

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



*Adviseurs voor Ruimte en Strategie*



**Borne**

**Masterplan centrum**





DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



*Adviseurs voor Ruimte en Strategie*

## Borne

Opdrachtgever: gemeente Borne  
Projectnummer: 836.0309  
Datum: 16 december 2009

## Masterplan centrum

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS  
Voorstadslaan 254  
6542 TG Nijmegen  
T 024 - 379 20 83  
F 024 - 378 06 53  
E [info@dtnp.nl](mailto:info@dtnp.nl)  
W [www.dtnp.nl](http://www.dtnp.nl)



# Inhoudsopgave

<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>Uitvoeringsprogramma</b>	<b>70</b>
			6.1	Uitgangspunten	70
<b>2</b>	<b>Huidige situatie</b>	<b>2</b>	6.2	Organisatie	72
2.1	Ligging Borne in de regio	2	6.3	Middelen	73
2.2	Ontstaan en ligging centrum	3	6.4	Planning en doorlooptijd	73
2.3	Omvang aanbod voorzieningen	6			
2.4	Functioneel-ruimtelijke structuur centrum	8	<b>Bijlage 1</b>	<b>Begeleiding onderzoek</b>	<b>76</b>
2.5	Bezoekersenquête en passantenstromen	16	<b>Bijlage 2</b>	<b>Bronnenlijst</b>	<b>76</b>
2.6	Sterkte-/zwakteanalyse	20	<b>Bijlage 3</b>	<b>Begrippenlijst</b>	<b>77</b>
<b>3</b>	<b>Toekomstige functie</b>	<b>28</b>	<b>Bijlage 4</b>	<b>Trends en beleid</b>	<b>80</b>
3.1	Ontwikkelingen Borne	28	<b>Bijlage 5</b>	<b>Branche-indeling detailhandel</b>	<b>86</b>
3.2	Ambitie centrum Borne	29	<b>Bijlage 6</b>	<b>Overzicht winkelaanbod Borne</b>	<b>86</b>
3.3	Haalbare omvang aanbod	32	<b>Bijlage 7</b>	<b>Bezoekersenquête</b>	<b>87</b>
<b>4</b>	<b>Ruimtelijke visie</b>	<b>34</b>	<b>Bijlage 8</b>	<b>Distributieve berekeningen</b>	<b>88</b>
4.1	Uitgangspunten	34			
4.2	Hoofdpijnen ruimtelijke visie	34			
4.3	Ontwikkelingsrichting per functie	36			
4.4	Integrale ruimtelijke visie	46			
<b>5</b>	<b>Beeldkwaliteit</b>	<b>48</b>			
5.1	Uitgangspunten	48			
5.2	Strategische locaties	52			



# 1 Inleiding

## Aanleiding en doelstelling

De gemeente Borne wil de aantrekkingskracht van haar centrum binnen de regio behouden en versterken. Hiertoe heeft zij behoefte aan een integraal Masterplan, dat de gewenste ontwikkelingsrichting aangeeft en een helder toetsingskader voor marktinitiatieven biedt.

Doelstelling is een Masterplan, dat bestaat uit:

- het ambitieniveau voor het centrum;
- een analyse van sterke en zwakke punten van de huidige functioneel-ruimtelijke structuur;
- de visie op het haalbare programma en de ruimtelijke inpassing hiervan;
- de gewenste stedenbouwkundige beeldkwaliteit;
- een globaal ontwikkelings-/toetsingskader voor ontwikkelingslocaties in het plangebied;
- inrichtingsprincipes voor de openbare ruimte;
- een uitvoeringsprogramma met projecten.

## Proces

Om te zorgen voor een breed politiek en maatschappelijk draagvlak in de volgende fase van het Masterplan (ontwerpfase) is tijdens het planproces veel aandacht besteed aan terugkoppeling en overleg.

De totstandkoming van dit Masterplan is begeleid door een interne projectgroep, met vertegenwoordigers van alle betrokken disciplines (zie bijlage 1). De tussentijdse resultaten zijn in 3 workshops en een conceptrapportbespreking teruggekoppeld.

Daarnaast is enkele malen teruggekoppeld met een externe consultatiegroep, met daarin vertegenwoordigers van de BBO. Leden van het College van B&W en de raad zijn tussentijds geïnformeerd.

Om meer inzicht te krijgen in het gedrag en de mening van bezoekers van het centrum zijn passantentellingen, klantherkomstmetingen en een bezoekersenquête gehouden.

## Inhoud Masterplan

Het Masterplan is als volgt opgebouwd. In hoofdstuk 2 wordt een uitgebreide analyse

gemaakt van de huidige omvang en kwaliteit van het voorzieningenaanbod in het centrum en van de huidige functioneel-ruimtelijke structuur. Daarnaast worden de resultaten van de enquête gepresenteerd.

Hoofdstuk 3 gaat in op de toekomstig na te streven positie van het centrum van Borne (ambitieniveau), rekening houdend met diverse ontwikkelingen en concurrerend aanbod in de regio. Het haalbare programma van winkels en overige voorzieningen in het centrum wordt bepaald.

Hoofdstuk 4 bevat de visie op de ruimtelijke structuur. Op basis van uitgangspunten en ontwikkelingsrichtingen per functie wordt de integrale ruimtelijke visie opgesteld.

De ruimtelijke visie wordt in hoofdstuk 5 uitgewerkt in uitgangspunten voor de gewenste beeldkwaliteit van bebouwing en openbare ruimte. Enkele strategische locaties worden nader uitgewerkt.

Hoofdstuk 6 gaat in op het uitvoeringsprogramma met projecten en de planning voor de volgende fase.

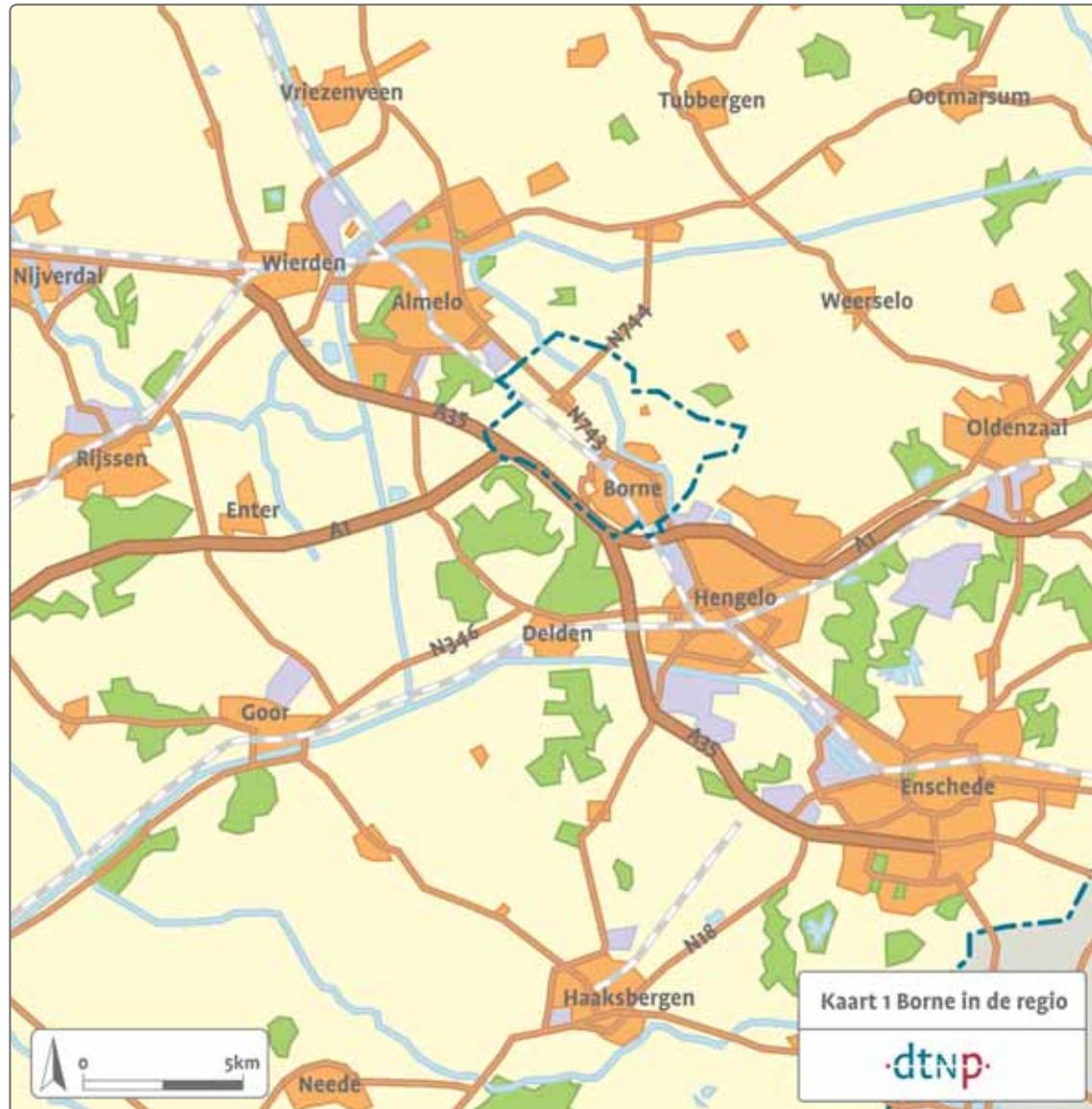
## 2 Huidige situatie

### 2.1 Ligging Borne in de regio

De gemeente Borne ligt in Twente en telt ruim 21.000 inwoners. De gemeente bestaat uit de hoofdkern Borne ( $\pm$  19.300 inwoners) en de kleine kernen Zenderen en Hertme. Borne is onderdeel van Netwerkstad Twente.

De kern Borne ligt nabij de rijkswegen A1, A35 en de provinciale weg N743 (Hengelo-Almelo). Borne heeft een NS-station op de spoorlijn Enschede/Hengelo-Almelo/Zwolle.

De kern Borne wordt slechts van de grotere kern Hengelo gescheiden door de snelweg. Ook Almelo en Enschede liggen op korte afstand van Borne. Borne onderscheidt zich van deze grotere kernen door haar kleinschaligheid en historische kenmerken zoals Oud Borne.





Meijershof is een van de oudste brinken in Borne



Zicht op Oud Borne (N.H. Kerk)



Dorsetplein met supermarkt Spar



Dorsetplein met supermarkt Albert Heijn



Grotestraat bij R.K. Kerk



Voormalig raadhuis aan de Grotestraat

## 2.2 Ontstaan en ligging centrum

Borne is een van de oudste dorpen in Twente. In de middeleeuwen vormde Borne een esdorpencomplex met meerdere brinken. Rondom deze brinken (Koppelsbrink, Meijershof, De Horst) ontstonden kleine buurten. Door de turfhandel werd de haven belangrijk en ontwikkelde zich een derde buurt rondom het Dorsetplein. De Marktstraat werd een belangrijke verbinding.

In de 17e eeuw werd Borne één van de belangrijkste centra in Twente, door de ontwikkeling van de textielnijverheid. Tot omstreeks 1830 trad er, mede dankzij de industrialisatie en mechanisatie, een verdergaande verdichting van bebouwing richting de haven langs de Marktstraat op. Alleen de bleken bleven onbebouwd.

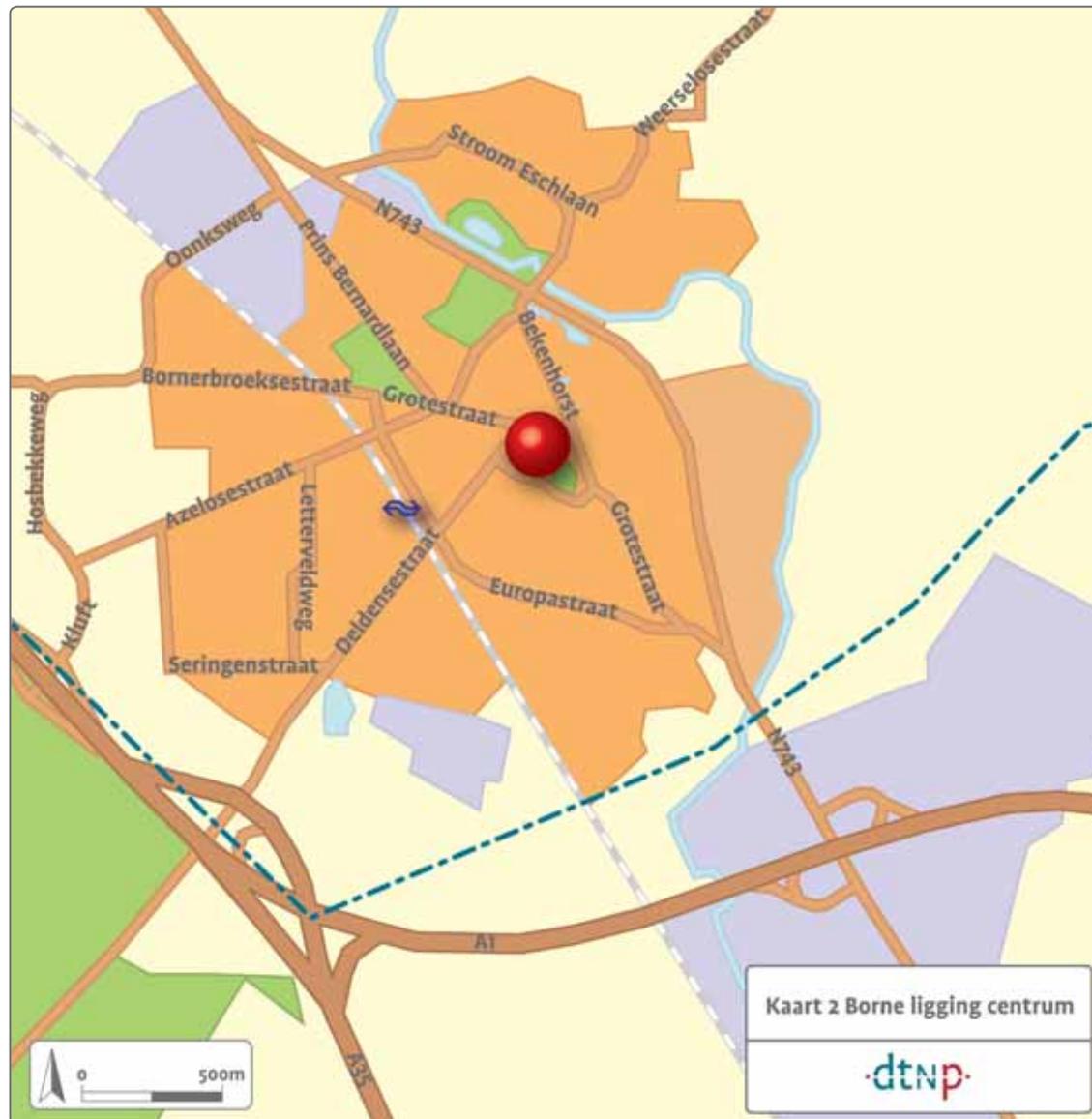
Rond 1850 had Borne nog een compacte vorm met de Nederlands Hervormde Kerk als middelpunt. Daarnaast was er wat lineaire bebouwing aan de in 1830 gereed gekomen verharde doorgangsweg Zwolle-Almelo-Hengelo, de huidige Grotestraat. Als gevolg hiervan ontstond aan de westzijde van de

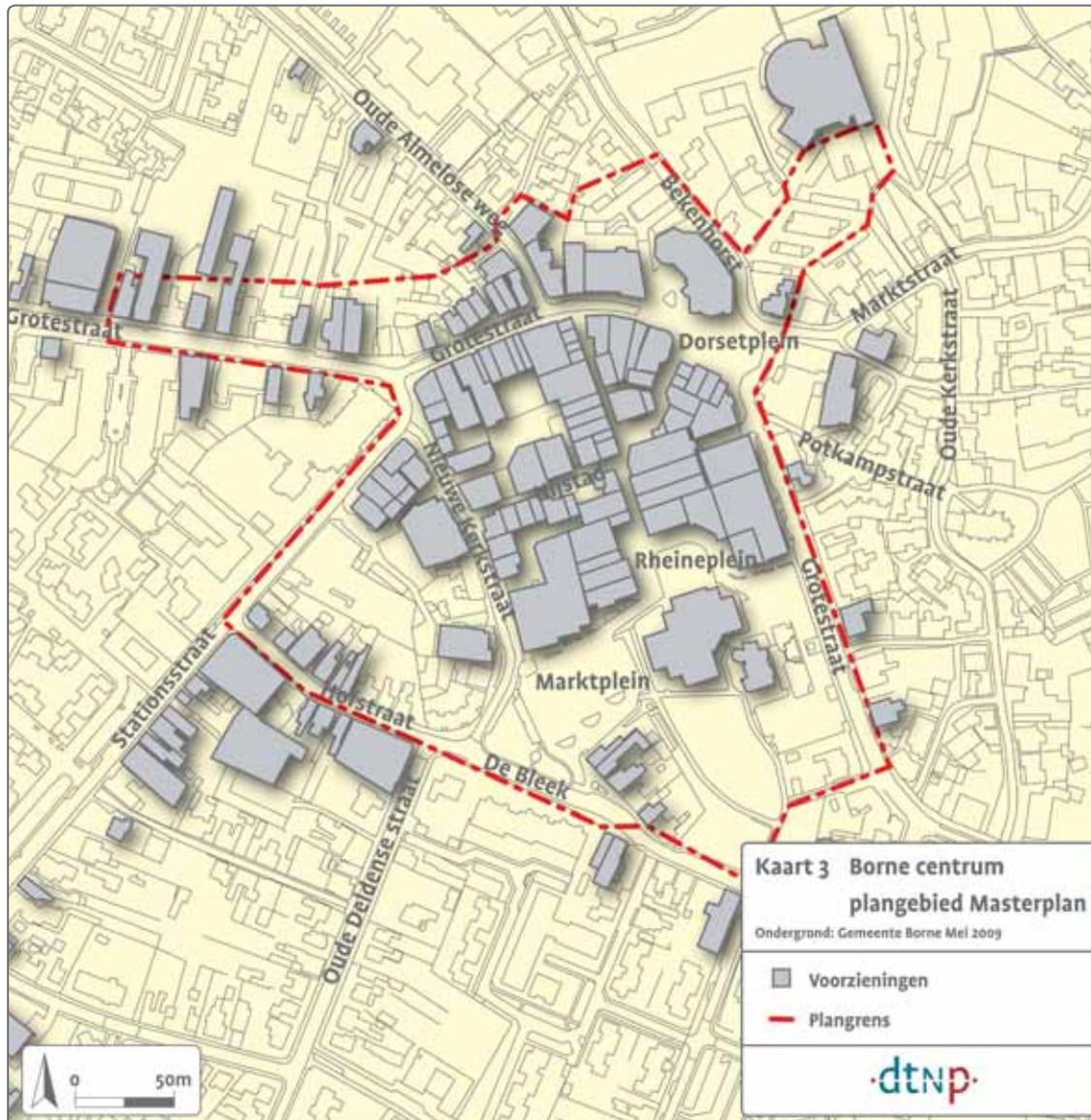
Grotestraat een nieuw centrum, met villa's van welgestelden, zoals de familie Spanjaard.

De groei van Borne nam toe na de realisatie van de spoorlijn. Er ontstond een verplaatsing van industriële activiteiten naar het gebied nabij het spoor. Een divers scala aan fabrieken vestigde zich in Borne, zoals de nieuwe Stoomspinnerij en Weverij van Spanjaard, een zeepziederij, een koffiebrandrij, verschillende steenfabrieken en zelfs een elektriciteitscentrale.

Aan het eind van de 19e eeuw verrijzen er aan de Grotestraat diverse grote gebouwen, zoals het postkantoor, het raadhuis en de villa van Spanjaard. De centrumvorming trad op aan de westzijde van de oude kern nabij de fabrieken en het spoor, waardoor het oude Borne steeds decentraler kwam te liggen.

Ook na de Tweede Wereldoorlog zette de groei van Borne vooral in westelijke richting door, mede door aanleg van de rondweg ten oosten van het oude Borne. De buurten zijn naar buiten uitgebreid en de tussengebieden zijn volgebouwd. Het patroon van wegen is grotendeels in stand gehouden.





In de jaren zeventig en tachtig is in verschillende fasen het huidige winkelcentrum ontwikkeld (Nijstad, Bakkerssteeg, Nieuwe Markt).

### Afbakening plangebied

Dit Masterplan richt zich op het gebied dat grofweg wordt gevormd door de Grotestraat-Noord, Dorsetplein, Grotestraat-Zuid (tot Aanslagsweg), Nijstad, Rheineplein, Nieuwe Kerkstraat, Hofstraat, Marktplein, Bolkshoek, Bleek, beeldentuin en De Haven (zie kaart 3). In dit Masterplan wordt nadrukkelijk een relatie gelegd met de gebieden direct grenzend aan het plangebied (o.a. Oud Borne, Aldi/Bornse Hoven).

Het centrumgebied, zoals dat in de volgende paragrafen wordt beschreven, omhelst een iets ruimer gebied. Op kaart 3 zijn de winkels en overige voorzieningen aangegeven, die op dit moment tot het centrum worden gerekend.

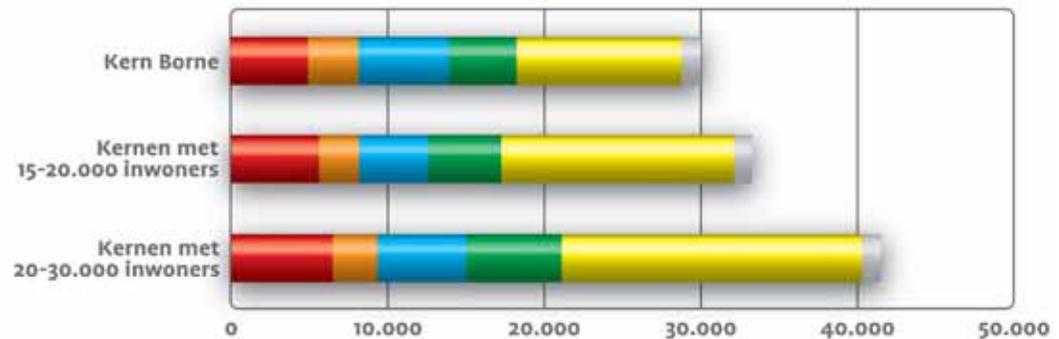
## 2.3 Omvang aanbod voorzieningen

### Winkelaanbod

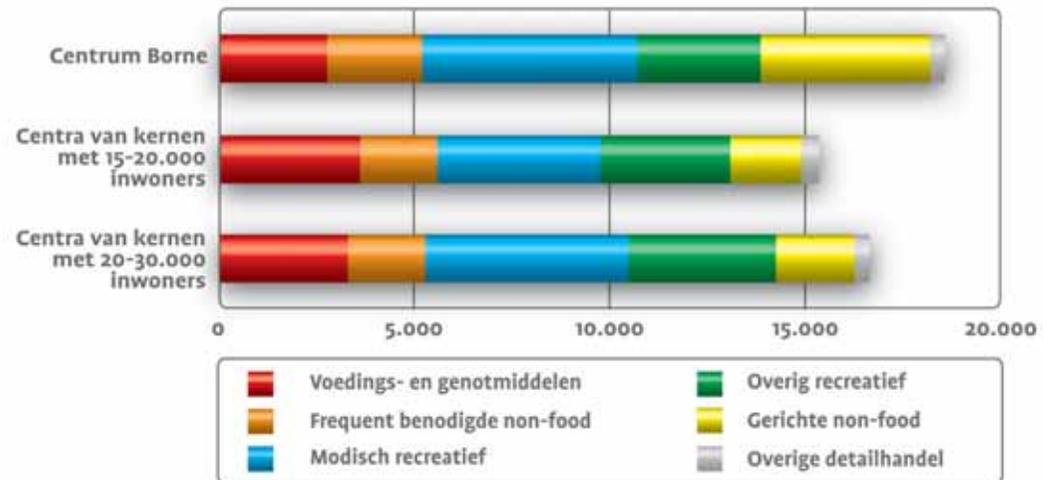
In de kern Borne is in totaal ruim 30.000 m<sup>2</sup> wvo (winkelvloeroppervlak) gevestigd. Dit is iets minder dan het gemiddelde in kernen van gelijke omvang (figuur 1). Opvallend is het beperkte aanbod winkels in voedings- en genotmiddelen. Het relatief beperkte aanbod gerichte non-food (woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra) is te verklaren door de aanwezigheid van het uitgebreide aanbod net buiten de gemeentegrens op Plein Westermaat (Ikea, Praxis).

