurtverzorgende functie in Overvecht. Beide winkelcentra hebben een positie als dagelijkse aankoopcentrum. Beleidsuitgangspunt is deze functie te behouden. De aanwezigheid van sterk supermarktaanbod is daarom essentieel.

Door de kwaliteitsverbetering en schaalvergroting van winkelcentra in Overvecht is het winkelaanbod in vooral de dagelijkse sector de afgelopen 10 jaren fors toegenomen. Naar de toekomst toe is er nog weinig ruimte om winkelaanbod in de supermarktsector en dagelijkse artikelensector uit te breiden. Daarom worden alleen uitbreidingen gefaciliteerd in bestaand (supermarkt)aanbod en als deze voor een gezonde winkelstructuur wenselijk en/of noodzakelijk zijn (waaronder bijvoorbeeld de uitbreiding van de supermarkt in winkelcentrum De Klop en de verplaatsing en uitbreiding van Lidl in Shoppingcenter Overvecht).

De Arno Tiberdreef, Theemsdreef en Gangesdreef vervullen een beperkte buurtverzorgende functie. Hier zijn geen mogelijkheden voor uitbreidingen of grote investeringen. Bij het eventueel wegvallen van de winkelfunctie zijn deze locaties geschikt voor andersoortige commerciële en niet commerciële invullingen.

# West

In deze wijk wonen 28.554 inwoners (januari 2015). Van oudsher is de winkelstructuur in West vrij versnipperd, kleinschalig en beperkt van omvang. De gewenste modernisering heeft door complexe planvorming rond de belangrijkste ontwikkelingen lang op zich laten wachten, maar is inmiddels nagenoeg gereed.

## Analyse winkelgebieden

- ▶ Kanaalstraat/Damstraat. Dit is de belangrijkste aankooplocatie voor de inwoners van West. Een uniek winkelgebied met een sterke nadruk op kleinschalig, allochtoon aanbod. Levensmiddelen zijn sterk vertegenwoordigd en beslaan 27% van het aanbod. Daarnaast is er relatief veel horeca en dienstverlening gevestigd. Er is weinig leegstand. De Kanaalstraat is een belangrijke radiaal voor fiets- en autoverkeer tussen de binnenstad en de westkant van de stad. Er is sprake van tweezijdig langsparkeren (betaald). Het winkelgebied vormt een bruisende, chaotische mix van economische activiteit en verkeer en is tegelijkertijd een ontmoetingsplaats voor veel mensen. De winkels worden veelal dagelijks bevoorrad en vooral in het drukste gedeelte is vuilopslag een terugkerend thema. Het winkelgebied vervult vooral een functie voor de wijk zelf: het overgrote deel van de bestedingen in de Kanaalstraat/Damstraat komt uit West (86%. Bron: Winkelatlas gemeente Utrecht 2011). De toevloeiing naar het winkelgebied is dus gering. Dit is opvallend, aangezien het winkelgebied tot ver buiten de gemeentegrenzen bekend is.
- ▶ Kop van Lombok. De plannen voor deze ontwikkeling dateren al uit de jaren 90. De nieuwe Ulu moskee is gereed en recent zijn het geplande winkelaanbod van 2.400 m<sup>2</sup> en bijbehorende parkeervoorziening gerealiseerd. Albert Heijn heeft hier een supermarkt van een moderne omvang, het betreft een verplaatsing van de kleinere Albert Heijn supermarkt aan de Damstraat.
- ▶ Winkelcentrum Groeneweg. Het tot voor kort verpauperde centrum wordt gemoderniseerd tot een modern centrum voor de wijk Lombok met twee grote supermarkten en een aantal kleine tot middelgrote units met een parkeerdek

en woningen. De eerste fase van het nieuwe winkelcentrum is eind 2014 open gegaan. De twee al zittende supermarkten zijn hierheen verhuisd en uitgebreid. Fase twee is naar verwachting begin 2016 gereed. De aanwezigheid van de supermarkten en de aanwezige (gratis) parkeergelegenheid maakt Groeneweg geschikt voor de wekelijkse boodschappen.

- ▶ Händelstraat. Het bescheiden buurtcentrum wordt uitgebreid met een grote supermarkt en twee kleinere units. Dit winkelgebied vervult vooral een functie voor de inwoners uit Oog en AI.