Het aanbod in het centrum van Borne is met een omvang van ± 18.500 m<sup>2</sup> wvo iets groter dan gemiddeld in centra met eenzelfde inwonertal (figuur 2). Er is een relatief groot aanbod in de branchegroepen frequent benodigde non-food (met name bloemen, planten, dierbenodigdheden), modisch recreatief en gerichte non-food (met name woninginrichting). Het aanbod voor voedings- en genotmiddelen is in het centrum van Borne daarentegen relatief klein.

Figuur 1 Winkelaanbod in de kern Borne en in kernen van gelijke omvang (in m<sup>2</sup> wvo)

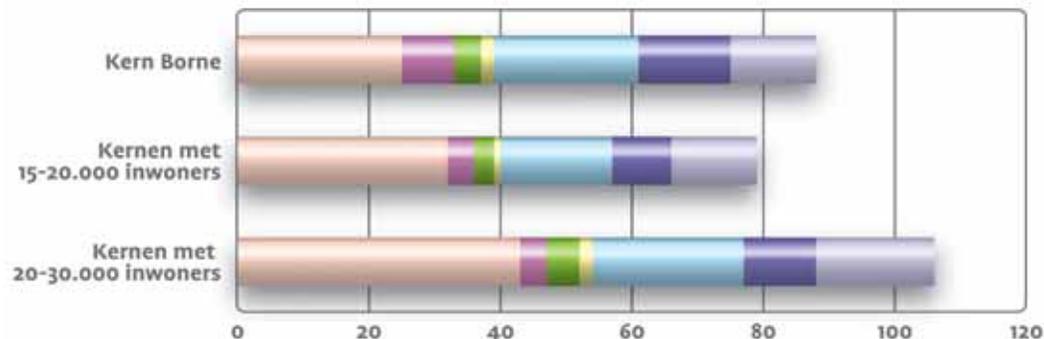


Figuur 2 Winkelaanbod in centrum van Borne en in centra van kernen van gelijke omvang (in m<sup>2</sup> wvo)

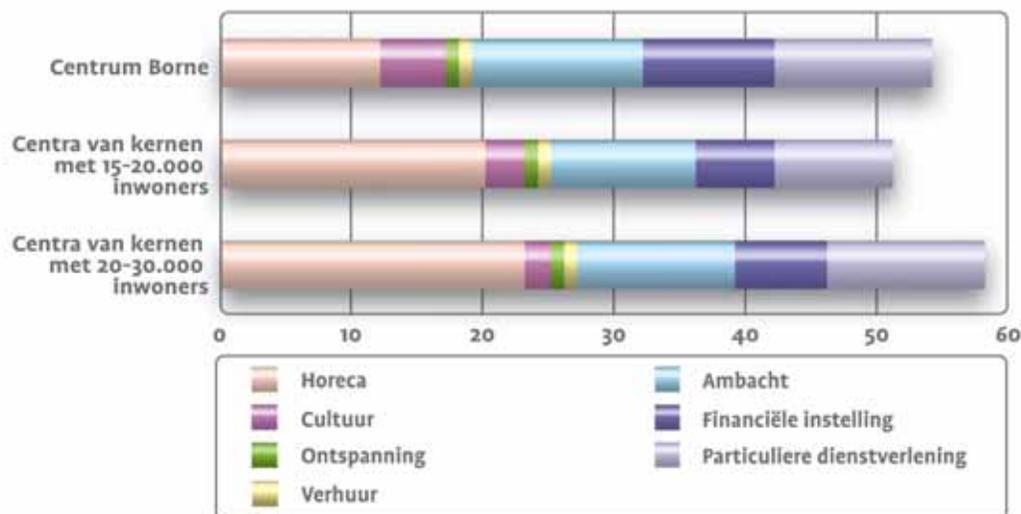


Bron: Locatus, mei 2009; bewerking Droogh Trommelen en Partners

**Figuur 3** Overige voorzieningen in de kern Borne en in kernen van gelijke omvang (aantal bedrijven)



**Figuur 4** Overige voorzieningen in centrum van Borne en in centra van kernen van gelijke omvang (aantal bedrijven)



Bron: Locatus, mei 2009; bewerking Droogh Trommelen en Partners

### Aanbod overige voorzieningen

In de kern Borne zijn in totaal 25 horecabedrijven gevestigd (cafés, restaurants, snackbar etc.). Dit is erg weinig in vergelijking met het aantal horecabedrijven in kernen van gelijke omvang. Het aanbod aan overige voorzieningen is in Borne daarentegen relatief uitgebreid. Met name in de hoofdbranche cultuur (galeries, bibliotheek, theater Kulturhus) en financiële instellingen (banken, assurantiën) heeft Borne een relatief groot aantal bedrijven.

Het aantal horecabedrijven in het centrum van Borne blijft met 12 ver achter bij het gemiddelde in centra van kernen van gelijke omvang. Verder is in het centrum, net als op kernniveau, het aantal culturele bedrijven en financiële instellingen relatief groot.

## 2.4 Functioneel-ruimtelijke structuur centrum

### Branchering

Op kaart 4 is de huidige spreiding van het winkelaanbod en de overige voorzieningen (horeca, dienstverlening, maatschappelijke voorzieningen) weergegeven. Belangrijke trekkers in het winkelgebied zijn de supermarkten Albert Heijn en Aldi (aan de rand van het centrum). Ook warenhuis Hema en de grote lokale aanbieders in mode (zoals Leurink, Morselt) zijn trekkers in het centrum.

Het centrum van Borne kenmerkt zich door een grote spreiding van het aanbod (over veel straten en stegen). Een herkenbaar A1-winkelgebied ontbreekt. Frequent bezochte winkels (voor dagelijkse aankopen) worden afgewisseld met relatief laagfrequent bezochte zaken (dienstverleners, winkels voor doelgerichte aankopen) en winkels in recreatieve branches. Het winkelaanbod in een aantal branches is kleinschalig (o.a. in voedings- en genotmiddelen, huishoudelijke artikelen, warenhuis). Winkelondersteunende horeca is slechts zeer beperkt aanwezig.



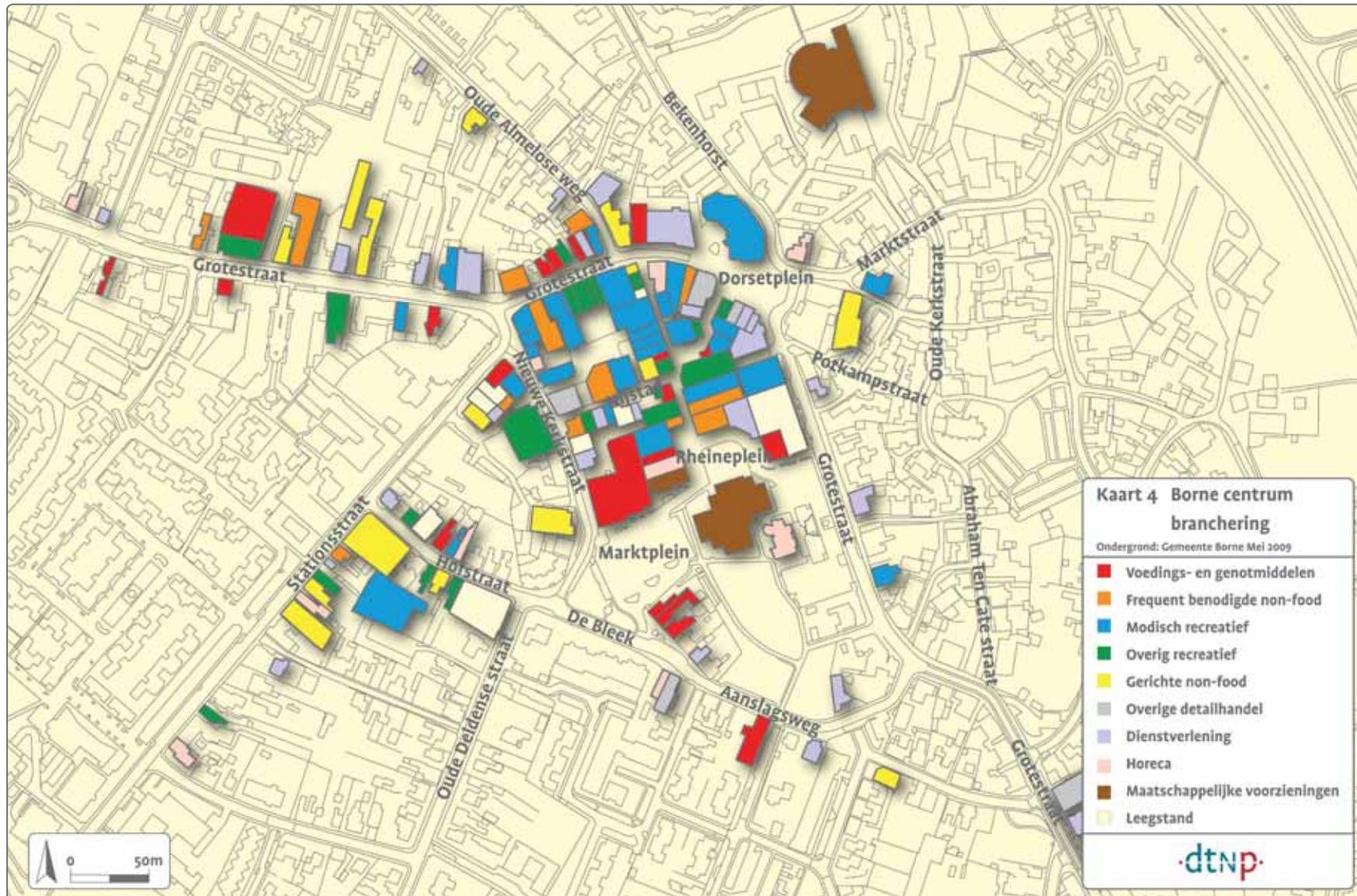
Aan de Nieuwe Markt zijn vooral landelijke formules gevestigd, grotendeels in frequent bezochte branches



Winkels worden afgewisseld met onder meer dienstverlenende bedrijven, horeca is beperkt aanwezig



Het aanbod ligt gespreid over een groot aantal straten, een herkenbaar A1-winkelgebied ontbreekt



### Verkeer en parkeren

Het centrum van Borne is goed bereikbaar vanuit alle windrichtingen. Afgezien van het noordelijke deel (verbinding tussen Bekenhorst en Grotestraat-Noord) is sprake van een gesloten parkeerroute direct rondom het centrumgebied.

Het centrum van Borne telt relatief veel parkeerterreinen, die rondom het winkelgebied zijn gelegen. De meeste terreinen zijn echter kleinschalig en kennen over het algemeen een hoge parkeerdruk.

Onder het Kulturhus bevindt zich de enige openbare parkeergarage van Borne. Dit is ook de enige plek waar betaald parkeren is ingevoerd. In de rest van het centrumgebied geldt een kortparkeerregime (blauwe zone). Door de ligging op enige afstand van het winkelgebied, vervult de parkeergarage nauwelijks een functie als centrumparkeervoorziening.

Het Dorsetplein, Nijstad en Rheineplein zijn ingericht als voetgangersgebied (autovrij). De winkelstraten Grotestraat (midden) en Nieuwe Kerkstraat zijn eenrichtingsverkeersstraten.



Centrum van Borne is goed bereikbaar per auto



Parkeerdruk nabij winkels is groot



Relatief kleine parkeerterreinen aan parkeerroute



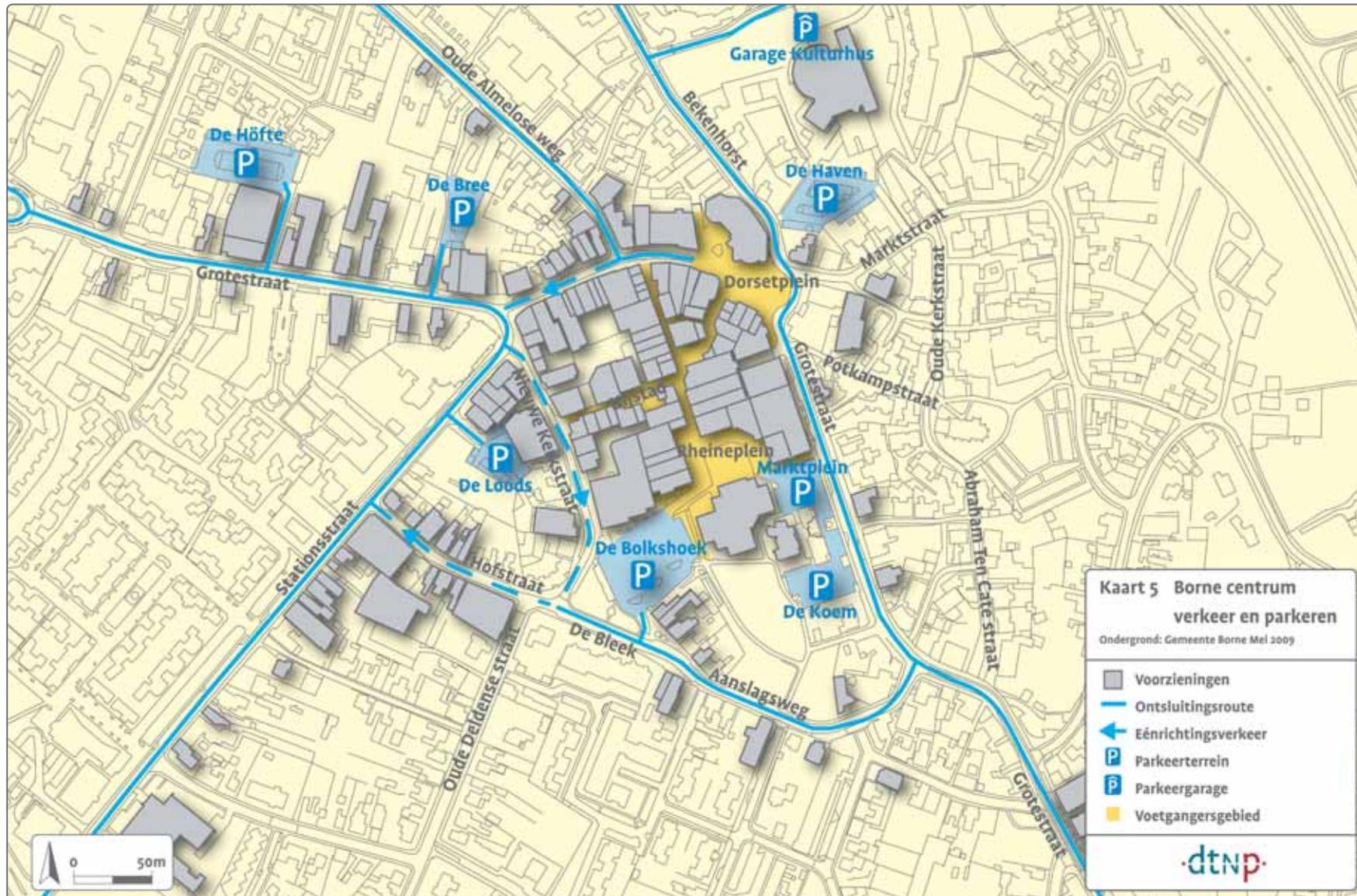
Parkeergarage Kulturhus wordt nauwelijks gebruikt



Deel centrum is ingericht als verblijfsgebied



Nieuwe Kerkstraat: eenrichtingsverkeer



## Groen

In het winkelgebied van Borne is weinig groen te vinden. Op een aantal plaatsen staan één of enkele bomen (Dorsetplein, Grotestraat, Rheineplein). Daarnaast heeft ook het gebied voor het Dorset Mansion House een groene inrichting.

Binnen het plangebied liggen De Bleek en de beeldentuin. De Bleek is een historisch waardevol gebied, maar de inrichting is op dit moment van matige kwaliteit. De beeldentuin ligt nu enigszins verscholen achter het gemeentehuis en overige bebouwing, waardoor deze groene plek nauwelijks een relatie heeft met het overige centrumgebied.

Verder zijn rondom het centrum met name in Oud Borne enkele groene gebieden te vinden, zoals bij de Nederlands Hervormde Kerk en bij de Meijershof.



Monumentale boom op Dorsetplein



Beeldentuin ligt enigszins verscholen



Weinig groen in winkelgebied van Borne



Bleek: verstopt achter auto's en afvalbakken



### Monumenten/cultuurhistorie

Het gebied ten oosten van de Grotestraat-Zuid (Oud Borne) is aangewezen als beschermd dorpsgezicht. In dit gebied zijn diverse rijks- en gemeentelijke monumenten te vinden.

Binnen het plangebied van dit Masterplan zijn ook enkele monumentale panden aanwezig. Het Dorset Mansion House (voormalig gemeentehuis) en de R.K. Kerk zijn rijksmonumenten. De Keizerskroon (Leurink Mode) aan het Dorsetplein en enkele panden aan de Grotestraat zijn aangemerkt als gemeentelijk monument.



Nederlands Hervormde Kerk in Oud Borne



Oud Borne: beschermd dorpsgezicht



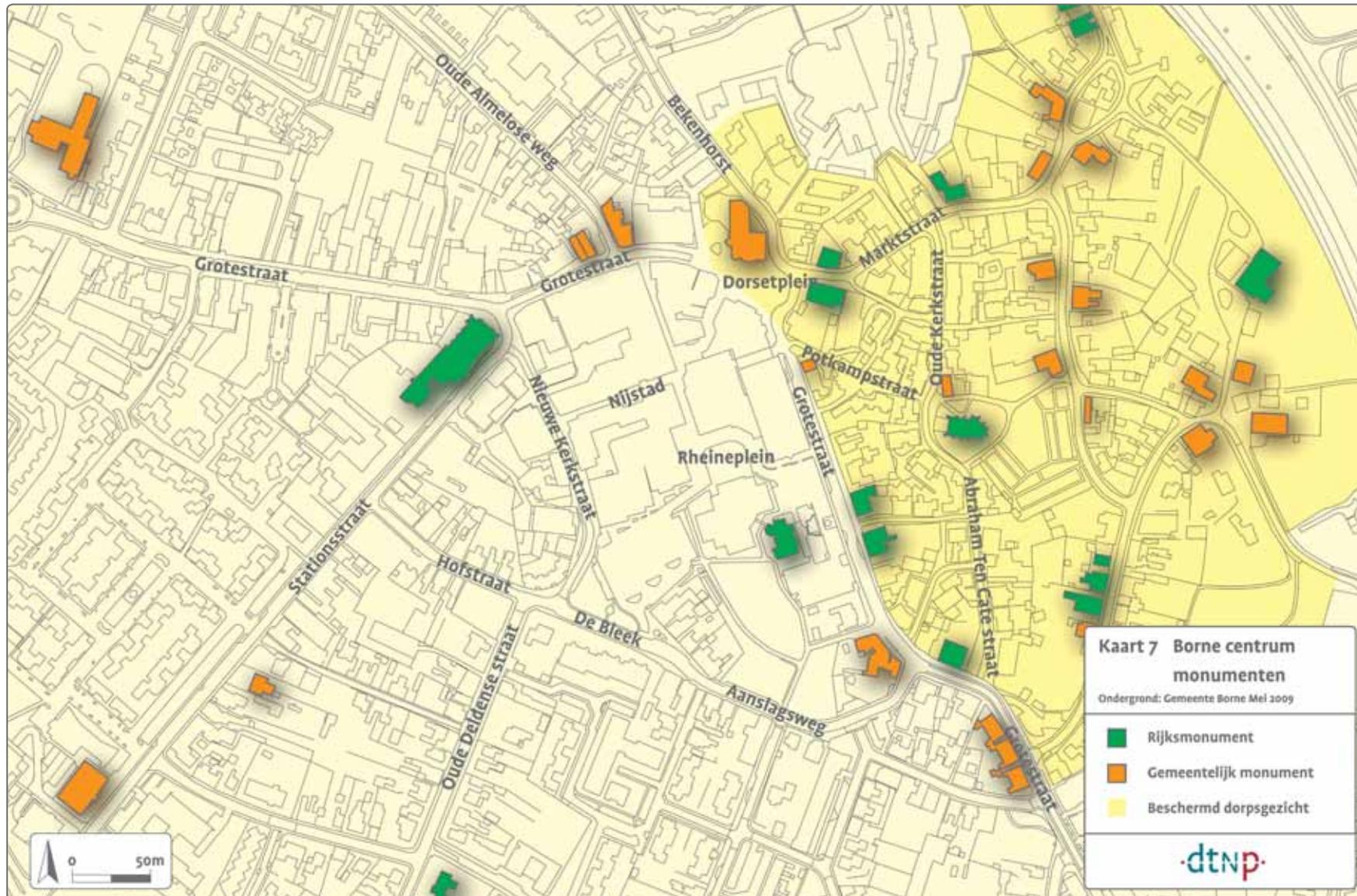
Dorset Mansion House: rijksmonument



De Keizerskroon: monument op het Dorsetplein



Ook enkele panden in Grotestraat zijn monumentaal



## 2.5 Bezoekersenquête en passantenstromen

Op zaterdag 13 en dinsdag 16 juni 2009 zijn in het centrum van Borne passantentellingen gehouden en is een bezoekersenquête en klantherkomstonderzoek uitgevoerd.

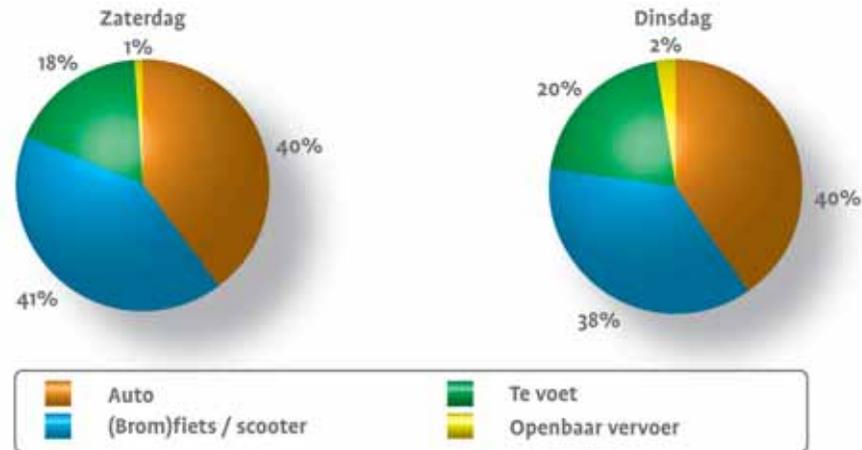
### Vervoermiddel

Bezoekers aan het centrum van Borne komen op verschillende manieren naar het centrum. Zowel op zaterdag als op dinsdag komt circa 40% per auto, 40% per fiets en circa 20% te voet. Het openbaar vervoer wordt nauwelijks gebruikt om naar het centrum te komen. Dit beeld wijkt niet of nauwelijks af van het beeld in andere dorpscentra.

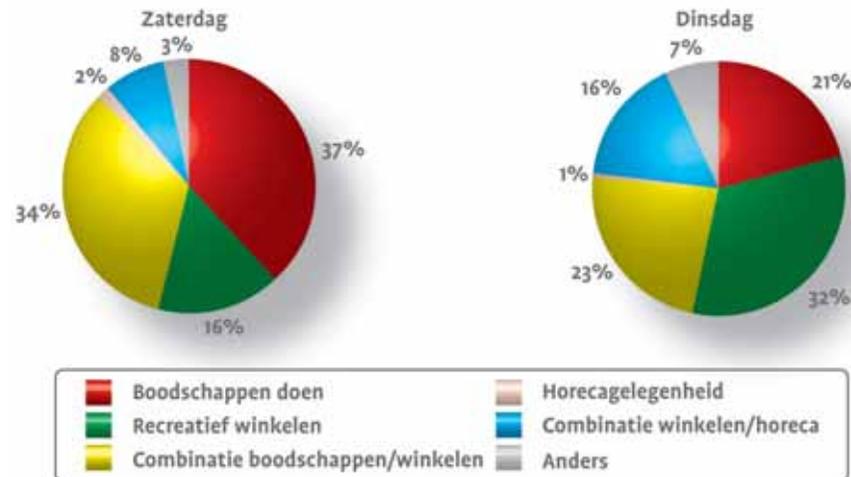
### Bezoekdoel

Boodschappen doen, al dan niet in combinatie met recreatief winkelen, is het belangrijkste bezoekmotief voor de bezoekers aan het centrum. Op dinsdag is het aandeel recreatief winkelende bezoekers iets hoger dan op zaterdag (soms in combinatie met bezoek aan horecagelegenheid).

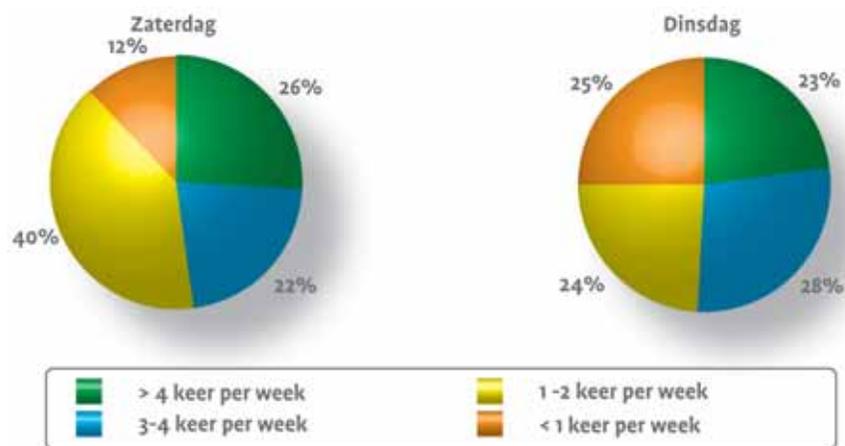
Figuur 5 Gebruikt vervoermiddel bezoekers centrum Borne



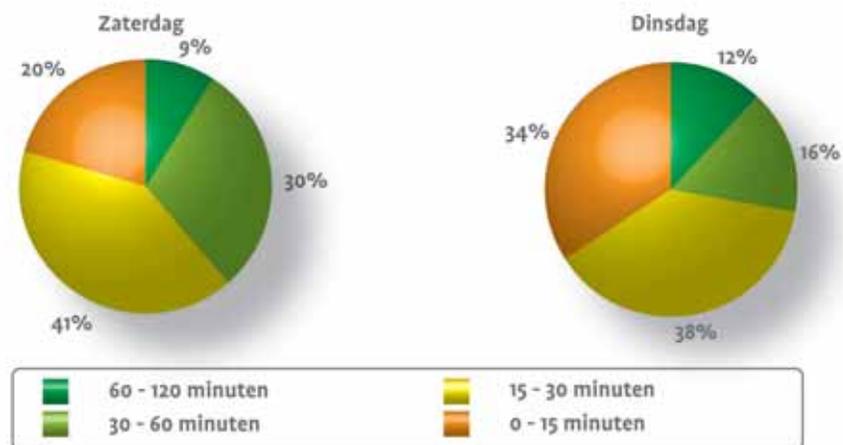
Figuur 6 Bezoekdoel (motief) bezoekers centrum Borne



Figuur 7 Bezoekfrequentie bezoekers centrum Borne



Figuur 8 Bezoekduur bezoekers centrum Borne



### Bezoekfrequentie

De meeste bezoekers aan het centrum van Borne komen vaak. Van de respondenten op dinsdag geeft driekwart aan tenminste één keer per week te komen. Op zaterdag geeft maar liefst 90% aan één keer per week of meer te komen.

### Bezoekduur

De verblijfsduur in het centrum is kort. Ongeveer tweederde van de bezoekers geeft aan minder dan een half uur te blijven. Een aanzienlijk deel daarvan blijft zelfs maar maximaal een kwartier in het centrum.

### Beoordeling kwalitatieve aspecten

De bezoekers aan het centrum van Borne zijn over het algemeen positief over verschillende kwalitatieve aspecten (zie bijlage 7). Het parkeerregime (gratis), de bereikbaarheid, de spreiding en kwaliteit van het winkelaanbod zijn de meest positief beoordeelde aspecten. Het minst positief wordt geoordeeld over de horeca: 40% geeft hiervoor een onvoldoende. Ook de openingstijden, en de inrichting van de openbare ruimte worden door verschillende bezoekers als onvoldoende beoordeeld.

### Bezoek koopavond, warenmarkt

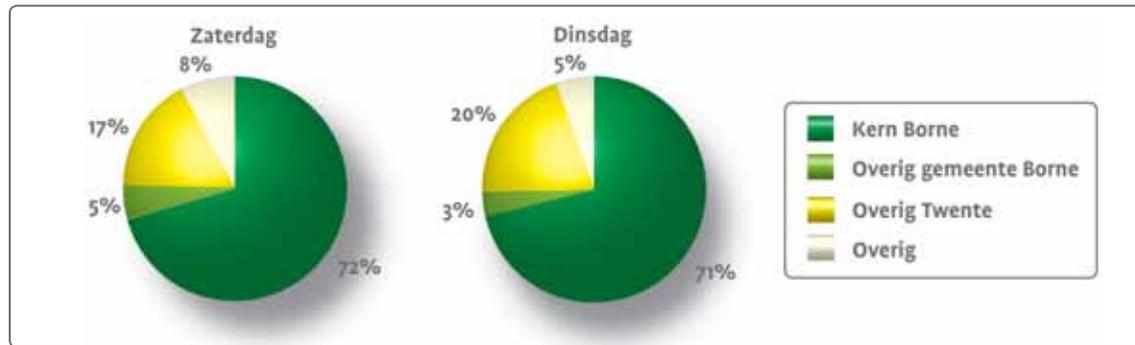
Circa een kwart van de ondervraagden geeft aan wekelijks de warenmarkt te bezoeken (zie bijlage 7). De koopavond wordt door circa 45% van de ondervraagden nooit bezocht. Ruim een kwart geeft aan regelmatig de koopavond te bezoeken (1 tot 4 keer per maand).

### Herkomst bezoekers

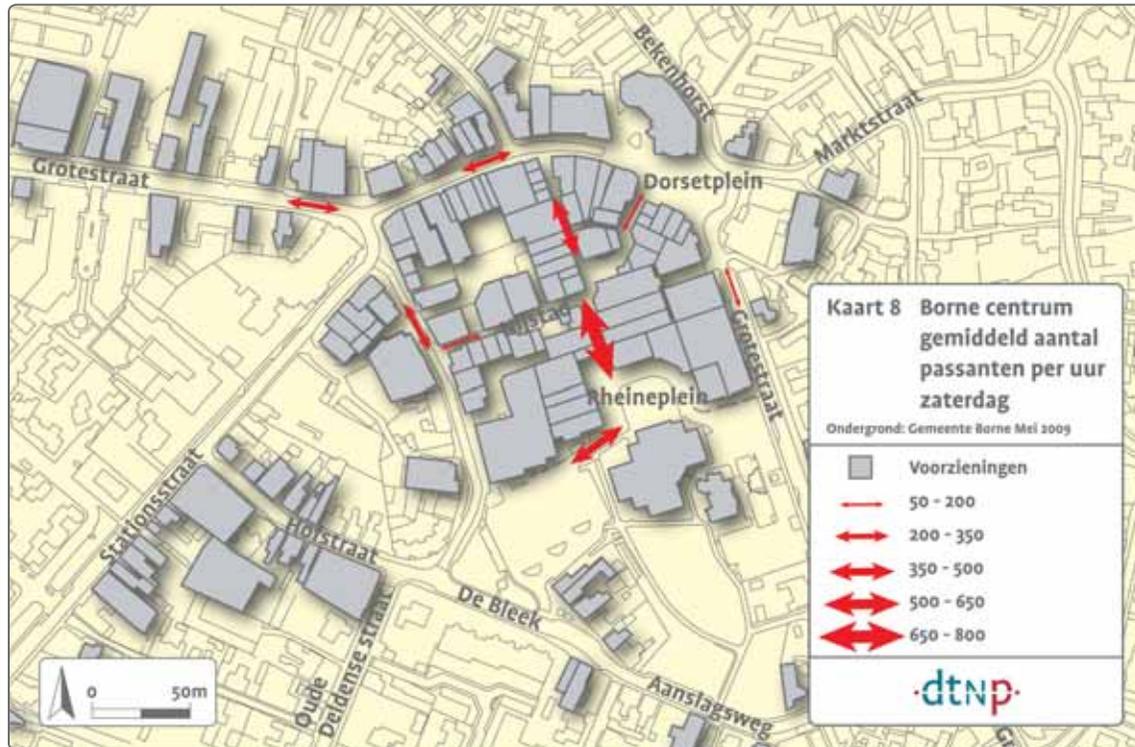
De bezoekers aan het centrum van Borne komen voor een groot deel uit de kern Borne zelf (ruim 70%). De overige bezoekers zijn vooral afkomstig uit de omliggende plaatsen (kleinere kernen gemeente Borne of plaatsen in omliggende gemeenten).

### Passantentellingen

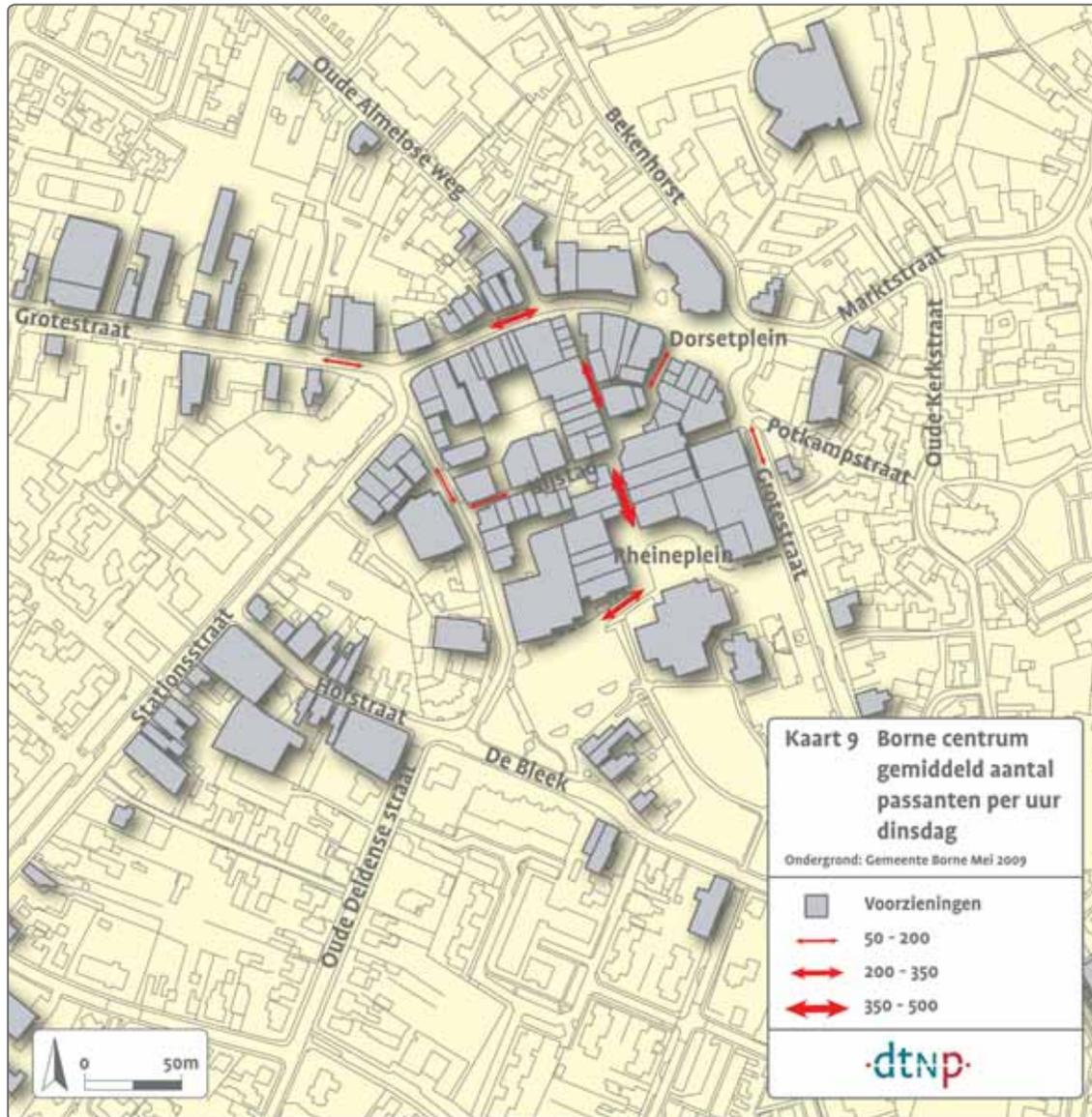
Op de kaarten 8 en 9 zijn de resultaten van de passantentellingen weergegeven. Hieruit blijkt dat het op dinsdag op alle telpunten minder druk is dan op zaterdag. Het meest druk is het in de Nieuwe Marktstraat (tussen Hema en Rheineplein) (circa 700 passanten per uur op zaterdag). Opvallend in het centrum van Borne is dat het in alle overige winkelstraten aanzienlijk rustiger is. Dit betekent dat de passantenstroom door vrijwel het hele



Figuur 9 Herkomst bezoekers centrum Borne



Kaart 8 Gemiddeld aantal passanten per uur op zaterdag



centrum van Borne relatief dun is. In vergelijkbare centrumgebieden zien we over het algemeen dat er verschillende straatdelen zijn met een hoger aantal passanten per uur.

### Conclusie

De dunne passantenstromen in vrijwel het gehele centrum wijzen op een slechte doorbloeding van het centrum. Hierdoor is het in de meeste delen van het centrum te rustig. Daarnaast is geconstateerd dat de verblijfsduur van bezoekers in het centrum erg kort is, waardoor er nauwelijks combinatie-bezoek tussen winkels plaatsvindt. Het lage aantal bezoekers in combinatie met een korte verblijfsduur zorgt er mede voor dat het centrum van Borne geen aantrekkelijk vestigingsklimaat voor winkels heeft.

## 2.6 Sterkte-/zwakteanalyse

### Sterke punten functie

Voor het goed functioneren van het winkelgebied is de aanwezigheid van publiekstreckende winkels noodzakelijk. In het centrum van Borne fungeren supermarkt Albert Heijn en warenhuis Hema als zodanig. Ook de lokale modezaak Leurink op het Dorsetplein is een trekker in het centrum. Daarnaast levert ook het gemeentehuis, met een belangrijke maatschappelijke functie, een bijdrage aan de centrumfunctie van dit gebied. Dit geldt ook voor de warenmarkt op parkeerterrein Bolkhoek, die op marktdagen een aanvulling op het winkelaanbod vormt.

Sterke straatdelen in het centrum zijn de Nieuwe Markt tot en met het plein bij de Hema en de zuidzijde van de Grotestraat. Hier bevindt zich een aaneengesloten winkelfront met enkele sterke aanbieders.

Hoewel de totale parkeercapaciteit beperkt is, is de aanwezigheid van enkele (gratis) parkeerterreinen dicht bij de winkels goed voor het functioneren van het centrum.



Nieuwe Markt is sterkst bewinkelde (en drukste) deel



Modezaak Leurink is trekker op het Dorsetplein



Ook gemeentehuis is belangrijke functie in centrum



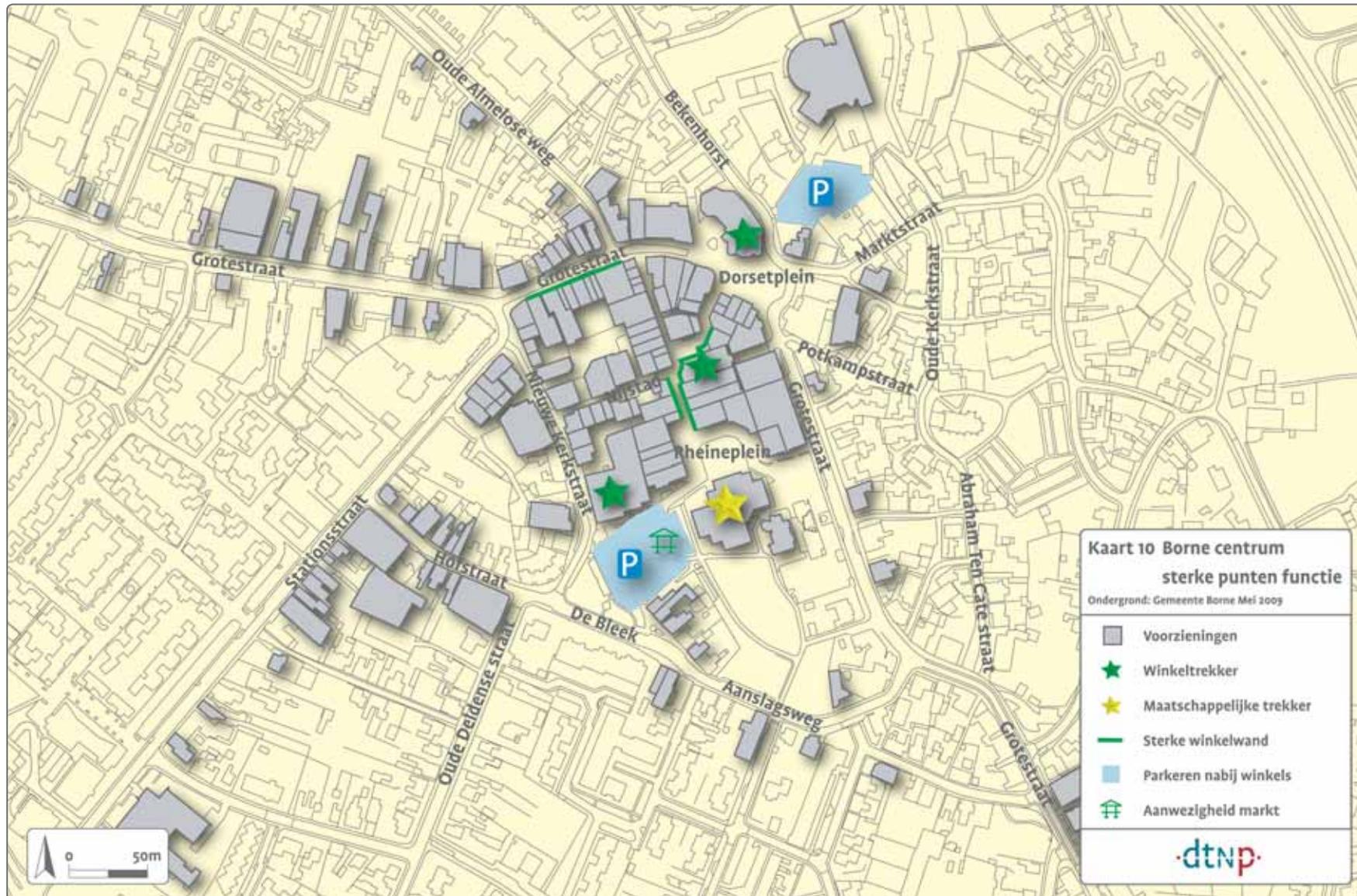
Warenmarkt is een meerwaarde voor winkelcentrum



Deel Grotestraat heeft sterk winkelaanbod



Parkeren op relatief korte afstand van de winkels



### Zwakke punten functie

Supermarkten zijn belangrijke publieks-trekkers voor winkelgebieden als het centrum van Borne. Doordat supermarkt Aldi net buiten het winkelgebied ligt (met de entree aan de achterzijde) vervult deze belangrijke aanbieder nauwelijks een trekkersrol voor de overige winkels in het centrum. Dit geldt ook voor het Kulturhus met diverse publieks-aantrekkende centrumfuncties, maar met een matige relatie met de rest van het centrum.

In diverse delen van het centrum wordt het winkelfront onderbroken door onder meer dienstverlenende bedrijven (met een relatief gesloten uitstraling en een lage bezoek-frequentie) en zijkanten van winkels. De grote spreiding van aanbod (veel straten en stegen) zorgt voor dunne passantenstromen in het hele centrum. Dit leidt in combinatie met de korte verblijfsduur van veel bezoekers tot een slecht vestigingsklimaat voor bedrijven.

Doordat de warenmarkt op het parkeerterrein Bolkshoek wordt gehouden, zorgt dit op marktdagen voor een te hoge parkeerdruk in het centrum.