## Beleid en acties

Met de komst van de Kop van Lombok en het vernieuwde winkelcentrum Groeneweg is de winkelfunctie in Lombok versterkt en de aanbodachterstand ingelopen. Dit is een kans om meer wijkbewoners aan zich te binden en enige toevloeiing uit overige wijken te verwachten. Ditzelfde geldt voor de Händelstraat in de buurt Oog en AI. Beleidsaandachtspunt is de ontwikkeling en positionering van de Kanaalstraat/Damstraat. Met een sterker geworden omliggend concurrentieveld is het voor een duurzaam toekomstig functioneren voor de Kanaalstraat/Damstraat belangrijk om de onderscheidende kenmerken goed in beeld te hebben. Economische Zaken heeft daarom onderzoek laten verrichten naar de functie en toekomstbestendigheid van dit winkelcentrum. Het advies is om de Kanaalstraat/Damstraat te positioneren als een winkelgebied waar boodschappen doen een unieke ervaring biedt: een breed en diep assortiment aan levensmiddelen, aangevuld met ondersteunend aanbod in non-food, specialiteiten en diensten, scherp geprijsd, van goede kwaliteit, kleurrijk en divers. De positionering is door vertaald naar een brancheringsprofiel. In grote lijnen functioneert de huidige branchemix. Op detailniveau is ruimte om aanbodkwaliteit toe te voegen of ontwikkeling te stimuleren op strategische locaties. Uiteraard is het aan de direct belanghebbenden om dit verder in te vullen, de middelen van de gemeente zijn beperkt om dit te reguleren. Wel kunnen de voorgestelde aanpassingen worden meegenomen in de doelstellingen van de Wijk Ontwikkel Maatschappij Lombok.

# Zuid

De wijk telt 27.200 inwoners. In Zuid zijn drie winkelgebieden die samen goed zijn voor ca. 11.500 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak. Buiten deze winkelgebieden is er nog bijna 2.000 m<sup>2</sup> wvo verspreid gevestigd.

## Analyse winkelgebieden

- ▶ Smaragdplein. Dit is het grootste winkelcentrum van de wijk en vervult een wijkfunctie voor Hoograven en Tolsteeg, maar trekt ook klanten daarbuiten. Daarnaast is er nog horeca en aardig wat dienstverlening aanwezig. Het winkelcentrum is een aantal jaren geleden uitgebreid en beschikt sindsdien over o.a. 2 moderne supermarkten, zowel een full-service als discountsupermarkt, een drogist en Blokker. Het winkelcentrum heeft een compleet aanbod en kent op dit moment geen leegstand. Het niet-dagelijks aanbod op het Smaragdplein staat hier wel onder druk. Zo is recent Bart Smit van het Smaragdplein vertrokken en er dreigt leegstand omdat een aantal ondernemers heeft aangegeven mogelijk te gaan vertrekken. Ondernemers zien de mogelijke invoering van betaald parkeren als een grote dreiging.
- ▶ Hart van Hoograven. Het winkelaanbod was hier kleinschalig en versnipperd, aan beide zijde van 't Goylaan gelegen. Enkele jaren geleden is het winkelcentrum nieuw gebouwd en is een groot aantal winkels naar de nieuwe winkelconcentratie verhuisd. De openbare ruimte en het parkeren zijn verbeterd. Het winkelaanbod bestaat uit o.a. uit een supermarkt van een moderne omvang, bakker, dagelijks aanbod in de vorm van 2 minisupermarkten, een fietswinkel en horeca/dienstverlening. Er is geen leegstand.
- ▶ Lunetten. Dit winkelcentrum vervult een functie voor het vrij afgesloten primaire marktgebied Lunetten (ca. 11.600 inwoners). Het dagelijks aanbod is compleet met 2 supermarkten van moderne omvang (beide ca. 1.100 m<sup>2</sup> wvo) en levensmiddelen speciaalzaken. Daarnaast is niet dagelijks aanbod aanwezig. De afgelopen tijd zijn meerdere ondernemers uit het winkelgebied vertrokken en voor de beschikbare panden worden nieuwe invullingen gezocht.

## Beleid en acties

Met de herontwikkeling en uitbreiding van de winkelgebieden Smaragdplein en Hart van Hoograven is het winkelaanbod voor de inwoners uit Tolsteeg en Hoograven op peil. De wijk- en buurtverzorgende functie van deze centra willen we behouden. Met het oog op de dreigende leegstand in vooral Smaragdplein is monitoring essentieel. De leegkomende panden worden bij voorkeur ingevuld door detailhandel of publieksgerichte functies als dienstverlening en horeca. Bij langdurige leegstand is functieverandering naar maatschappelijke functies op medisch gebied (tandarts, fysio e.d.) en in de sport (fitness, dans e.d.) een mogelijkheid. Dit is altijd maatwerk en afhankelijk van de ligging in het winkelgebied. Als betaald parkeren in het marktgebied van Smaragdplein zal worden ingevoerd, is een goede maatwerkoplossing voor het Smaragdplein noodzakelijk voor een toekomstbestendig voortbestaan. Winkelcentrum Lunetten vervult de wijkfunctie voor Lunetten en deze willen we behouden. De routing, zichtbaarheid en verblijfsklimaat zijn aandachtspunten. De routing is vooral een gevolg van de stedenbouwkundige opzet. Ondernemers, eigenaar en de gemeente hebben gezamenlijk het initiatief genomen om het verblijfsklimaat te verbeteren. Het winkelcentrum is opnieuw geverfd, heeft een nieuw logo en een nieuw lichtplan. Het plein is aan het eind van dit jaar opnieuw ingericht. De gemeente heeft hieraan bijgedragen met middelen uit amendement A65 Werkgever Centraal voor de aanpak van winkelgebieden. Net als in Smaragdplein is de leegstand in Lunetten aandachtspunt. De winkeliersvereniging heeft samen met hun winkelstraatmanager onlangs een stickeractie georganiseerd, waarbij bewoners kunnen aangeven welke winkels ze graag in het winkelgebied zouden willen.



# Zuidwest

De wijk telt 37.263 inwoners. In de wijk is veel winkelaanbod aanwezig: ruim 125.500 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak. Driekwart hiervan is te vinden op de Woonboulevard Utrecht. Dit themawinkelgebied heeft een functie voor stad en regio. Stadsdeelcentrum Kanaleneiland is verreweg het grootste winkelcentrum in Zuidwest. Daarnaast zijn in Zuidwest wijk- en buurtwinkelcentra aanwezig.

## Analyse winkelgebieden

- ▶ Woonboulevard Utrecht. Dit winkelgebied omvat bijna 95.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlakte. Het gaat hier om zaken in de woninginrichtingsbranche. Belangrijkste trekker is Ikea, die recent is vernieuwd en uitgebreid. Ikea heeft hiermee in Utrecht de grootste vestiging van Nederland gerealiseerd. Woonboulevard Utrecht behoort tot de grotere van Nederland. In het algemeen hebben woonboulevards het moeilijk. De bestedingen in de woninginrichtingsbranche zijn jaren achter elkaar afgenomen en de concurrentie is groot: er zijn veel (kleinere) woonboulevards in Nederland. Woonboulevard Utrecht is desondanks één van de meest succesvolle in Nederland. De succesfactoren zijn: ligging centraal in de regio en langs de A12, de goede bereikbaarheid en het omvangrijke, onderscheidende keuzeaanbod. Ikea heeft de beschikking over een eigen, ruime parkeergelegenheid. Op andere plekken is er op piekmomenten een hoge parkeerdruk.
- ▶ Grootwinkelcentrum Kanaleneiland. Dit kleinere stadsdeelcentrum telt ca. 70 winkelunits. Er bevinden zich relatief veel landelijke ketens en filiaalbedrijven en er zijn twee grote full service supermarkten gehuisvest (Vomar en Albert Heijn). Het winkelcentrum heeft een belangrijke verzorgingsfunctie in de wijk Zuidwest en trekt ook klanten uit omliggende wijken. In de niet-dagelijkse sector zijn C&A en Action belangrijke trekkers. In de directe omgeving bevindt zich veel gratis parkeergelegenheid in de vorm van twee parkeervelden, langsparkeren en een grote gebouwde garage, waar het eerste anderhalf uur parkeren ook gratis is. In het winkelcentrum is sprake van leegstand.