Aldi is trekker maar ligt buiten het winkelgebied



Ook Kulturhus heeft matige relatie met centrum



Dienstverleners worden laagfrequent bezocht



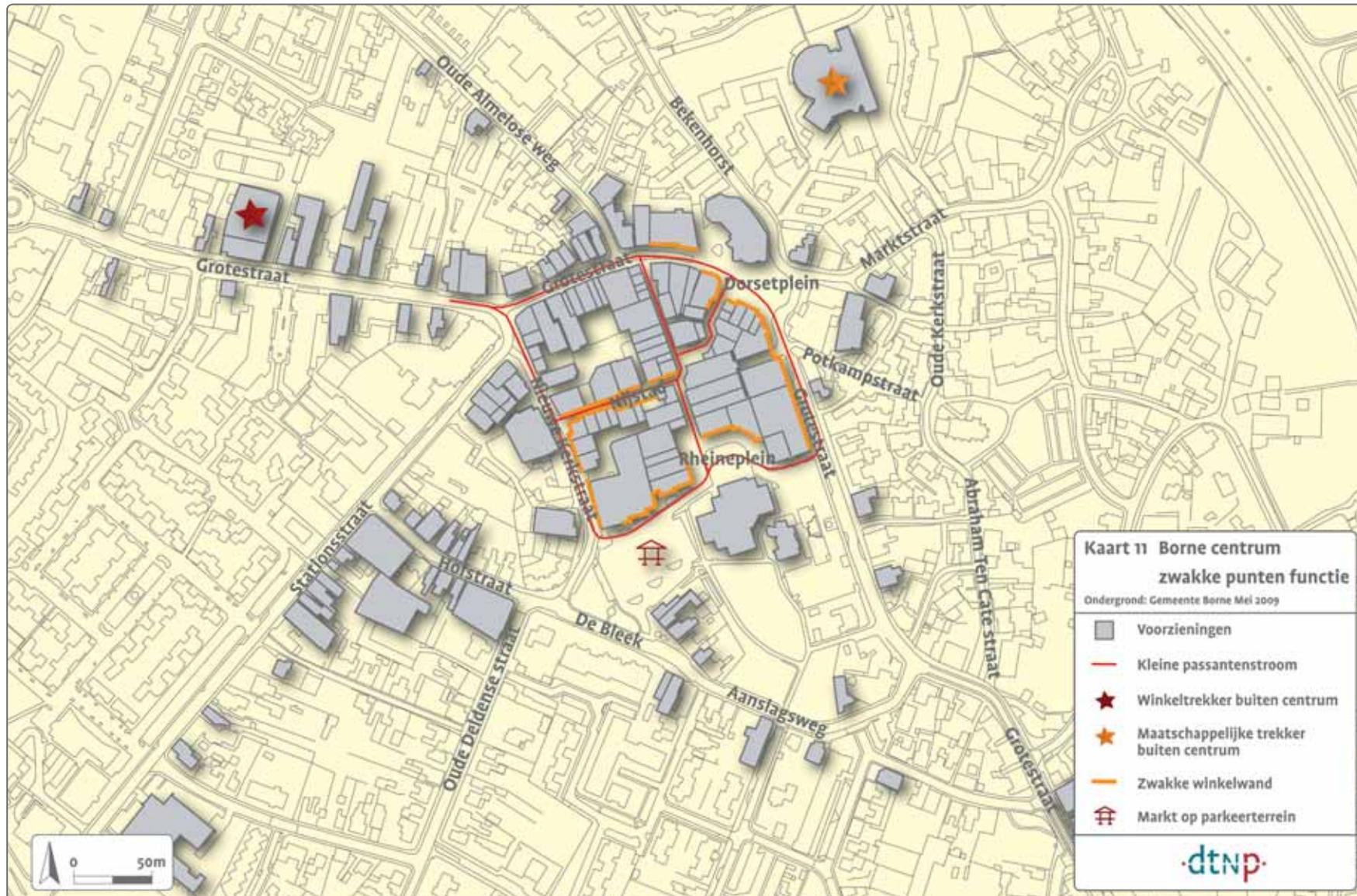
Onderbrekingen in winkelfront midden in centrum



Veel winkelstraten zorgen voor spreiding passanten



Aantal passanten in veel delen centrum laag



### Sterke punten vorm

In en direct rondom het centrum van Borne zijn diverse historische en beeldbepalende elementen aanwezig, die een waardevolle bijdrage leveren aan de stedenbouwkundige kwaliteit van het centrum.

De nabijheid van Oud Borne, dat aangewezen is als beschermd dorpsgezicht, is een belangrijke kwaliteit. Hier is de historie van Borne nog goed bewaard gebleven. Beeldbepalende panden in het centrum van Borne zijn met name de twee kerken, het Dorset Mansion House en de Keizerskroon.

De Bleek en de beeldentuin achter het gemeentehuis zijn de enige groene ruimten in het centrumgebied en zijn daarmee beeldbepalende elementen in de totale structuur. Door een matige kwaliteit van met name de historisch waardevolle Bleek, worden de potenties van dit gebied nu onvoldoende benut.

De Grotestraat is van oudsher een belangrijke doorgaande route door Borne. Ter hoogte van het Dorsetplein is deze stedenbouwkundige structuur echter nauwelijks nog zichtbaar.



Oud Borne ligt nabij het (winkel)centrum van Borne



Beschermd dorpsgezicht met historische panden



Keizerskroon is beeldbepalend monument



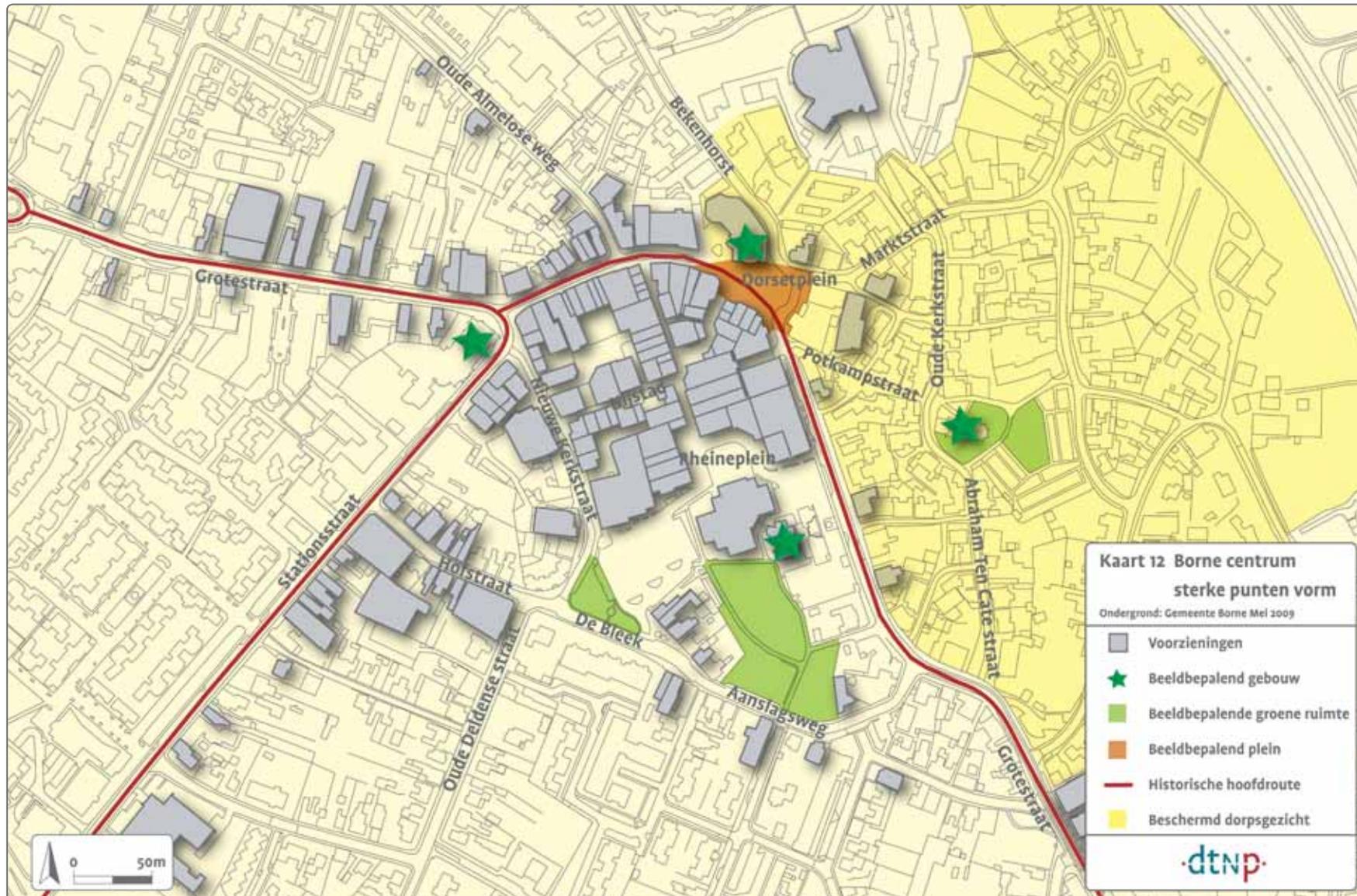
Dorset Mansion House was vroeger gemeentehuis



Potenties Bleek worden nog onvoldoende benut



Beeldentuin is waardevol groengebied in centrum



### Zwakke punten vorm

Het gebied rondom de Nijstad heeft een stenige uitstraling met veel donkere hoekjes en smalle stegen. De verblijfskwaliteit in dit gebied is hierdoor matig. Door de ruimtelijke opzet van dit deelgebied (veel kleine steegjes, ontbreken van zichtrelaties) is ook de looproute door het centrum onduidelijk.

Verspreid over het centrum staat een aantal panden met een matige kwaliteit of uitstraling die niet past bij de omgeving. Het betreft met name de aanbouw achter de Keizerskroon, het pand van Rabobank aan de Grotestraat, het pand van de woonwinkel aan de Nieuwe Kerkstraat (wordt gesloopt in het kader van het project De Driehoek) en het winkelpand op de hoek Hofstraat-Stationstraat. Mede door de relatief grote omvang van deze panden, worden ze als storende elementen in de totale beeldkwaliteit ervaren.



Nijstad heeft veel donkere hoekjes



Smalle stegen zorgen voor onduidelijke routing



Beeldkwaliteit Rabobank past niet bij omgeving



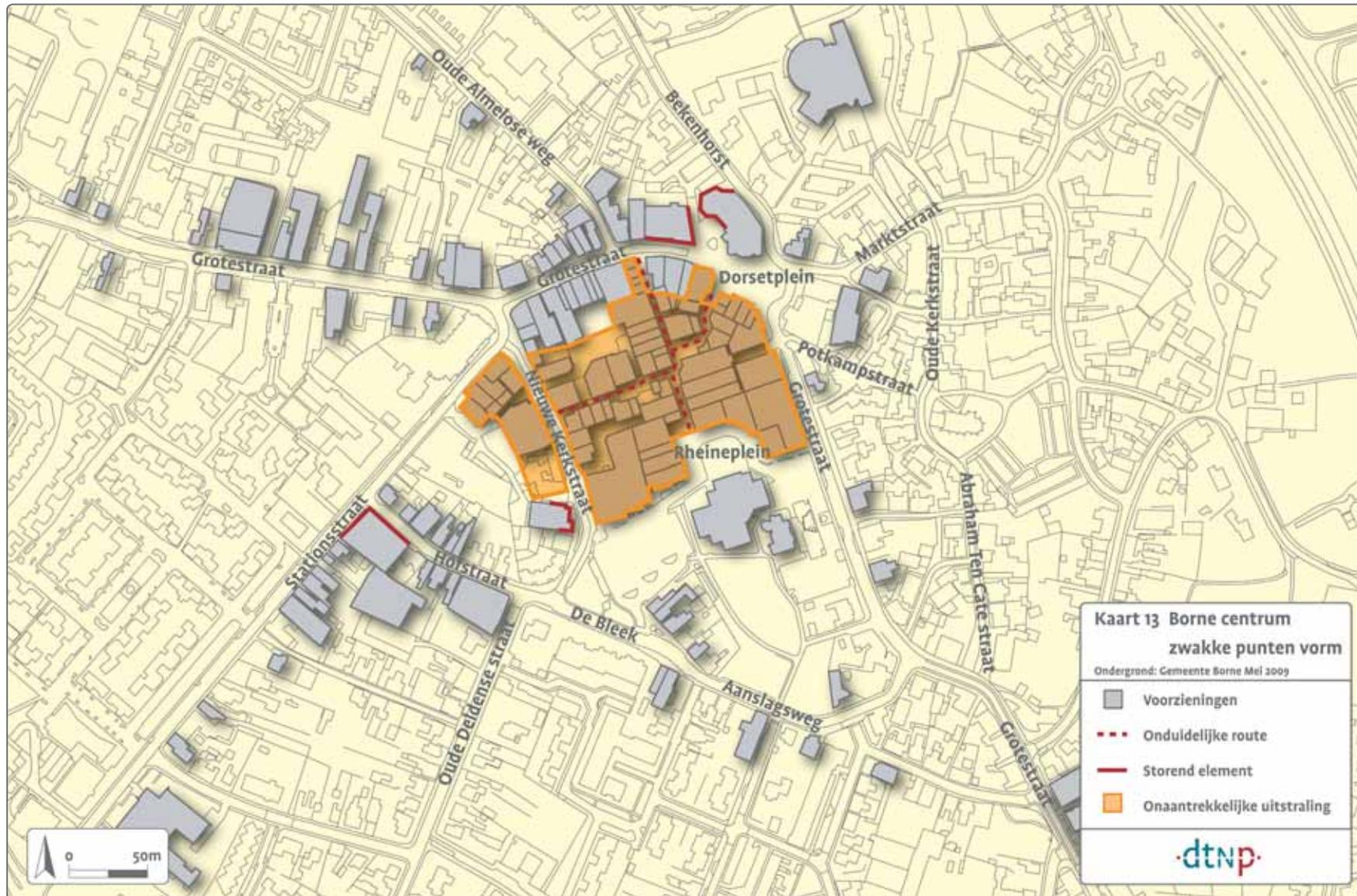
Verblijfskwaliteit laag door stenige uitstraling



Aanbouw achter Keizerskroon van matige kwaliteit



Matige uitstraling en kwaliteit bebouwing



### 3 Toekomstige functie

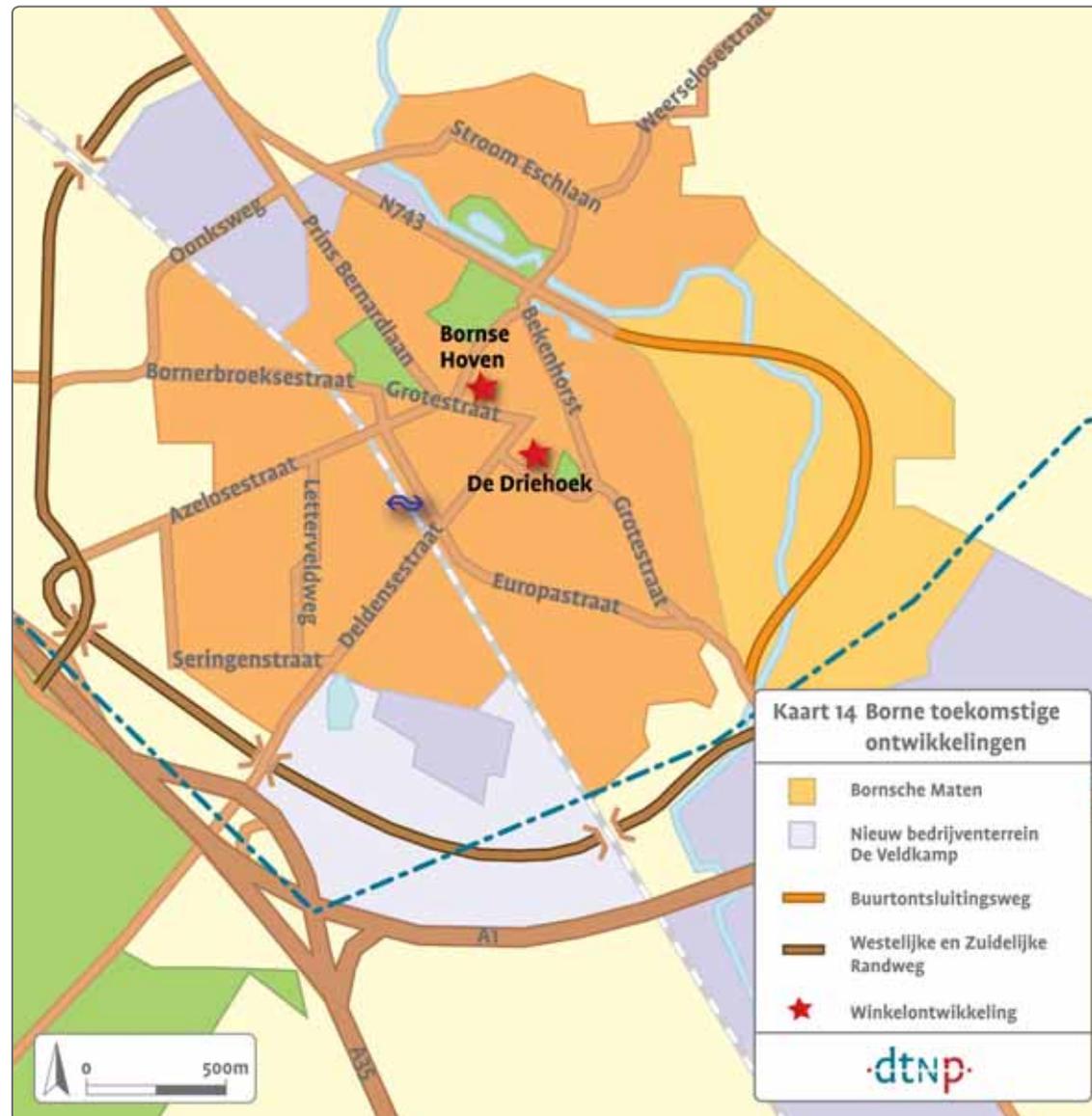
#### 3.1 Ontwikkelingen Borne

##### Woningbouw en inwonertal

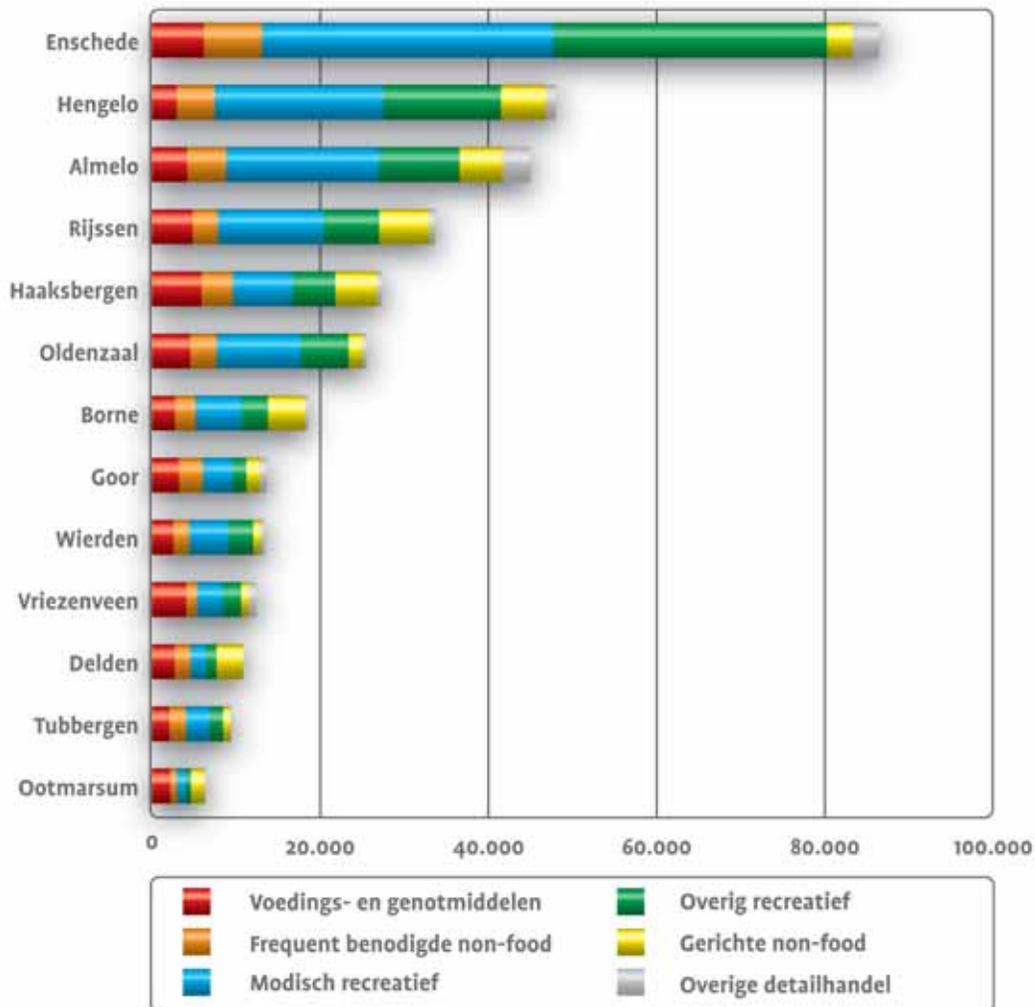
Aan de oostkant van Borne is de nieuwe wijk Bornsche Maten in ontwikkeling. Verspreid over 7 buurten worden hier in totaal circa 2.700 woningen gerealiseerd. De eerste fase (Nieuw Borne en Oost Esch) is grotendeels gereed. Volgens de gemeentelijke prognoses zal door deze nieuwbouw van woningen het inwonertal van Borne de komende jaren toenemen tot circa 26.500 in 2020.

##### Infrastructuur

Om de nieuwe wijk goed te verbinden met bestaand Borne wordt in het Integraal Verkeerplan voorgesteld de functie van de huidige rondweg te wijzigen (door een knip aan te brengen) en nieuwe route voor de ontsluiten van de Bornsche Maten aan te leggen. In combinatie hiermee worden voor het doorgaande verkeer nieuwe Randwegen ten westen en zuiden van de bebouwde kom gerealiseerd.



Figuur 10 Winkelaanbod in centrum Borne en in centra in de regio (in m<sup>2</sup> wvo)



Bron: Locatus, mei 2009; bewerking Droogh Trommelen en Partners

### Winkelontwikkelingen

Er zijn twee nieuwe winkelontwikkelingen gepland. De Driehoek betreft het gebied tussen Nieuwe Kerkstraat, Stationsstraat en Hofstraat. Aan de Nieuwe Kerkstraat en Stationsstraat worden commerciële ruimte ontwikkeld met appartementen erboven. Naast het parkeerterrein bij Aldi wordt een nieuwe supermarkt met appartementen erboven ontwikkeld (Bornse Hoven).

### 3.2 Ambitie centrum Borne

#### Winkelaanbod

Het winkelaanbod in het centrum van Borne heeft een omvang van ± 18.500 m<sup>2</sup> wvo. Uit de bezoekersenquête is al gebleken dat het centrum in eerste instantie een belangrijke functie vervult voor inwoners uit de eigen kern. Het doen van dagelijkse aankopen (boodschappen doen) is het belangrijkste bezoekmotief.