- ▶ Naast het stadsdeelcentrum heeft Kanaleneiland twee kleinschalige buurtwinkelcentra. Vasco da Gamalaan heeft een vestiging van Lidl en Meltem Plaza. Winkelgebied Rijnbaan is een aantal jaren geleden vernieuwd en naar buiten gekeerd. Sindsdien oogt en functioneert Rijnbaan beter dan voorheen. De belangrijkste trekker is Aldi. Daarnaast is er een aantal kleinere winkels gevestigd.
- ▶ Kleinschalig aanbod is er in de buurtsteunpunten Marco Pololaan, Bernadottelaan, Bijkershoeklaan en Van Heuven Goedhartlaan. Vanwege het ontbreken van een supermarkt is de verzorgende functie beperkt.
- ▶ Centrum Rivierenwijk. Dit winkelgebied concentreert zich vooral langs de hoek Rijnlaan/Balijelaan. Er bevinden zich hier een vestiging van o.a. Albert Heijn en Kruidvat. Daarnaast zijn er veel zelfstandig ondernemers gevestigd. Dit gebied betreft een doorgaande route en kent een hoge parkeerdruk. Langs de Rijnlaan treffen we een combinatie van winkels, commerciële voorzieningen en horeca, afgewisseld met, aan de zuidzijde, woningen. De afgelopen jaren neemt de leegstand toe en treedt er meer menging met maatschappelijke dienstverlening en horeca op.

## Beleid en acties

De positie van Woonboulevard Utrecht rondom het thema in/om het huis willen we behouden en versterken. De uitbreiding en vernieuwing van Ikea is hierin een belangrijke stap. Daarnaast zijn er twee jaar geleden verschillende initiatieven voor uitbreiding voorgelegd. Deze zijn nog niet tot uitvoering gebracht. Om bij deze nieuwe initiatieven de concurrentiepositie van de woonboulevard en de samenhang van de totale ontwikkeling in beeld te hebben, is voor zowel ondernemers als gemeente een toekomstbeeld en toetsingskader belangrijk. Deze zijn vastgelegd in het in 2014 door het college vastgestelde ontwikkelingskader woonboulevard. U bent hierover in de commissiebrief 'Ontwikkelingskader woonboulevard Kanaleneiland' van 8 mei 2014 geïnformeerd. De hoofdlijnen zijn: nieuwe initiatieven concentreren in het kerngebied (gebied omsloten

door Zeelant-, Vrieslant- en Hollantlaan), een vastgestelde uitbreidingsruimte voor de toevoeging van woondetailhandel, parkeren op eigen terrein en inrichting van de openbare ruimte volgens de principes herkenbaarheid, veiligheid en verblijfskwaliteit. Het budget van € 300.000,- dat binnen het speerpunt Werklocaties uit de Economische Agenda 2012-2018 is gereserveerd voor de Woonboulevard zal worden ingezet voor een kwaliteitsimpuls in de openbare ruimte in het kerngebied. De afgelopen jaren hebben de ondernemers een aantal keer te kennen gegeven dat de parkeerdruk op straat in grote delen van de Woonboulevard hoog oploopt. Onderzoek in 2011 door de gemeente heeft inderdaad aangetoond dat de parkeerdruk hoog is. Dit komt doordat de parkeerruimte door de week voor een substantieel deel wordt gebruikt door mensen die werken buiten de Woonboulevard en door personeel van de Woonboulevard. Hierdoor is er niet altijd voldoende parkeerruimte voor de bezoekers. Gemeenten en ondernemers zijn sindsdien met elkaar in gesprek over maatregelen, waaronder de invoering van een blauwe zone. Inmiddels is besloten om geen blauwe zones toe te passen. De invoering van betaald parkeren met korte venstertijden op werkdagen is wel een mogelijke maatregel voor de Woonboulevard.