Voor niet-dagelijkse aankopen (recreatief winkelen) zijn inwoners van Borne voor een belangrijk deel gericht op de nabij gelegen grotere centra van Hengelo, Almelo en Enschede. Deze centra hebben vanwege een

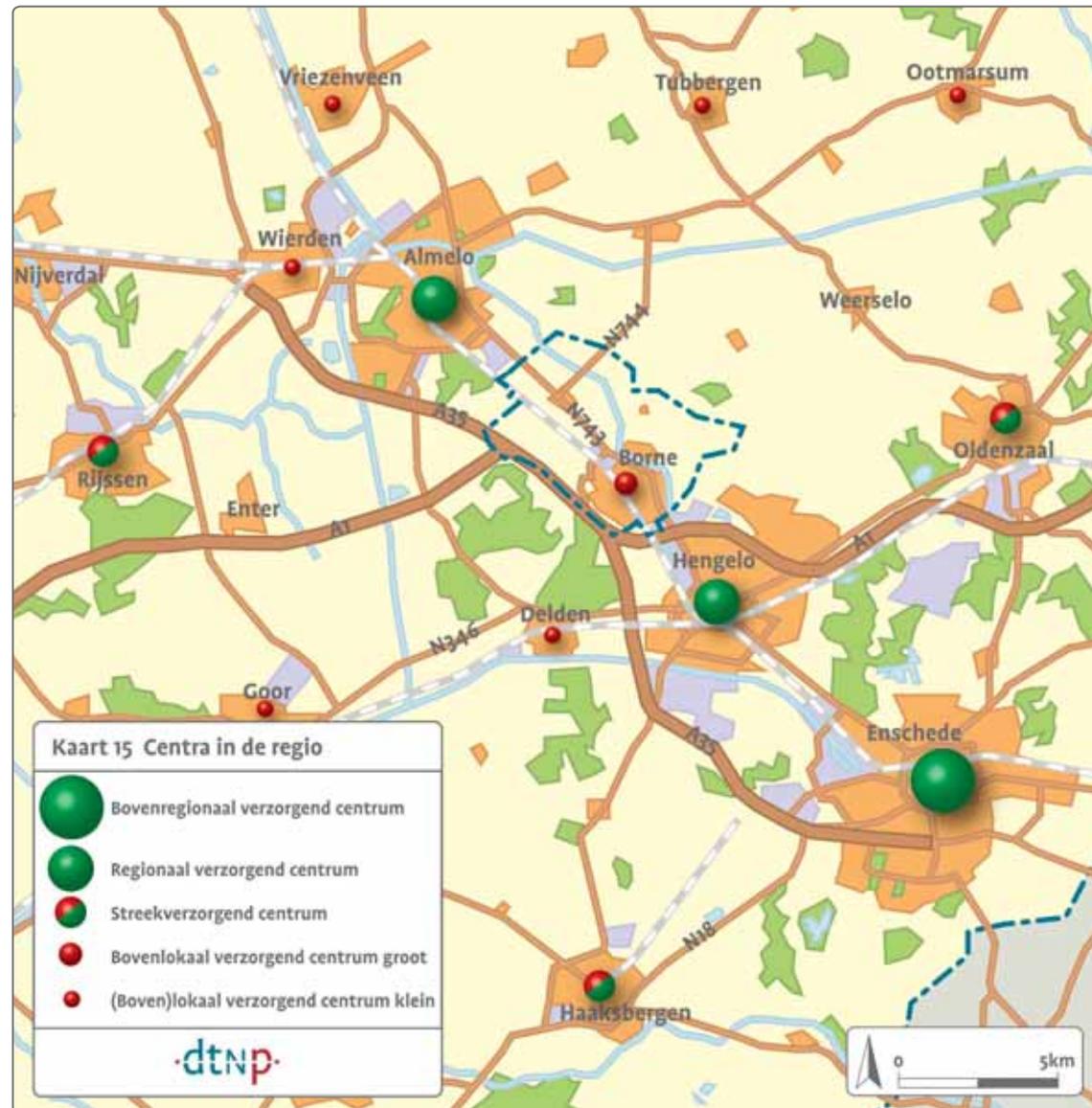
sterk aanbod in met name modisch en overig recreatieve branches een grote aantrekkingskracht op inwoners vanuit een grote regio.

Vanwege de ligging van Borne ten opzichte van de grotere centra in de regio, zal het winkelgebied van Borne ook in de toekomst primair een functie kunnen blijven vervullen voor de inwoners uit de eigen gemeente. De nadruk ligt op gemak (compleet (semi-) dagelijks aanbod, gratis parkeren dicht bij de winkels).

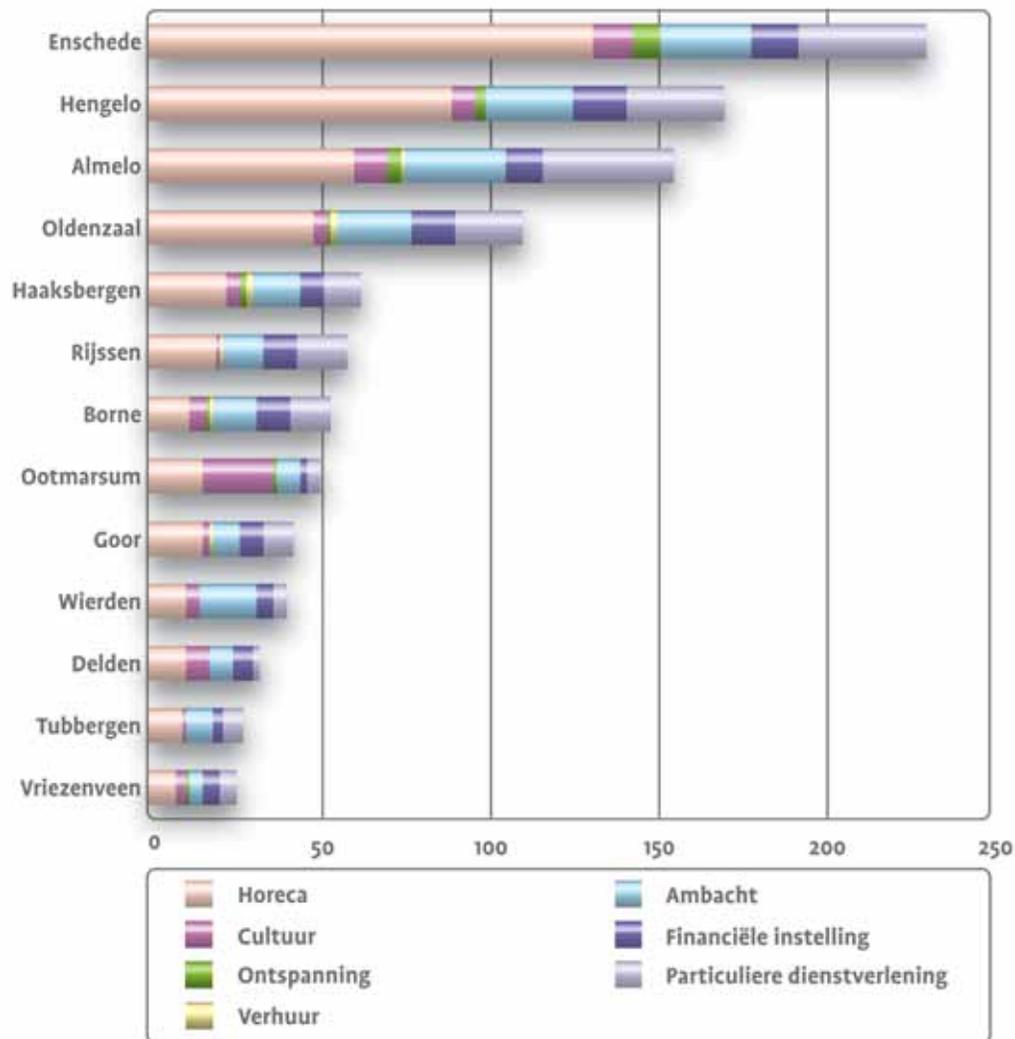
Borne kan zich door de dorpschaal en uitstraling onderscheiden ten opzichte van de grotere centra. Met een sterk centrum (divers aanbod, aantrekkelijke uitstraling) kan Borne haar functie als bovenlokaal verzorgend winkelcentrum verder proberen te versterken.

#### Overige voorzieningen

Ook wat betreft het aantal overige centrumvoorzieningen (horeca, cultuur, ambacht, financiële instellingen, overige dienstverlening) neemt Borne een middenpositie in in de regio. De centra met een uitgebreid winkelaanbod hebben over het algemeen ook een groot aantal horeca- en



Figuur 11 Overige voorzieningen in centrum Borne en in centra in de regio



Bron: Locatus, mei 2009; bewerking Droogh Trommelen en Partners

dienstverlenende bedrijven. Het aantal dienstverlenende bedrijven neemt over het algemeen af met de omvang van het winkelaanbod en verzorgingsfunctie van het centrum.

De sterke toeristisch-recreatieve functie van het centrum van Ootmarsum is duidelijk te zien in figuur 11, met relatief veel horeca en cultuur (galleries). Het horeca-aanbod in Borne is beperkt, ook in vergelijking met enkele andere kleinere centra in de regio.

De groene, landelijke omgeving van Borne trekt diverse toeristen (fietsers, wandelaars). Daarnaast heeft Borne met Oud Borne een bijzondere kwaliteit. Dit biedt kansen om het toeristisch-recreatief product van Borne te versterken. Door een goede koppeling te maken tussen Oud Borne, de fiets- en wandelroutes door Borne en het centrum met een divers winkelaanbod zijn er kansen voor versterking van met name het horeca-aanbod in het centrum van Borne.

### 3.3 Haalbare omvang aanbod

#### Vraag en aanbod

Om inzicht te krijgen in eventuele uitbreidingsmogelijkheden van het winkelaanbod in het centrum van Borne, zijn indicatieve berekeningen gemaakt voor de sectoren voedings- en genotmiddelen (VGM) en duurzame en overige goederen (DOG). Hierbij zijn de branches tuincentra, doe-het-zelfartikelen en woninginrichting buiten beschouwing gelaten. Deze branches zijn in belangrijke mate buiten reguliere winkelgebieden gevestigd.

Bij de berekeningen is uitgegaan van:

- de toekomstige omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners);
- de gemiddelde omzet in winkels per hoofd van de bevolking (bestedingen);
- de toekomstig haalbare koopkrachtbinding en -toevoering;
- de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> wvo (vloerproductiviteit).

Een uitgebreidere uitleg over de gebruikte kengetallen en de wijze van berekenen is opgenomen in bijlage 8.

#### Voedings- en genotmiddelen

De sector voedings- en genotmiddelen wordt gevormd door supermarkten en verszaken (zoals bakker, slager). Deze winkels vormen de basis voor de voorzieningen voor dagelijkse boodschappen. Met een sterk dagelijks aanbod als basis (met supermarkten als belangrijkste publiekstrekkers) ontstaan ook mogelijkheden voor winkels in andere branches (zoals mode, warenhuis, sport).

Het centrum is voor inwoners uit Borne (en directe omgeving) de belangrijkste aankoopplaats voor dagelijkse artikelen. Voor het functioneren van het centrum van Borne is een sterk winkelaanbod in voedings- en genotmiddelen met moderne supermarkten als trekkers cruciaal. Het overige winkelaanbod in het centrum kan profiteren van de trekkracht van deze supermarkten.

We berekenen voor winkels in voedings- en genotmiddelen in Borne op dit moment een uitbreidingsruimte van 1.500 m<sup>2</sup> wvo. Deze potentie wordt reeds ingenomen door de geplande ontwikkelingen in het centrum (met name supermarkt Bornse Hoven). Door nieuwbouw van de Bornsche Maten neemt de



Supermarkten zijn belangrijkste publiekstrekkers



Bij voorkeur in verschillende marktsegmenten



Naast supermarkten ruimte voor verspecialzaken



Hema is trekker in recreatieve branche



Gevarieerd aanbod in recreatieve branches haalbaar



Huidige omvang DOG-sector passend bij functie

komende jaren het draagvlak voor voorzieningen verder toe en ontstaan er op termijn kansen voor toevoeging van een extra supermarkt in het centrum.

#### **Duurzame en overige goederen**

De mogelijkheden voor winkels in duurzame en overige goederen worden bepaald door de omvang en kwaliteit van het aanbod in voedings- en genotmiddelen (de basis), door de kwaliteit van de ruimtelijke structuur van het centrum van Borne en door de haalbare positie van het centrum in de regio.

Vanwege de nabijheid van grote recreatieve winkelgebieden zal een deel van de koopkracht in Borne blijven afvloeien naar deze omliggende centra. Uitgaande van een sterk basisaanbod (supermarkten) en een goede, compacte ruimtelijke structuur, kan het centrum van Borne een functie vervullen als groot dorpscentrum voor met name inwoners uit de eigen gemeente. Het winkelaanbod kan naast een compleet en sterk dagelijks aanbod ook bestaan uit een gevarieerd aanbod in meer recreatieve branches (warenhuis, mode, boeken, sport en spel, multimedia).

Uit de indicatieve berekeningen blijkt dat er op dit moment, maar ook op langere termijn, geen aanleiding is het winkelaanbod in deze sector substantieel uit te breiden.

#### **Horeca en dienstverlening**

In een gevarieerd en aantrekkelijk dorpscentrum zijn naast winkels ook andere centrumvoorzieningen aanwezig, zoals horeca en dienstverlenende bedrijven.

Het aantal horecabedrijven in Borne is op dit moment beperkt. Voor de versterking van het winkelcentrum en het verbetering van het verblijfsklimaat (sfeer) is een uitbreiding van de (dag)horeca gewenst. Te denken valt aan grandcafés en lunchrooms met terrasfunctie.

Bedrijven in de dienstverlenende sector hebben in toenemende mate te maken met concurrentie van internet (bijvoorbeeld reisbureaus, banken, makelaars).

Desalniettemin is er in een centrum als dat van Borne ruimte voor bedrijven als kappers, uitzendbureaus, zorgwinkels. Het huidige aanbod (aantal bedrijven) is passend bij verzorgingsfunctie van het centrum van Borne.

## 4 Ruimtelijke visie

### 4.1 Uitgangspunten

Bij het bepalen van de toekomstige ruimtelijke structuur van het centrum van Borne wordt rekening gehouden met:

- eerder gemaakte keuzes: de geplande winkelprojecten De Driehoek en Bornse Hoven bepalen mede de toekomstige ruimtelijke structuur;
- realisme programma: marktpotenties voor grote nieuwe projecten (met opbrengsten) zijn beperkt. Dit beperkt investeringsmogelijkheden in bijv. parkeerkelders of herontwikkeling van bouwblokken;
- strategische locaties: om de routing en de verblijfsduur van bezoekers te verbeteren is (her)ontwikkeling van enkele locaties cruciaal. Marktpotenties worden ingezet ten behoeve van deze locaties;
- gefaseerde uitvoer: het plan omvat veel locaties en betrokkenen. Ook financiën voor uitvoer zijn nog niet gereserveerd;
- toetsingskader: naast uitvoeringsplan is het masterplan gelijktijdig bedoeld om nieuwe initiatieven te kunnen toetsen.

### 4.2 Hoofdpijnen ruimtelijke visie

In deze ruimtelijke visie op het centrum van Borne wordt ingezet op versterking van de functioneel-ruimtelijke structuur van het winkelgebied, inspeland op kansen en mogelijkheden.

Deze ruimtelijke visie is gericht op het creëren van een aantal beeldbepalende, herkenbare pleinen, die met elkaar verbonden zijn door korte looproutes met een aantrekkelijke invulling en uitstraling. We onderscheiden de volgende pleinen:

- Winkelplein: hart van kernwinkelgebied;
- Horecaplein: verblijfsplein dat het winkelgebied met Oud Borne verbindt;
- Dienstenplein: aanvullend aan het winkel- en horecaplein;
- Kerkplein: een van de belangrijkste entreegebieden van het centrum;
- Groen plein: de historische Bleek;
- Park: beeldentuin als rustpunt en onderdeel van het centrum;
- Evenementenplein: verbindt Kulturhus met winkel- en horecagebied, tevens belangrijke parkeerlocatie in het centrum.



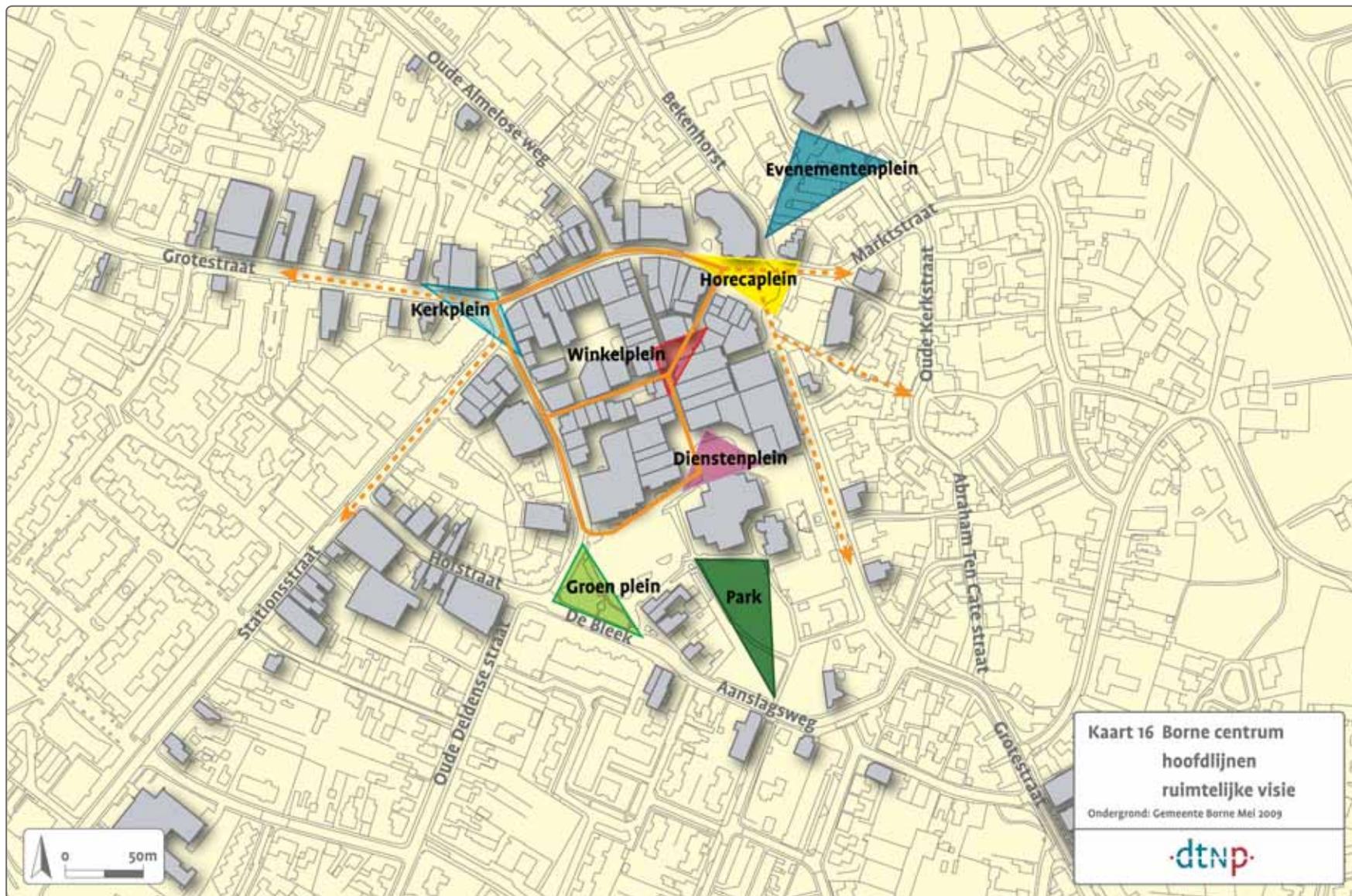
Dorsetplein: horecaplein, verbinding met Oud Borne



Kerkplein: belangrijke entree van het centrum



De Haven: locatie voor parkeren en evenementen



### 4.3 Ontwikkelingsrichting per functie

#### Winkels en overige voorzieningen

Het centrum van Borne vervult in de toekomst een functie als dorpscentrum, primair gericht op inwoners uit de eigen gemeente. Het winkelaanbod kan bestaan uit een sterk dagelijks aanbod met eigentijdse supermarkten als trekkers, aangevuld met een gevarieerd aanbod in overige branches, zoals mode, sport en spel, warenhuis en boeken. De aanwezigheid van andere voorzieningen (horeca, warenmarkt) dragen bij aan een aantrekkelijk, gevarieerd dorpscentrum.

Uit de berekeningen van de distributieve mogelijkheden is gebleken dat er geen ruimte is voor substantiële uitbreiding van het winkelaanbod in het centrum van Borne. Het aanbod wordt reeds uitgebreid met de ontwikkeling van de supermarkt in het project Bornse Hoven en met de toevoeging van winkeloppervlak in De Driehoek. Enige uitbreiding van het winkelaanbod in het centrum blijft mogelijk, met name door schaalvergroting van bestaande winkels of door herontwikkeling van delen van het

centrum. Op termijn ontstaan door toename van het aantal inwoners in Borne mogelijk kansen voor toevoeging van een extra supermarkt in het centrum.

Belangrijke randvoorwaarden voor een gevarieerd dorpscentrum zijn een compacte opzet met heldere routing en publiekstrekkers op strategische locaties. Zo kunnen enerzijds consumenten efficiënt boodschappen doen en worden anderzijds passantenstromen meer gebundeld, waardoor winkels beter kunnen functioneren. Hiertoe is het gewenst een helder kernwinkelgebied aan te wijzen, waar winkels en overige centrumvoorzieningen kunnen vestigen.

Rekening houdend met geplande winkelontwikkelingen (De Driehoek, Bornse Hoven) en de bestaande structuur en ligging van de belangrijkste trekkers (supermarkten), stellen wij voor in het centrum van Borne in te zetten op een compact 'winkelachtje' in het kernwinkelgebied met trekkers op het Dorsetplein, Kerkplein en Marktplein (Bolkshoek). Op het Dorsetplein wordt de vestiging van horeca gestimuleerd (zoals lunchrooms, grandcafés).