Voor winkelcentrum Kanaleneiland zijn al lang uitbreidingsplannen. Oorspronkelijk werd uitgegaan van een winkeltoevoeging van 10.000 m<sup>2</sup>, later is dit gezien de trends en ontwikkelingen in de detailhandel en de plannen in Utrecht al bijgesteld naar 6.000 m<sup>2</sup>. Inmiddels is de koers ingrijpend veranderd: niet langer wordt uitgegaan van een substantiële uitbreiding van 12.000 – 6.000 m<sup>2</sup> aan de andere zijde van de Trumanlaan, maar wordt door de eigenaar ingezet op kwalitatieve verbetering op de bestaande locatie. De eigenaar gaat zijn winkelcentrum renoveren en de uitstraling verbeteren, waarbij sprake is van een beperkte uitbreiding van het winkelvloeroppervlak van maximaal 1.500 m<sup>2</sup> (Commissiebrief 'Stand van zaken Kanaleneiland Centrum', 8 april 2015). Belangrijke aandachtspunten zijn hier voor de gemeente het (toekomstig) parkeerregime en het verbeteren van de openbare ruimte.

Uitgangspunt is het behouden van de fijnmazige structuur voor de dagelijkse artikelen in de winkelgebieden Vasco da Gama, Rijnbaan en Centrum Rivierenwijk. Gezien onder andere de schaalvergroting van het winkelaanbod en de toegenomen mobiliteit van de consument is dit een uitdaging. Specifiek zijn er zorgen over Centrum Rivierenwijk. In deze stedelijke radiaal ontstaat steeds meer leegstand en verandert de marktvraag. In toenemende mate worden verzoeken ingediend voor andere initiatieven in de persoonlijke en medische dienstverlening. Om een goed beeld te krijgen van de huidige trends en ontwikkelingen in het winkelgebied is in 2014 in opdracht van Economische Zaken en Wijkbureau Zuidwest een onderzoek uitgevoerd naar het functioneren. De resultaten hiervan zijn in 2015 besproken met de ondernemers uit de wijk. Eén van de conclusies is om de commerciële functies, zoals winkels en dienstverlening, zoveel mogelijk te concentreren in het kerngebied dat is gelegen tussen Rijnlaan 31 en het tegenovergelegen Rijnlaan 34 tot en met de kop van het winkelcentrum aan de Balijelaan rond het plein van de Balijelaan en Rijnlaan Noord. Voor dit gebied is het uitgangspunt de detailhandelsfunctie te behouden. Staat een pand langer dan twee jaar leeg dan wordt bekeken of verruiming naar horeca of maatschappelijke dienstverlening mogelijk is. Dit kan alleen met een ontheffing door B&W. Voor de panden waar al een bredere bestemming op ligt wordt deze brede bestemming gehandhaafd. Zo wordt aangestuurd op een compact en aaneengesloten winkelgebied. Buiten het kerngebied is ruimte voor functieverandering naar bijvoorbeeld wonen. Deze insteek sluit aan bij het bestemmingsplan voor Rivierenwijk uit 2008.

# Tot slot

## Veranderingen in retail door digitalisering

De interactie tussen consument en detaillist is aan grote veranderingen onderhevig door een combinatie van veel factoren, dit is al eerder in deze notitie aan de orde gekomen. Internet en nieuwe technologieën zijn belangrijke factoren die in de (nabije) de toekomst vergaande gevolgen voor de retail zullen hebben. De verwachting is dat de behoefte aan fysieke winkels zal afnemen. Toch zal er altijd behoefte blijven aan fysieke winkels. Retailers moeten dan wel in alle verkoopkanalen aanwezig zijn en nieuwe technologieën kunnen toepassen. De gemeente Utrecht wil in dit digitaliseringstraject ondersteunen en onderzoekt de mogelijkheden hoe dit te doen. Als pilot is in 5 winkelgebieden een infrastructuur van open draadloze netwerken (WIFI) gerealiseerd. Nu deze infrastructuur er ligt is het belangrijk dat ondernemers de toepassingsmogelijkheden gaan verkennen. Dit is voor veel ondernemers niet eenvoudig. Tijd, organiserend vermogen, kennis, creativiteit en sense of urgency zijn in een aantal gevallen beperkingen. Als vervolg op de aangelegde digitale infrastructuur heeft de gemeente Utrecht opdracht gegeven voor een projectleider Digitale Brigade. Deze projectleider zal in de 5 pilotgebieden en twee centrumgebieden (Domkwartier en Stadhuiskwartier) gesprekken en werksessies organiseren om te peilen hoe ver ondernemers zijn, waar kansen en knelpunten liggen en wat aansprekende voorbeelden zijn.