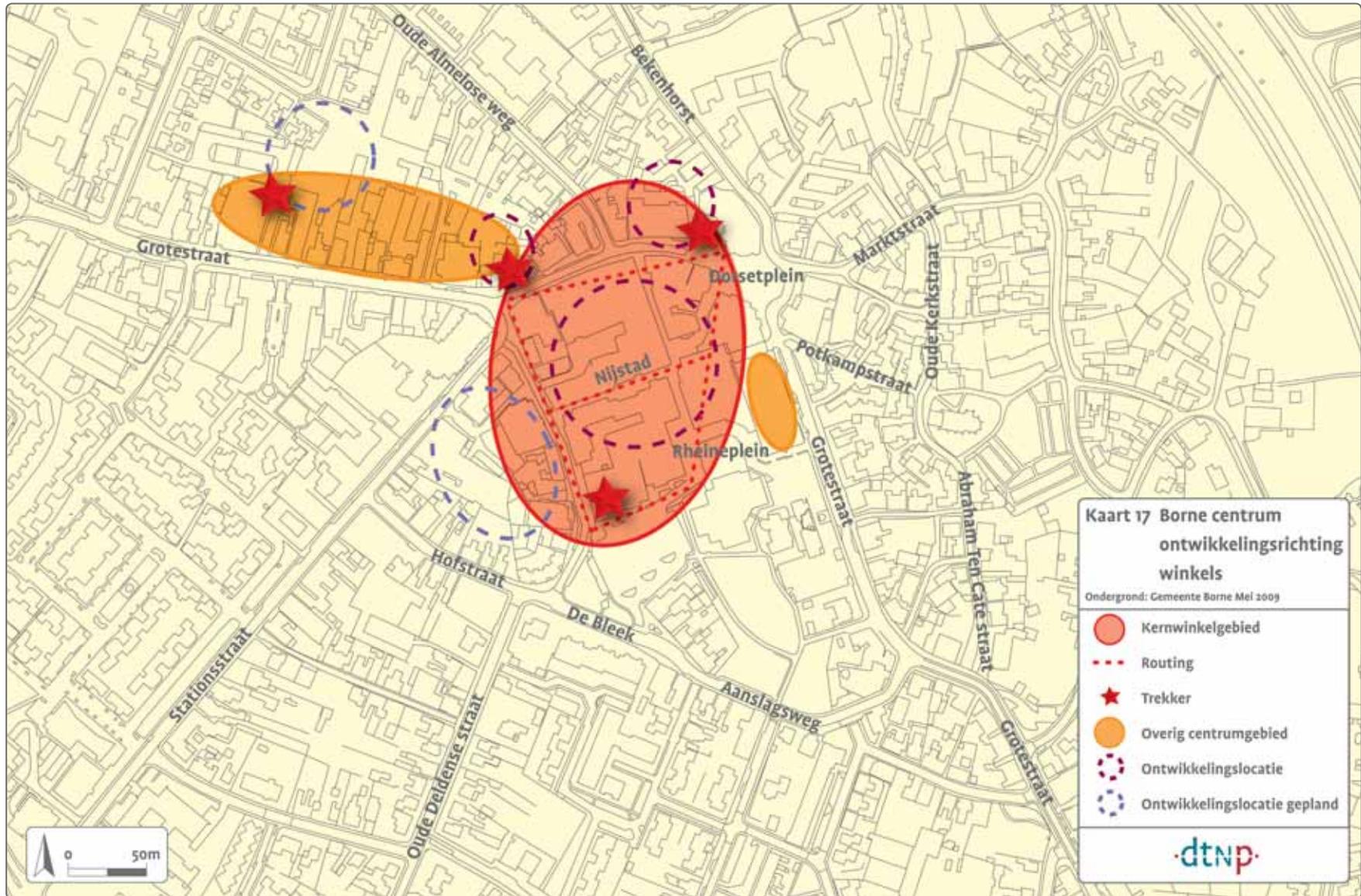
Impressie De Driehoek (bron: Te Kiefte Architecten)



Impressie Bornse Hoven



Albert Heijn is belangrijke trekker in centrum



Naast de geplande ontwikkelingslocaties is het versterken van enkele andere strategische locaties van belang:

- locatie Rabobank: versterken winkel-functie Grotestraat en horecafunctie Dorsetplein;
- locatie Kerkplein noordzijde: toevoegen winkeltrekker om routing te bevorderen;
- locatie Nijstad: streven naar bundelen van passantenstromen door afname van aantal routes, moderniseren winkelgebied door schaalvergroting winkels en verbreding winkelstraten.

Naast het kernwinkelgebied is het gewenst ruimte te bieden voor winkels en overige voorzieningen die wel in het centrum maar niet op een A1-locatie gevestigd willen zijn (zoals dienstverlenende bedrijven, doelgericht en/of laagfrequent bezochte winkels). In het centrum van Borne zijn de Grotestraat-Noord tussen Kerkplein en Bornse Hoven (noordzijde) en de Grotestraat-Zuid tussen Dorsetplein en Rheineplein hiervoor prima geschikt. Door aan de noordzijde van de Grotestraat-Noord centrumvoorzieningen toe te staan, wordt dit gebied nadrukkelijk bij het centrum betrokken. Bezoekers aan de



Locatie Rabobank: versterken winkelfunctie Grotestraat en horecafunctie Dorsetplein



Kerkplein (Grotestraat): toevoegen winkeltrekker noordzijde om winkelrouting te bevorderen



Nijstad en omgeving: bundelen passantenstromen



Modernisering en schaalvergroting Nijstad



Grotestraat-Noord: overig centrumgebied



Warenmarkt vormt aanvulling op winkelaanbod



Inpassing markt op Rheineplein onderzoeken

supermarkten in de Bornse Hoven worden zo verleid om ook de winkels in het kernwinkelgebied te gaan bezoeken.

#### **Warenmarkt**

Een belangrijke aanvullende functie in het winkelgebied is de warenmarkt. Op dit moment vindt deze op woensdagochtend plaats op parkeerterrein De Bolkshoek. De warenmarkt telt op dit moment circa 40 koopliden. Het aanbod is gemengd, met de nadruk op (semi)dagelijkse artikelen (voedingsmiddelen, textiel), waardoor het goed aansluit bij de verzorgingsfunctie van het centrum van Borne.

Doordat de warenmarkt dichtbij de winkels is gesitueerd, kunnen markt en winkels optimaal van elkaar profiteren. De locatie op het belangrijkste parkeerterrein van het centrum is minder gunstig, omdat de parkeerdruk hierdoor op marktdagen erg hoog is. Het is te overwegen de warenmarkt te verplaatsen naar het Rheineplein. Hier kan ook een goede relatie worden gelegd met het winkelgebied en gaat de warenmarkt niet ten koste van het aantal parkeerplaatsen. Nader onderzoek

naar de fysieke inpassingsmogelijkheden op het Rheineplein is gewenst.

Indien inpassing van de warenmarkt op het Rheineplein niet haalbaar of wenselijk is, kan nog worden overwogen de markt te verplaatsen naar De Haven. Dit sluit goed aan bij de functie van dit gebied als evenemententerrein. Op marktdagen is De Haven dan niet beschikbaar als parkeerlocatie voor het centrum. In tegenstelling tot De Bolkshoek kan hier bij een hoge parkeerdruk echter uitgeweken worden naar de nabijgelegen parkeergarage onder het Kulturhus.

#### **Verkeer en parkeren**

In het centrum van Borne is gemak voor de consument door een goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid dicht bij de winkels belangrijk. Bij voorkeur is er een gesloten parkeerring, direct rondom het winkelgebied, met een aantal grote parkeerterreinen rondom het centrum. Rekening houdend met de fysieke mogelijkheden in het centrum van Borne, moet hier uitgegaan worden van kleinere parkeerlocaties rondom het centrum. Behoud van de huidige capaciteit bij de herinrichting van deze terreinen is

gewenst. Bij nieuwe ontwikkelingen wordt indien mogelijk de parkeercapaciteit voor consumenten (dichtbij de winkels) uitgebreid. Met gratis parkeren (blauwe zone, maximale parkeerduur 2 uur) onderscheidt Borne zich van de grotere centra in de regio.

In het kernwinkelgebied wordt voorrang gegeven aan de winkelende consument. Het gebied wordt (blijft) daarom ingericht als verblijfsgebied, waar de auto op enkele plekken te gast is (winkel erf). Voor een goede ontsluiting van de Oude Almeloseweg is het gewenst dat een deel van de Grotestraat toegankelijk blijft voor auto's (eenrichting). Ook de Nieuwe Kerkstraat blijft ingericht als eenrichtingsweg, met langspaarkeerplaatsen voor de winkels. De auto in de straat zorgt voor levendigheid in deze centrumdelen. Om te zorgen voor een directe bereikbaarheid van de parkeerlocatie Bolkshoek wordt voorgesteld de huidige rijrichting te behouden.

Op het Dorsetplein wordt de rijloper verlegd, waardoor de aanwezigheid van de auto op het plein minder dominant wordt. De snelheid van automobilisten wordt onder meer geremd door een versmalde weg op het plein.

### Fietsers

Uit de bezoekersenquête is gebleken dat circa 40% van de bezoekers met de fiets naar het centrum komt. In het Integraal Verkeerplan van de gemeente Borne wordt een hoge prioriteit gelegd bij de fietser. Om het fietsgebruik te stimuleren wordt ingezet op comfortabele en veilige fietsroutes en -voorzieningen. Op termijn wordt onder meer de Grotestraat-Noord gereconstrueerd.

Om het fietsgebruik naar het centrum te stimuleren is gemak voor de fietsende bezoeker gewenst. In een dorpscentrum met een functie en omvang als dat van Borne betekent dit dat bezoekers hun fiets het liefst zo dicht mogelijk bij de winkel, die ze gaan bezoeken, willen stallen. In deze visie wordt daarom voorgesteld in alle centrumstraten fietsers toe te staan en verspreid over het centrum voor de winkels kleine clusters met fietsenrekken te plaatsen. Daar waar mogelijk kunnen bezoekers zich per fiets door het centrum verplaatsen. Op plaatsen waar het te smal of te druk is met voetgangers wordt de fietser vanzelf gedwongen af te stappen.



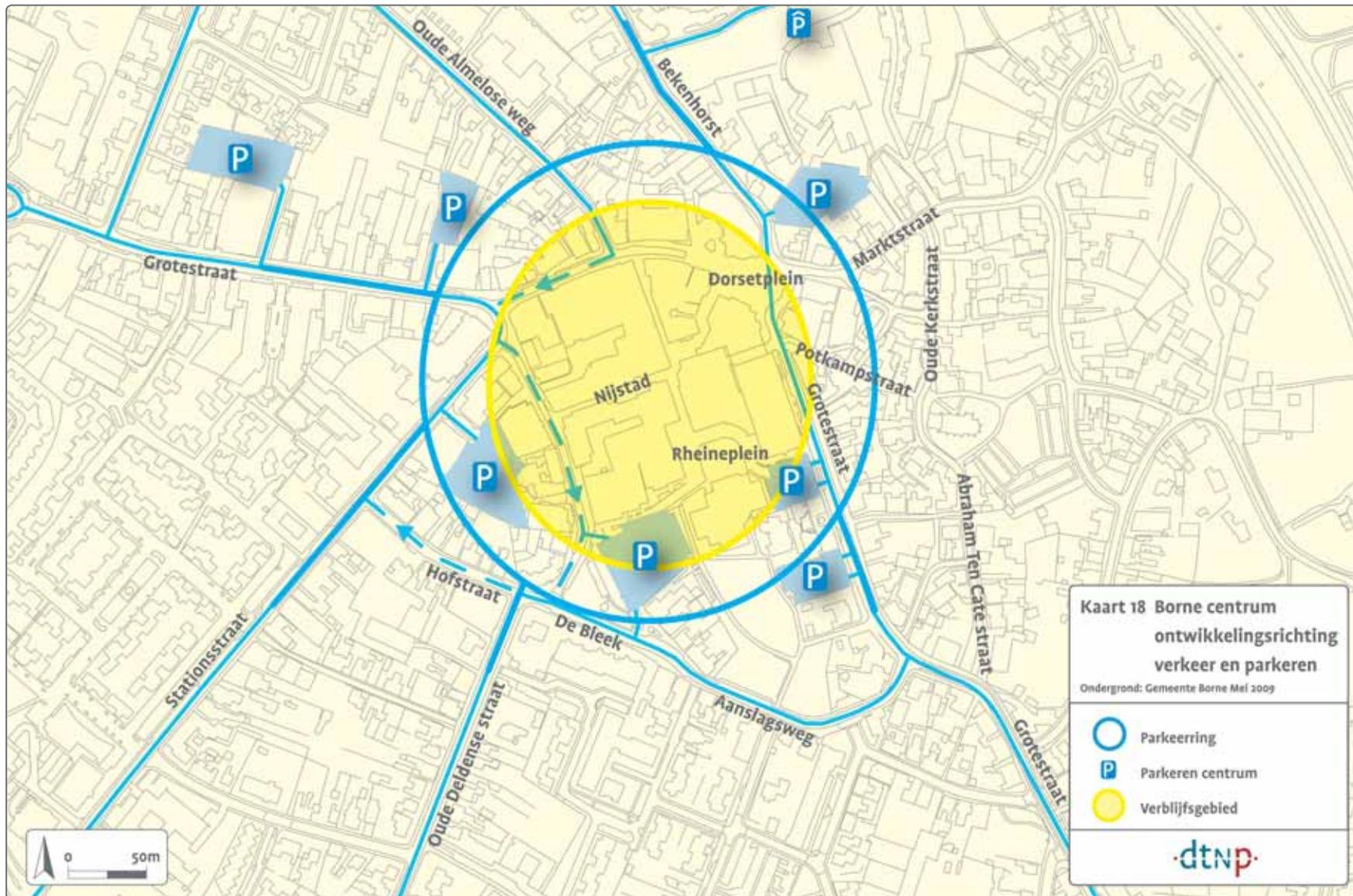
Optimaliseren parkeercapaciteit dichtbij winkels



Rijloper Dorsetplein verleggen (zonder bocht)



Fietsers overal in centrumgebied toegestaan



## Groen

Groene elementen in een centrum dragen bij aan de identiteit en het verblijfsklimaat van een gebied en kunnen tevens een functie vervullen als oriëntatiepunt (geleiding verkeerstromen, herkenbaarheid deelgebieden).

Het centrum van Borne heeft een aantal in potentie sterke groene elementen, met name de Bleek en de beeldentuin. Door verbetering van de kwaliteit (inrichting), zichtbaarheid en verbinding van beide deelgebieden vormen ze een meerwaarde voor het centrum (groen rustpunt). Bij het Dorset Mansion House wordt met een groene inrichting een relatie gelegd tussen de beeldentuin en Oud Borne.

Het aanbrengen van laanbeplanting langs de belangrijkste ontsluitingsroutes naar het centrum kan de functie en kwaliteit van deze wegen versterken (oriëntatie, identiteit).

In het kernwinkelgebied is weinig fysieke ruimte voor substantiële groenelementen. De prioriteit ligt hier bij de hoofdfunctie winkelen, maar daar waar mogelijk worden bomen of andere groenelementen toegevoegd.



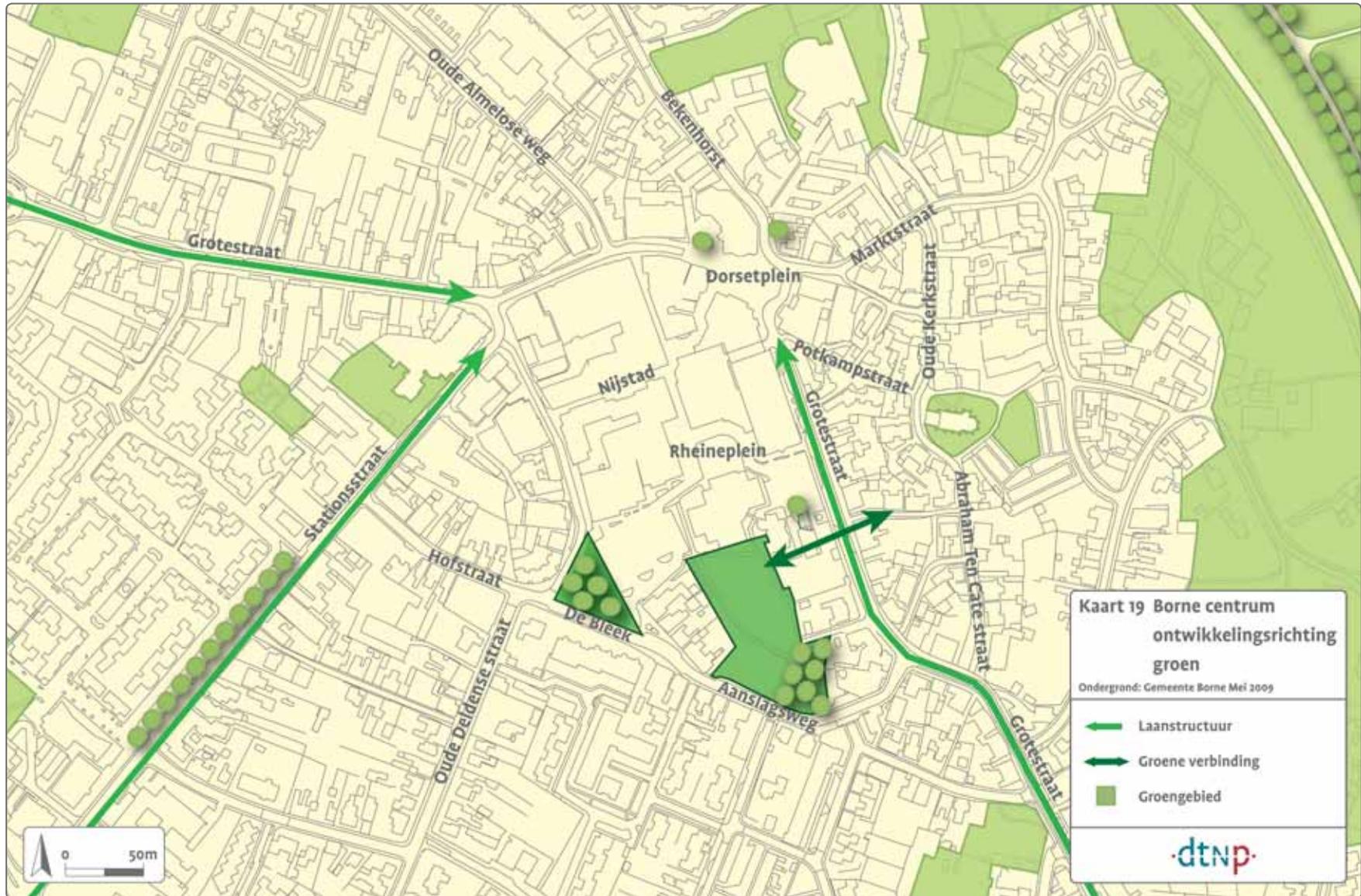
Beeldentuin meer bij het centrum betrekken door zichtbaarheid te vergroten



In kernwinkelgebied weinig ruimte voor groen



Daar waar mogelijk groene elementen toevoegen



## Wonen

Voor de leefbaarheid in het centrum van Borne is het gewenst dat in het winkelgebied daar waar mogelijk het wonen boven winkels wordt gestimuleerd. Dit betekent dat ook bij nieuwe projecten in het kernwinkelgebied en in het overig centrumgebied uitgegaan dient te worden van een combinatie van commerciële functies op de begane grond met een woonfunctie daarboven. Het nieuwe project De Driehoek is hiervan een goed voorbeeld.

Buiten het centrum (kernwinkelgebied en overig centrumgebied) is wonen de hoofdfunctie. Dit wil overigens niet zeggen dat er in deze gebieden geen commerciële functies mogelijk zijn. Reeds aanwezige winkels en overige voorzieningen kunnen blijven bestaan. Substantiële uitbreiding van de winkelfunctie wordt hier echter niet (meer) toegestaan. Door het creëren van een 'planologische schaarste' neemt de druk op de winkelmarkt in het centrumgebied toe en worden nieuwe ontwikkelingen hier gestimuleerd.



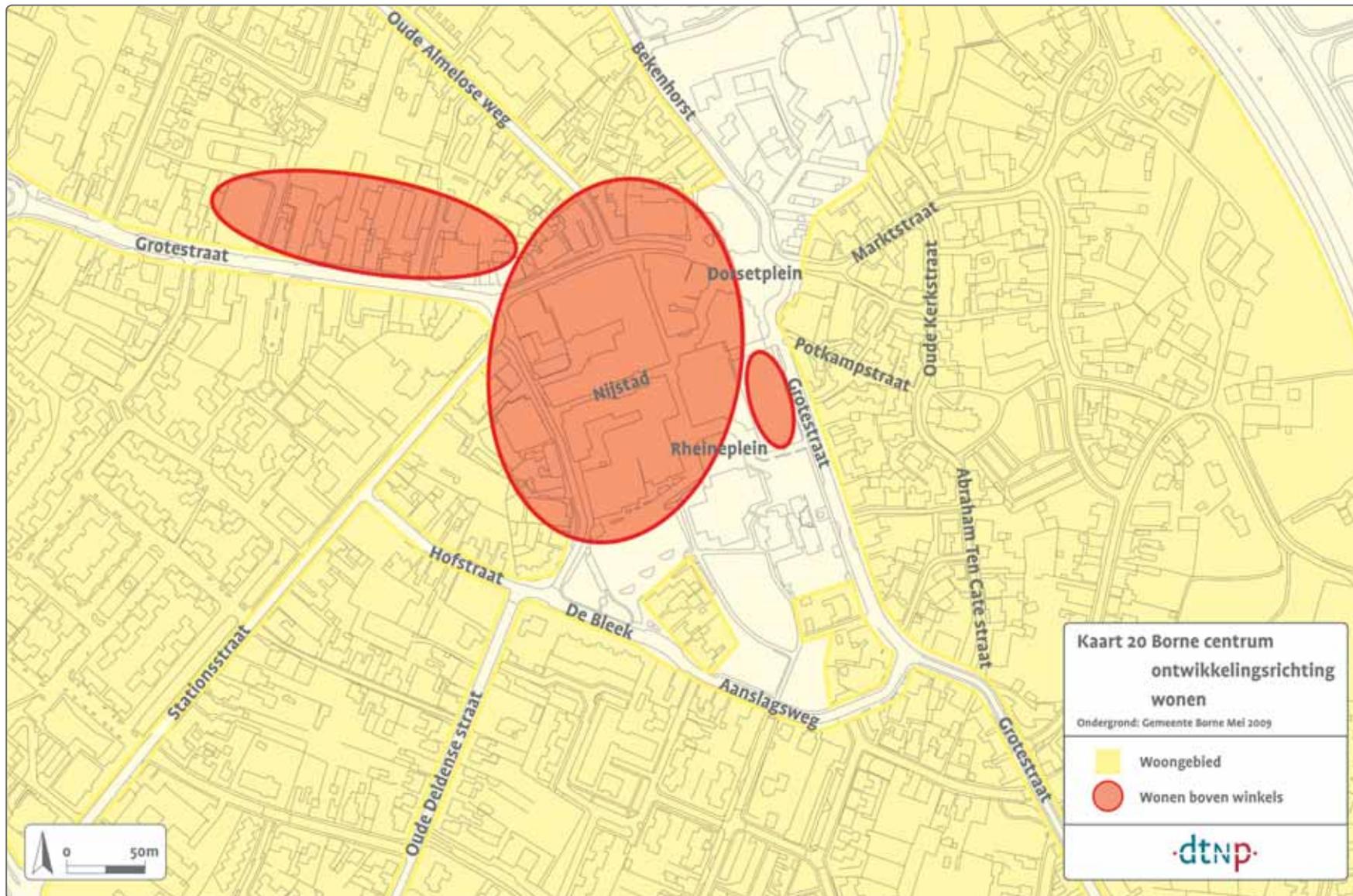
Buiten het centrum (kernwinkelgebied en overig centrumgebied) ontwikkeling woonfunctie stimuleren



Wonen boven winkels waar mogelijk stimuleren



In De Driehoek worden functies gecombineerd



#### 4.4 Integrale ruimtelijke visie

In de integrale ruimtelijke visie op het centrum van Borne zijn alle voorgaande elementen samengevoegd:

- compact kernwinkelgebied met heldere routing, trekkers op strategische locaties en een horecaplein;
- overig centrumgebied voor laagfrequent bezochte functies;
- ontwikkelingslocaties op strategische plekken in het centrum: Grotestraat/ Dorsetplein, Kerkplein, Nijstad;
- zo compact en helder mogelijke parkeerroute met geoptimaliseerd aantal parkeerplaatsen dicht bij de winkels;
- in het winkelgebied aantrekkelijk verblijfsgebied voor consumenten, auto slechts op enkele plaatsen te gast (waar nodig voor ontsluiting en parkeerroute);
- sterke groengebieden Bleek en beeldentuin, rondom gemeentehuis en Dorset Mansion House.

In het hoofdstuk 5 wordt voor de belangrijkste deelgebieden in het centrum een uitwerking gemaakt en worden uitgangspunten voor de gewenste beeldkwaliteit geformuleerd.



Compact kernwinkelgebied met heldere routing



Overig centrumgebied voor aanvullende functies



Strategische ontwikkelingslocaties



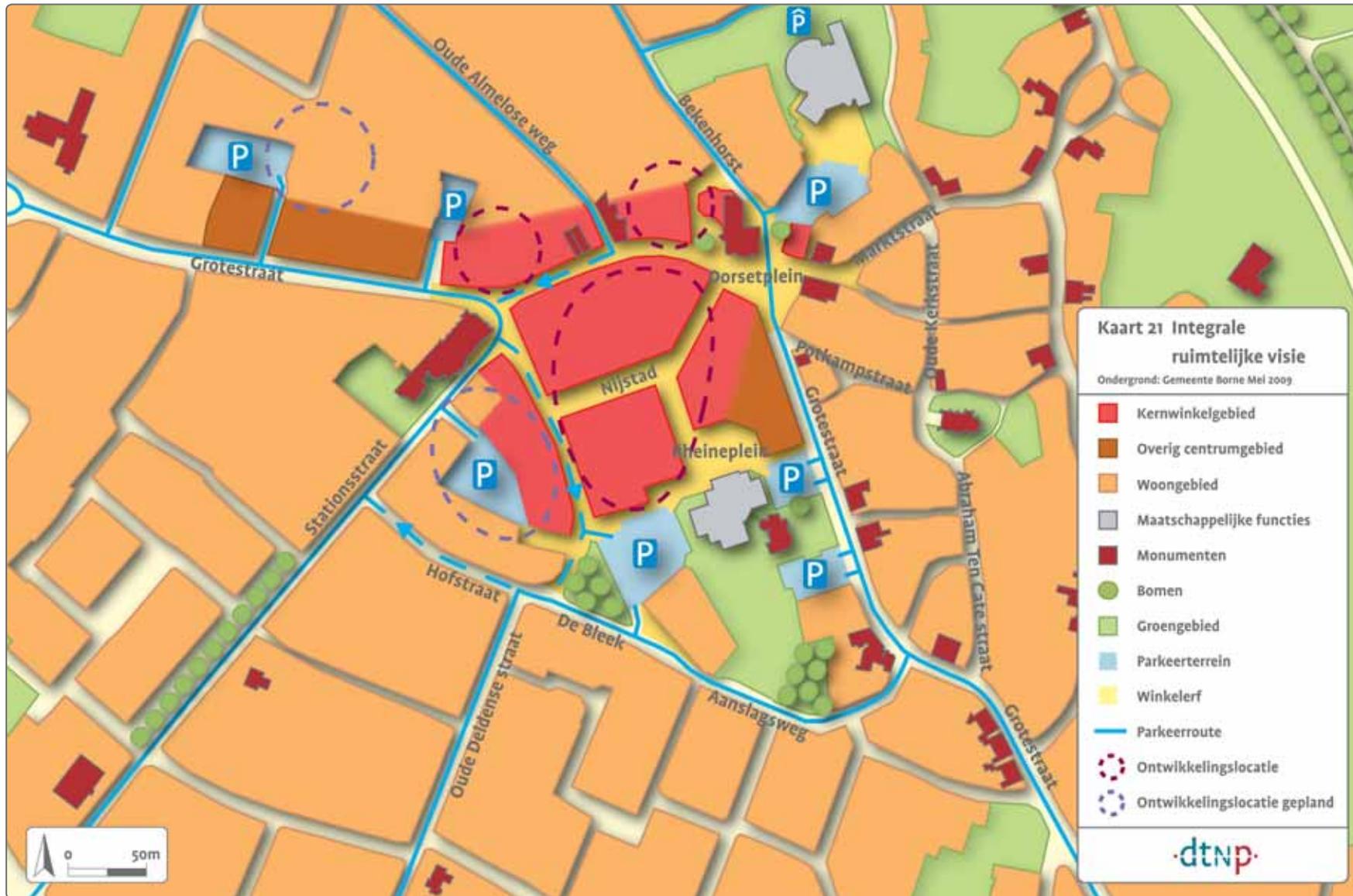
Zoveel mogelijk parkeerplaatsen dicht bij winkels



Aantrekkelijk verblijfsgebied voor bezoekers



Sterke groengebieden als aanvulling op centrum



## 5 Beeldkwaliteit

### 5.1 Uitgangspunten

#### Huidige beeldkwaliteit

Het centrum van Borne wordt gekenmerkt door een mix van functies en bouwstijlen. Dit levert op diverse locaties in het centrum onduidelijke of onaantrekkelijke gebieden op. Aan de Grotestraat en op het Dorsetplein wisselen monumentale panden en bebouwing van matige kwaliteit elkaar af. Veel panden tellen twee bouwlagen met een kap. Het gebied Nijstad heeft een stenige uitstraling, met bouwblokken van uiteenlopende kwaliteit en uitstraling. De bebouwing varieert van 1 bouwlaag zonder kap tot 3 bouwlagen met kap.

De winkelstraten en de parkeerterreinen zijn ingericht met klinkers. Verder wordt de openbare ruimte gekenmerkt door een veelheid aan inrichtingselementen, zoals bewegwijzeringsborden, paaltjes, bankjes, etc. Het geheel komt rommelig en gedateerd over.

#### Beoogde beeldkwaliteit

In dit Masterplan wordt per deelgebied een duidelijke hoofdfunctie benoemd (winkelen, wonen, verblijven, verkeer, parkeren). Uitgangspunt bij het formuleren van de gewenste beeldkwaliteit is een consequente vertaling van de functioneel-ruimtelijke structuur. Dit houdt in dat er heldere keuzes voor de inrichting moeten worden gemaakt.

Het streefbeeld is een levendig centrumgebied met een mix aan functies, waarbinnen door eenheid in inrichtingsmaterialen een rustig en overzichtelijk geheel wordt gecreëerd. Daar waar mogelijk wordt de dorpse uitstraling versterkt door onder meer groen. In het winkelgebied en op de parkeerterreinen ligt de nadruk op een functionele inrichting: voldoende ruimte voor de consument om te winkelen, te verblijven en/of te parkeren.

Het winkelgebied kent grofweg twee sferen:

- het historische deel: Dorsetplein, Grotestraat. Hier zijn nog enkele monumentale en waardevolle panden te vinden, die dit deel een sfeervolle, dorpse uitstraling geven. De architectuur van



Referentiebeelden beeldkwaliteit bebouwing



Referentiebeelden beeldkwaliteit bestrating

nieuwbouw (en van bestaande panden) dient hierop aan te sluiten.

- het modernere deel: Nijstad, Nieuwe Kerkstraat. Hier is een meer stedelijker uitstraling van bebouwing mogelijk.

### Bebouwing

Voor de beeldkwaliteit van de bebouwing wordt het pandsgewijze verkavelingsbeeld, dat in een deel van het centrum reeds bestaat, doorgezet. De uitgangspunten voor de beeldkwaliteit van de bebouwing zijn:

- panden hebben een breedte van circa 8 meter;
- ieder pand heeft een eigen vormgeving ter versterking van de individualiteit (bijvoorbeeld door afwisseling van kappen, kleine verspringingen in gootlijn en rooilijn, kleurgebruik);
- de architectuur toont overwegend verticaliteit met bakstenen gevelwand;
- panden in de Grotestraat hebben een bouwhoogte van 2 of 3 lagen met kap;
- panden in de Nijstad/Nieuwe Kerkstraat hebben een bouwhoogte van 3 of 4 lagen met kap;
- op enkele plekken is een accent gewenst: in hoogte en/of in een bijzonder

gevelement (bijv. hoek Rabobanklocatie, hoek Kerkpleinlocatie);

- het gebruik van luifels wordt beperkt.

### Openbare ruimte

Voor de beeldkwaliteit van de openbare ruimte gelden de volgende uitgangspunten:

- het verblijfsgebied wordt ingericht met een kleinschalige gebakken klinker;
- op het Dorsetplein en in de Grotestraat en Nieuwe Kerkstraat wordt een versmalde, iets lager gelegen rijloper aangelegd in hetzelfde materiaal, met lage, overrijdbare opsluitbanden en draingoten;
- in de Grotestraat en de Nieuwe Kerkstraat worden langspaarvakken op het trottoir aangelegd, met klinkers in een afwijkende kleur;
- de parkeerterreinen worden ingericht met parkeervakken in afwijkende kleur en hagen als begrenzing van het terrein;
- waardevolle bomen (onder andere op Dorsetplein, bij Dorset Mansion House, op de Bleek blijven behouden);
- waar mogelijk worden bomen of andere groenelementen toegevoegd;
- overige inrichtingselementen, zoals verlichting, zitelementen, prullenbakken

en fietsenrekken worden in een rustige, eenduidige stijl uitgevoerd.

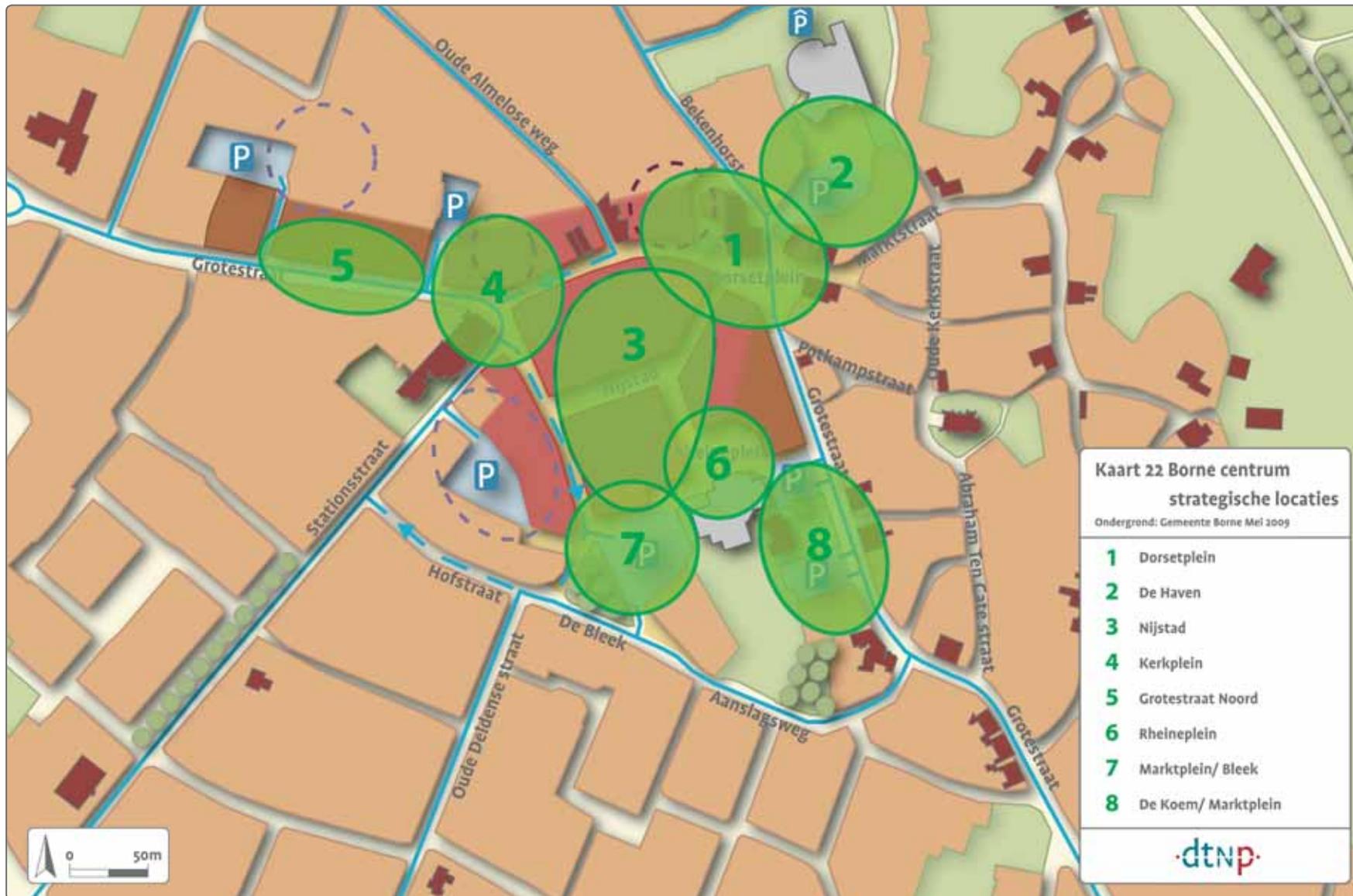
### Strategische locaties

In dit hoofdstuk wordt voor een aantal strategische locaties een uitwerking gemaakt en een impressie gegeven van de toekomstige beeldkwaliteit op basis van voorgaande uitgangspunten. De verschillende locaties kunnen afzonderlijk van elkaar worden aangepakt, zodat een gefaseerde uitvoer van het Masterplan mogelijk is. Achtereenvolgens komen de volgende strategische locaties aan de orde:

- Dorsetplein/locatie Rabobank
- De Haven
- Nijstad
- Kerkplein
- Grotestraat-Noord
- Rheineplein
- Bolkshoek/Bleek
- De Koem/Marktplein



Referentiebeelden inrichtingselementen



## 5.2 Strategische locaties

### Dorsetplein

Het Dorsetplein vormt in de toekomstige structuur het hart van Borne. Dit plein wordt de belangrijkste verblijfs- en ontmoetingsruimte van het centrum. Hier wordt de horecafunctie gestimuleerd en is volop ruimte voor terrassen. Door haar ligging vormt het Dorsetplein tevens de schakel tussen Oud Borne en het kernwinkelgebied. Deze relatie wordt versterkt door meer eenheid in de bestrating en inrichting van het plein en door zichtlijnen te versterken. De autoroute via Grotestraat-Zuid-Bekenhorst blijft in de toekomst belangrijk. Door de gekozen inrichting zijn auto's op het plein nadrukkelijk te gast. Het begin van het winkelerf wordt gemarkeerd met een verhoging en op het plein is de rijloper versmald.

Een grote fontein (of ander in het oog springend kunstwerk) wordt centraal op het plein geplaatst. Door de locatie hiervan is dit een oriëntatiepunt, dat vanuit diverse richtingen al van afstand zichtbaar is. Dit benadrukt de centrale functie van het Dorsetplein.



Impressie toekomstige situatie Dorsetplein (verblijfsplein met smalle rijloper en grote fontein als blikvanger)



Midden op plein grote fontein of kunstwerk plaatsen



Dorsetplein: huidige situatie en impressie (rechts)







Impressie winkelproject op Rabobanklocatie (verticale geleding, veel winkelfronten Grotestraat, horeca op de hoek)



Dorsetplein: impressie (links) en huidige situatie



Huidige situatie locatie Rabobank

### Locatie Rabobank

Aan de Grotestraat nabij het Dorsetplein staat het markante pand van de Rabobank. Dit gebouw heeft een nogal gesloten uitstraling, terwijl het op een zeer strategische locatie in het winkelgebied staat. Bij voorkeur wordt op deze locatie de winkel- en horecafunctie versterkt.

Herontwikkeling van de Rabobank tot een aantal winkelpanden aan de Grotestraat met appartementen erboven, draagt bij aan het versterken van de winkelfunctie (bijvoorbeeld door hier ruimte te creëren voor grootschaliger winkelunits), het verbeteren van de routing door het centrum (Grotestraat meer bij winkelgebied betrekken) en de beeldkwaliteit van dit deel van het centrum (bebouwing die meer aansluit bij de overige panden in de Grotestraat).

De hoek van dit project richting het Dorsetplein is uitermate geschikt voor een horecagelegenheid met terrasfunctie.

### De Haven

De Haven vervult in de toekomstige ruimtelijke visie een functie als parkeerlocatie en als evenemententerrein. Op dit moment is De Haven al één van de belangrijkste parkeerlocaties van het centrum. Deze functie kan nog worden versterkt door de zichtrelatie tussen dit parkeerterrein en het kernwinkelgebied (Dorsetplein) te verbeteren.

Door De Haven ook een functie te geven als evenemententerrein, wordt dit gebied (met het Kulturhus als belangrijke functie) meer bij het centrum van Borne betrokken. Op dit plein is ruimte voor diverse culturele of andere evenementen, zoals braderieën, kermis, themamarkten en eventueel de wekelijkse warenmarkt. De horeca in het Kulturhus kan een meer prominente functie gaan vervullen.

De herinrichting van het plein dient gericht zijn op het optimaliseren van deze twee functies. Bij voorkeur wordt het gebied meer een geheel zonder al te grote hoogteverschillen. Gestreefd wordt naar behoud van de huidige bomen op het parkeerterrein.



Parkeerterrein met behoud bomen, ruimte voor Kulturhus als een plein inrichten, geschikt voor evenementen



Huidige situatie De Haven



Kulturhus meer bij centrum betrekken



Bij evenementen hele plein en parkeerterrein benutten, garage De Bijenkorf is uitwijkmogelijkheid voor parkeren



Evenementenplein geschikt voor (deel van) kermis...



Muziek tent voor Kulturhus plaatsen?



Levendigheid bij De Haven creëren



... themawarenmarkten en braderieën

## Nijstad

De Nijstad ligt centraal in het kernwinkelgebied, tussen het Dorsetplein, trekker Albert Heijn en het nieuwe winkelproject De Driehoek aan de Nieuwe Kerkstraat. Om dit deel van het winkelgebied te versterken, is een wijziging van de stedenbouwkundige opzet en van de uitstraling van de bebouwing wenselijk.

Het streefbeeld van dit gebied is een winkelgebied met bredere winkelstraten en met winkelunits van eigentijdse omvang en uitstraling. Daarnaast is het gewenst dat het aantal looproutes door het winkelgebied wordt verminderd (zodat passantenstromen worden gebundeld) en dat er zichtlijnen worden gecreëerd (bijvoorbeeld richting Dorsetplein). Om dit streefbeeld te bereiken zijn verschillende opties denkbaar, die in een nadere uitwerking onderzocht moeten worden. Te denken valt aan een ingrijpende operatie (deels sloop-nieuwbouw) of een beperktere aanpassing van de huidige stedenbouwkundige opzet (bijvoorbeeld door donkere hoeken en arcades te verwijderen).



Impressie toekomstige situatie Nijstad (aanpassing huidige panden, nieuw winkelproject op locatie Hema)



Huidige situatie Nijstad



Streven naar bredere winkelstraten met grotere units



Streven naar panden met eigen vormgeving, bijv. variatie in kleur, vorm van kap



Wonen boven winkels draagt bij aan levendigheid winkelgebied



Brede winkelstraten met eigentijdse winkelunits en goede zichtlijnen



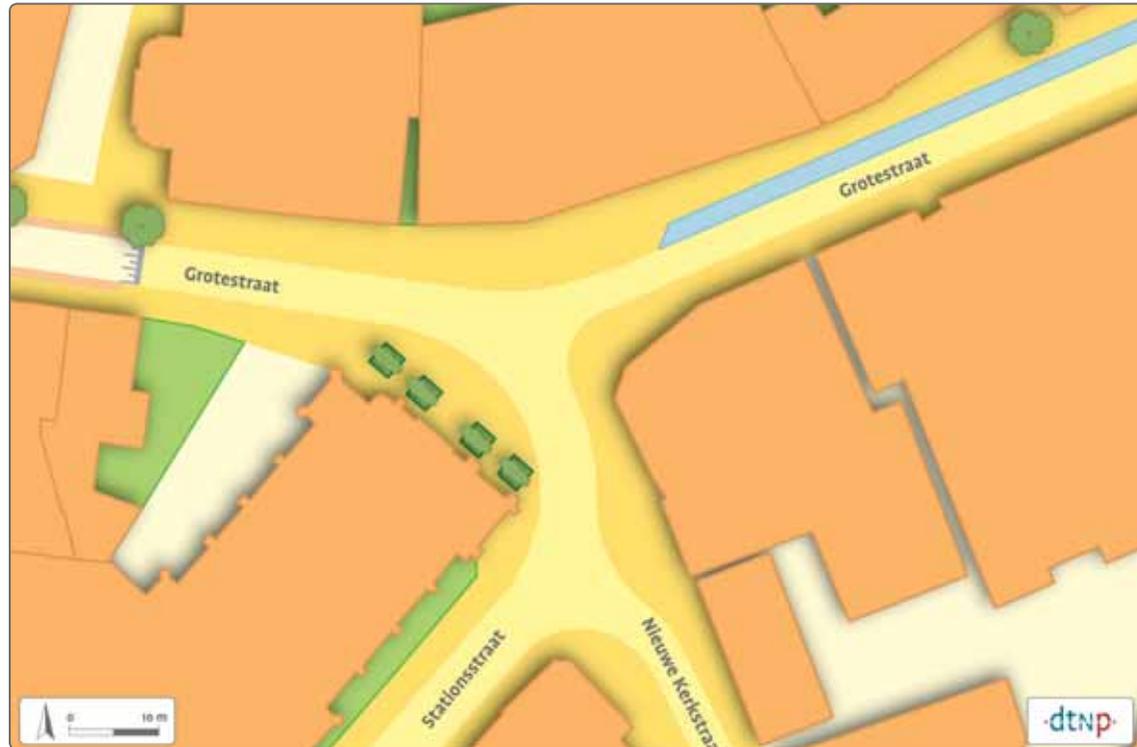
Verticaliteit benadrukken door variatie in kleurgebruik gevels

### Kerkplein

De route van de Nieuwe Kerkstraat (De Driehoek) naar het Dorsetplein via de Grotestraat maakt in de toekomstige functioneel-ruimtelijke structuur nadrukkelijk onderdeel uit van het winkelcircuit in het kernwinkelgebied.

Om deze looproute te versterken is het gewenst dat er op de locatie tegenover de kerk, zichtbaar vanuit de Nieuwe Kerkstraat en de Grotestraat, een nieuw winkelproject wordt gerealiseerd. Bij voorkeur wordt hier een (sub)trekker en één of meer andere winkels ontwikkeld, in combinatie met woningen erboven. Door hier een licht hoogteaccent in de bebouwing toe te staan wordt de trekkracht (oriëntatiepunt) van het project verder vergroot.

Om het verblijfsklimaat voor winkelend publiek te verbeteren worden de trottoirs voor de winkels (noordelijke deel Grotestraat en oostzijde Nieuwe Kerkstraat) zo breed mogelijk gemaakt.



Impressie Kerkplein met nieuw winkelproject (p. 61): inpassing trekker en enkele overige winkels



Huidige situatie Kerkplein



Referentiebeeld nieuw winkelproject



Het Kerkplein is tevens één van de belangrijkste entreegebieden van het centrum van Borne. De verkeersfunctie op deze kruising van wegen blijft ook in de toekomst belangrijk. Hier moet bij de inrichting van dit gebied nadrukkelijk rekening worden gehouden.