## Rijk, provincie en U10

Het rijk, de provincie en U10 hebben ook beleidsaandacht voor de gevolgen en kansen van de structurele veranderingen in de retail. De minister van Economische Zaken heeft in maart 2015 de Retailagenda gepresenteerd. De Retailagenda is samen met betrokken stakeholders opgesteld en bevat 20 afspraken die de komende 3 jaar zullen worden uitgevoerd om de retail sterker en toekomstbestendig te maken. De voor gemeenten relevante afspraken hebben vooral betrekking op het thema 'sterke winkelgebieden'. Door onder andere een met stakeholders afgestemde visie op de winkelgebieden, goede ruimtelijke ordening en regelgeving kunnen gemeenten hun detailhandel toekomstbestendig maken (Retaildeals).

In opdracht van de provincie Utrecht heeft bureau Q&A Research het onderzoeksrapport Provincie Utrecht 'Op weg naar een toekomstbestendige retailstructuur' opgesteld (juli 2015). Het onderzoek bestond uit een kwantitatief deel en bijeenkomsten met stakeholders. De belangrijkste conclusie is dat de provincie Utrecht over te veel detailhandelsmeters beschikt. De problematiek is in de provincie Utrecht, onder andere door een toenemend draagvlak, minder groot dan in andere provincies. Ook in de provincie Utrecht zullen leegstandcijfers oplopen als gevolg van technologische ontwikkelingen en veranderend consumentengedrag. Ook voor de stad Utrecht wordt op stedelijk niveau toekomstige overcapaciteit aangegeven door het aanbod dat de komende jaren op de markt komt en de relatief hoge afvloeiing van Utrechters naar internet. Op basis van de onderzoeksresultaten gaat de provincie de komende tijd met gemeenten en marktpartijen het gesprek aan over de gezamenlijke opgaven en hoe hiermee om te gaan. In U10-verband wordt de komende tijd uitgewerkt op welke manier de U10 gemeenten op detailhandelsgebied samen willen gaan werken.

## **Monitoring**

Een vinger aan de pols is belangrijk bij het snel veranderende winkellandschap. De dynamiek in de retailmarkt heeft niet voor alle regio's, winkelgebieden en winkels gunstig uitgepakt. In Utrecht gaat het overwegend nog goed door een toenemend draagvlak ten gevolge van de bevolkingsgroei, een sterke potentie van de Utrechtse binnenstad en dagelijks aanbod in de buurten en wijken dat in het algemeen goed functioneert.

De afgelopen 15 jaar is ingezet op het versterken van het voorzieningenniveau voor de dagelijkse en frequent benodigde boodschappen in de buurten en wijken. Veel winkelgebieden zijn nieuw gebouwd, verbeterd en/of uitgebreid. Er is flink geïnvesteerd in de openbare ruimte. De komende jaren zal deze vernieuwing op wijkniveau voltooid zijn met de oplevering van winkelcentrum De Gaard.

De vernieuwing van Hoog Catharijne in de binnenstad is in volle gang. Ook de nieuwbouw van Leidsche Rijn Centrum is gaande, waarbij de omvang en branchering zijn aangepast aan de nieuwe omstandigheden.

In Utrecht zijn ook winkelgebieden die het moeilijker hebben. De situatie in de winkelgebieden is de afgelopen jaren zorgvuldig gemonitord en er is bijgestuurd, gefaciliteerd en gestimuleerd waar wenselijk, noodzakelijk en binnen de mogelijkheden. Het einde van de dynamiek in de detailhandel is zeker nog niet in zicht. Omdat in Utrecht in de Binnenstad en Leidsche Rijn Centrum veel winkelaanbod vrijwel gelijk op de markt zal komen, is blijvende aandacht en monitoring essentieel.

Ook in de toekomst blijft de gemeente de trends en ontwikkelingen in de detailhandel op zowel nationaal als lokaal niveau scherp volgen. Samen met de markt en andere overheden zal de gemeente anticiperen op de kansen en bedreigingen in de detailhandel.

## **Colofon**

### **Uitgave**

Gemeente Utrecht  
Ruimtelijke en Economische Ontwikkeling  
Economische Zaken  
29 oktober 2015

### **Vormgeving**

Tappan Communicatie, Den Haag