De Nieuwe Kerkstraat en Grotestraat (vanaf Oude Almeloseweg) zijn winkelstraten waar de auto toegestaan is (eenrichtingverkeer). Deze straten worden ingericht als winkelerf met een smalle rijloper en enkele langspaarkeerplaatsen voor de winkels.

Ook het Kerkplein zelf wordt ingericht als winkelerf, waarbij geprobeerd wordt zoveel mogelijk ruimte te creëren voor winkelend publiek (met name aan de noordzijde van de Grotestraat). Net als bij het Dorsetplein betreedt de auto vóór het plein het erf, dat verhoogd is aangelegd en dat een versmalde rijbaan heeft (rekening houdend met de benodigde draaicirkels van vrachtverkeer).

De uitstraling van het centrum wordt verbeterd door opwaardering van bestaande panden (zoals hoek Grotestraat-Nieuwe Kerkstraat).



Impressie toekomstige situatie Kerkplein (winkelerf met versmalde rijloper, verbeterde uitstraling winkelpanden)



Huidige situatie Kerkplein



Panden zoveel mogelijk in oude staat terugbrengen



Impressie toekomstige situatie Grotestraat-Noord (verbreed trottoir met langspaarkeerplaatsen en bomenrij)



Huidige situatie Grotestraat-Noord



Referentiebeeld inrichting Grotestraat

### Grotestraat-Noord

De ontsluitingsroutes naar het centrum (Grotestraat-Noord, Grotestraat-Zuid, Stationsstraat) maken geen onderdeel uit van het centrumgebied en worden dan ook niet ingericht als winkelerf. De belangrijkste functie van deze wegen is om auto's en fietsers op een goede manier naar het centrum te leiden.

In het Integraal Verkeersplan zijn deze wegen reeds bestempeld als 30 km/h-zones. De inrichting van de wegen wordt hierop aangepast. Het doorzetten van de bomenrij ondersteunt de functie van entree-route naar het centrum. Met name daar waar centrumfuncties mogelijk zijn, is het gewenst langspaarkeerplaatsen te realiseren (afwijkende kleurvakken op het trottoir).

In de Grotestraat-Noord, tussen Kerkplein en Aldi, heeft de bebouwing aan de noordzijde een functie als overig centrumgebied. Het is gewenst het verblijfsklimaat voor voetgangers te optimaliseren, zodat consumenten verleid worden ook vanuit deze straat het kernwinkelgebied in te lopen. Dit kan door aan de noordzijde een breder trottoir te realiseren.

## Rheineplein

Op het Rheineplein heeft het gemeentehuis een belangrijke functie en is een blikvanger. De pleinruimte voor het gemeentehuis vormt de overgang tussen kernwinkel-gebied, overig centrumgebied en parkeerlocaties.

Het plein heeft nu een onduidelijke en rommelige inrichting. De verkeersfunctie verdwijnt van dit plein, met uitzondering van trouwstoeten en hulpdiensten. Dit biedt mogelijkheden om de pleinfunctie van dit gebied meer te benadrukken, onder meer door eenheid in materiaal en uitstraling.

Een waterpartij voor het gemeentehuis, in combinatie met de bestaande bomen op het plein, geven het geheel een strakke, maar levendige uitstraling.

Het Rheineplein is door haar ligging direct aansluitend aan het kernwinkelgebied mogelijk een geschikte locatie voor de warenmarkt. Op dit plein gaan op marktdagen geen kostbare parkeerplaatsen verloren. De haalbaarheid van een warenmarkt op het Rheineplein dient nader te worden onderzocht.



Impressie toekomstige situatie Rheineplein (verblijfsgebied met eenheid in bestrating, fontein, bestaande bomen)



Een waterpartij draagt bij aan levendigheid plein



Rheineplein: huidige situatie en impressie (rechts)



### **Bolkshoek/Bleek**

De Bolkshoek is het belangrijkste parkeerterrein voor bezoekers aan het centrum van Borne. Het is gewenst hier de parkeercapaciteit zo groot mogelijk te maken. Bij de entree van de supermarkt moet daarnaast voldoende ruimte blijven voor winkelend publiek, fietsers en dergelijke.

Bij de inrichting van dit parkeerterrein is het gewenst rekening te houden met de aangrenzende Bleek. Om de kwaliteit van dit waardevolle groene plein te verbeteren, wordt ervoor gekozen dit gebied iets te vergroten en toegankelijk te maken voor voetgangers (wandelpad). Dit pad kan dan in de plaats komen van de trottoirs aan de Nieuwe Kerkstraat en Aanslagsweg.

Het is gewenst op termijn de zuidwand van het plein te versterken (woonblok). Tot die tijd kan door bomen (leilindes) en een groene wand een mooiere begrenzing worden gemaakt, die ook een relatie legt met de groene beeldentuin (verbinding Bleek). De oostwand van het plein (gemeentehuis), wordt meer zichtbaar gemaakt en markeert de entree van het centrum (winkelgebied).



Impressie toekomstige situatie Bolkshoek (parkeerterrein, zicht op gemeentehuis, groene begrenzing)



Referentiebeeld inrichting Bleek



Bolkshoek: huidige situatie en impressie (rechts)



### De Koem/Marktplein

Behalve bij het Dorsetplein wordt ook ter hoogte van het Dorset Mansion House de relatie met Oud Borne versterkt. Dit gebied (De Koem) is nu een ruimte waar de functies groen en parkeren elkaar dreigen te verdringen. Dit leidt tot een onduidelijke, rommelige inrichting.

In dit Masterplan wordt gekozen voor twee helder afgebakende parkeerterreinen en een kwalitatief hoogwaardige groenzone voor het Dorset Mansion House als verbindende schakel tussen de beeldentuin en Oud Borne. Een wandelpad tussen beide waardevolle gebieden versterkt deze (zicht)relatie.

Door een meer efficiënte inrichting van de parkeerterreinen kan de huidige capaciteit hier naar verwachting zelfs enigszins worden uitgebreid. Op de impressie van de toekomstige situatie zijn in totaal ruim 100 parkeerplaatsen ingepast (huidige aantal plaatsen = 83).



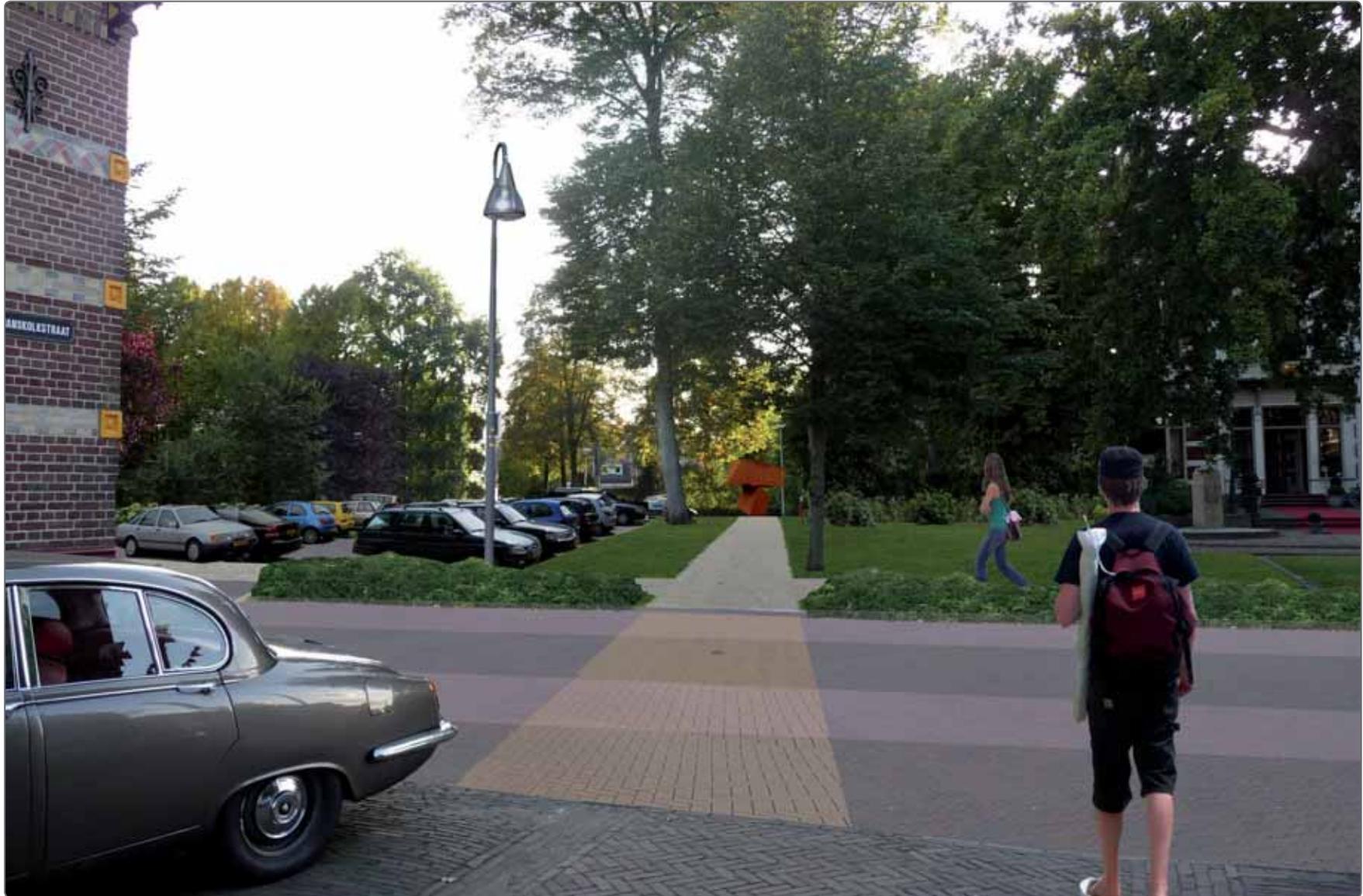
Impressie toekomstige situatie De Koem (efficiënte parkeerterreinen, groene wandelzone beeldentuin - Oud Borne)



Relatie tussen beeldentuin en Oud Borne versterken



De Koem: huidige situatie en impressie (rechts)



## 6 Uitvoeringsprogramma

### 6.1 Uitgangspunten

Het uitvoeringsprogramma gaat uit van een gefaseerde uitvoering van het Masterplan. Het sluit aan op de reeds gestarte projecten voor De Driehoek en De Bornse Hoven.

Het Masterplan voorziet globaal in vier typen uitvoeringsprojecten:

- drie herontwikkelingslocaties: de Nijstad, de Rabobank en omgeving en het Kerkplein. Primair verantwoordelijk hiervoor zijn betreffende eigenaren van het vastgoed;
- herinrichting van de openbare ruimte. Primair verantwoordelijk hiervoor is de gemeente Borne;
- opwaardering beeldkwaliteit bestaande bebouwing. Primair verantwoordelijk zijn eigenaren en gebruikers (ondernemers) van de panden;
- faciliteren, stimuleren en coördineren van het gewenste eindbeeld in het plangebied. Primair verantwoordelijk hiervoor is de gemeente Borne.

#### Herontwikkelingslocaties

Voor de drie herontwikkelingslocaties gelden de volgende uitgangspunten:

- de kaders ten aanzien van locatie, functie, ruimtelijke inpassing en beeldkwaliteit zijn aangegeven in het Masterplan;
- de ruimtelijke uitwerking en fasering van de herontwikkelingen zullen nader worden vastgesteld, afhankelijk van initiatieven van betrokken eigenaren;
- planontwikkeling geschiedt op initiatief en voor risico van betrokken eigenaren. De gemeente stimuleert en faciliteert onder meer door partijen bij elkaar te brengen en mee te werken aan randvoorwaarden;
- om herontwikkeling van deze (complexe) locaties optimaal te ondersteunen, wordt niet meegewerkt aan nieuwe winkelprojecten buiten het kernwinkelgebied;
- afhankelijk van de kwaliteit en planning van de afzonderlijke herontwikkelingen en de meerwaarde ervan voor het centrum als geheel, kan de gemeente besluiten tot aanvullende faciliteiten of een versnelde herinrichting van de openbare ruimte in het betreffende deel van het centrum.



Herontwikkelingslocatie Rabobank en omgeving



Herontwikkelingslocatie Nijstad



Herinrichting openbare ruimte in hele centrum

### **Herinrichting openbare ruimte.**

Voor de herinrichting van de openbare ruimte gelden de volgende uitgangspunten:

- de kaders ten aanzien van beeldkwaliteit, verkeersfunctie en ruimtelijke afbakening zijn aangegeven in het Masterplan;
- de keuze voor inrichtingselementen en materialen wordt nader vastgesteld aan de hand van een nog uit te werken inrichtingsplan;
- herinrichting geschiedt op initiatief en in principe voor rekening van de gemeente Borne. Waar mogelijk wordt kostenverhaal, exploitatiebijdrage o.i.d. toegepast. Er wordt afstemming gezocht met betrokken gebruikers in het gebied;
- herinrichting vindt gefaseerd per deelgebied plaats. De planning wordt bepaald op basis van de beschikbare middelen, meerwaarde van betreffend deelgebied voor het centrum als geheel en de huidige kwaliteit (zie tabel 2);
- afhankelijk van de kwaliteit en planning van herontwikkelingen in het centrum kan de planning/fasering worden aangepast: een ontwikkeling kan extra gestimuleerd en gefaciliteerd worden door een direct

hierop volgende herinrichting van de omgeving.

### **Opwaarderen beeldkwaliteit panden**

Naast de genoemde herontwikkelingslocaties voorziet het Masterplan in het versterken van de beeldkwaliteit van de bebouwing. Hiervoor gelden de volgende uitgangspunten:

- betrokken eigenaren en/of ondernemers verbeteren de uitstraling van hun pand in de lijn met het Masterplan;
- opwaardering kan afhankelijk van de situatie gepaard gaan met nieuwbouw of uitbreiding van panden (extra bouwlaag, diepere bebouwing, samenvoegen, etc.);
- ontwikkelingen geschieden op initiatief en voor risico van betrokken eigenaren. De gemeente stimuleert en faciliteert onder meer door constructief meedenken en door vergunningverlening;
- in bijzondere gevallen kan de gemeente besluiten tot het beschikbaar stellen van aanvullende (financiële) middelen. Hiertoe is (vooralsnog) geen algemeen geldende regeling van kracht. Minimaal zal sprake moeten zijn van een beeldbepalend pand en een meerwaarde voor het centrum als geheel.

### **Beleidsmatig faciliteren en coördineren**

Het Masterplan zet in op een samenhangende ontwikkeling en versterking van het centrum.

Dit vraagt om het stimuleren en faciliteren van initiatieven en het in samenhang toetsen en uitvoeren van plannen. Hierbij gelden de volgende uitgangspunten:

- het Masterplan is het integrale beleidskader voor sectorale beleidsuitwerkingen, waaronder bestemmingsplannen;
- het Masterplan vormt het toetsingskader voor initiatieven van marktpartijen en overige betrokkenen;
- het Masterplan vormt het draaiboek voor de uitwerking en uitvoering van projecten door de gemeente en/of door overige partijen in overleg met de gemeente;
- voor de uitvoering en continuïteit van het Masterplan wordt een gemeentelijke projectorganisatie geformeerd bestaande uit een regiegroep en projectgroepen (paragraaf 6.2).
- voor de uitvoering en continuïteit van het Masterplan worden voldoende middelen gereserveerd (organisatie en projecten) (paragraaf 6.3).

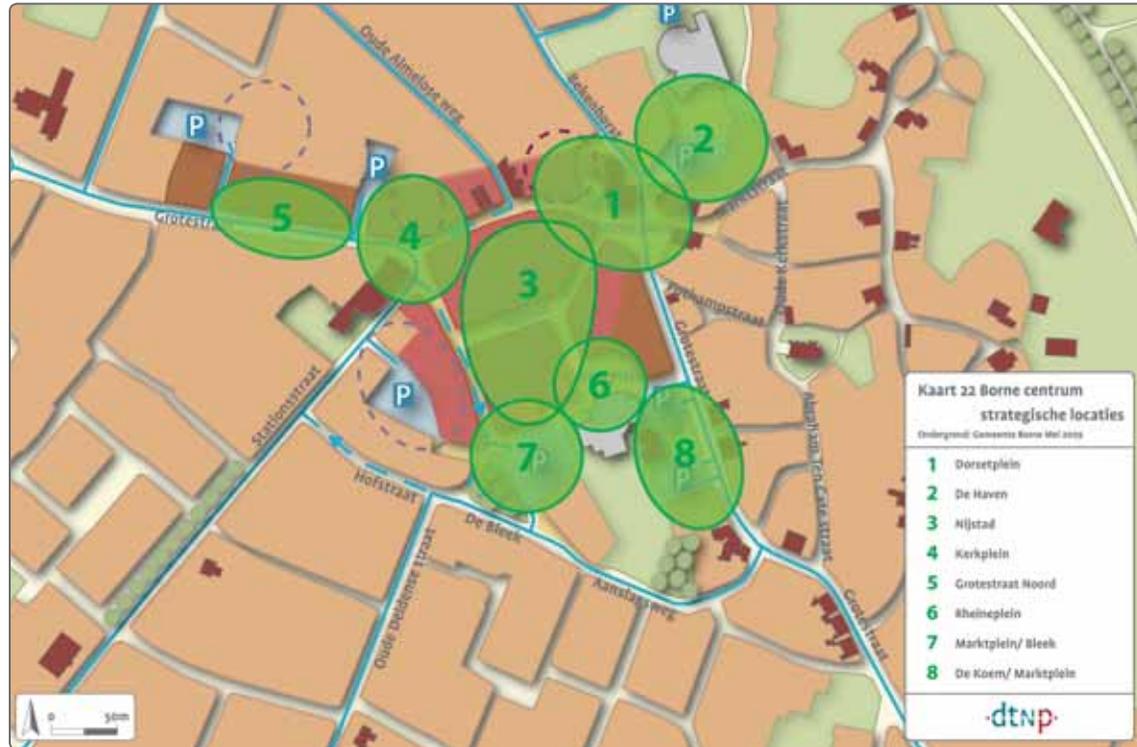
## 6.2 Organisatie

Het Masterplan vormt (passief) het kader voor nieuw beleid en toetsing van initiatieven. Door het Masterplan (actief) te benutten als draaiboek neemt de gemeente de regie in handen voor nieuwe ontwikkelingen. Dit vraagt echter om een professionele organisatie, continuïteit en middelen.

Doel is het uitvoeren van beoogde projecten. Middelen worden zoveel mogelijk hiervoor ingezet. Gelijktijdig of direct na het Masterplan wordt het projectprogramma vastgesteld. In dit fasedocument is onder meer de organisatie van de volgende fase (ontwerpfase) opgenomen.

De organisatie is slank en past zich door een projectmatige werkwijze flexibel aan. De projectorganisatie is als volgt opgebouwd:

- een regiegroep bewaakt de voortgang van en samenhang tussen de projecten. De regiegroep bestaat onder andere uit de bestuurlijk en ambtelijk opdrachtgever, de procescoördinator en vertegenwoordigers van betrokken ambtelijke afdelingen;



Herhaling van overzicht strategische locaties in centrum Borne



In hele centrum verbetering uitstraling panden...



...zodat de beeldkwaliteit wordt verbeterd

- projectgroepen worden flexibel opgericht, samengesteld en ontbonden. Afhankelijk van de inhoud worden deelnemers en projectleider bepaald (ambtelijke afdelingen, ondernemersorganisaties, individuele eigenaren, ondernemers, adviseurs, etc.);
- de projectgroepen koppelen via de procescoördinator terug met de regiegroep.

### 6.3 Middelen

Voor de uitvoering van het Masterplan zijn middelen nodig. In beginsel geldt dat ingrepen in de bebouwing gedragen worden door de betrokken eigenaren/marktpartijen. Ingrepen in de openbare ruimte worden gedragen door de gemeente. Naast uitvoeringskosten vraagt de organisatie en uitwerking van projecten om middelen. Samengevat gaat het om:

#### Proceskosten

- ambtelijke capaciteit projectorganisatie;
- ambtelijke inzet t.b.v. projecten;
- extern onderzoek, advies en ontwerp t.b.v. projecten;
- vergaderkosten, -ruimte, repro, etc.;

- externe communicatie, inspraak.

#### Uitvoeringskosten

- materiaal herinrichting (bestrating, inrichtingselementen, groen);
- aanleg/uitvoering herinrichting openbare ruimte.

### 6.4 Planning en doorlooptijd

De uitvoering van het Masterplan is deels afhankelijk van marktpartijen (herontwikkeling en bestaande panden). De herinrichting van de openbare ruimte is echter in handen van de gemeente zelf. Met de herinrichting geeft de gemeente een krachtige impuls aan het verblijfsklimaat en de uitstraling van het centrum. Het schept randvoorwaarden en stimuleert investeringen door marktpartijen. De uitwerking en fasering van de herinrichting geven de gemeente een instrument om per gebied te sturen en te stimuleren. Daarnaast kan de gemeente procesmatig bijdragen aan de voortgang van andere projecten.

Voor de uitvoering van het Masterplan gaan wij uit van een doorlooptijd van circa 10 jaar. Elk project heeft daarbinnen zijn eigen

planning voor uitwerking en uitvoering. In tabel 1 zijn alle projecten benoemd. Hierbij is op basis van prioriteit (meerwaarde voor het centrumgebied als geheel) een fasering aangegeven. Afhankelijk van nadere keuzes kan hiermee gevarieerd worden. Ook kunnen in de loop der tijd projecten worden toegevoegd.

**Tabel 1 Projecten Masterplan**

Naam project	Fasering	Verantwoordelijke partij	Overige betrokken partijen	Omschrijving
Ontwikkeling De Driehoek	1	Woonbeheer Borne	Gemeente, eigenaren, ondernemers, bewoners in het gebied	Plan is reeds in voorbereiding. Een gedeelte van de bestaande bebouwing wordt gesloopt om plaats te maken voor woningen, commerciële ruimten en parkeerplaatsen.
Herontwikkeling Nijstad	1	Eigenaren (eventueel m.b.v. ontwikkelaar)	Gemeente, eigenaren, ondernemers, bewoners in het gebied	In overleg met (grote) eigenaren vaststellen ambitieniveau, uitwerken plannen, afspraken betrekken, uitvoering (veel eigenaren, complex proces: relatief lange doorlooptijd nodig)
Herontwikkeling Rabo e.o.	1	Eigenaar (eventueel m.b.v. ontwikkelaar)	Gemeente, eventueel naburige eigenaren	In overleg met eigenaar vaststellen plannen en ambities met pand, uitwerken plannen, uitvoering (één eigenaar, relatief eenvoudig proces, relatief korte doorlooptijd haalbaar)
Herontwikkeling/nieuw winkelproject Kerkplein	1	Eigenaren (eventueel m.b.v. ontwikkelaar)	Gemeente, eigenaren, ondernemers, bewoners in het gebied	In overleg met eigenaren vaststellen plannen en ambities, uitwerken plannen, afspraken betrekken, uitvoering (beperkt aantal eigenaren, gemiddelde doorlooptijd)
Bestemmingsplan en overige regelgeving	1	Gemeente	Inspraak	Controleren en actualiseren bestemmingsplan(nen) en eventuele overige regels (terrassen, standplaatsen, etc.)
Haalbaarheidsonderzoek verplaatsing warenmarkt naar Rheineplein	1	Gemeente	Centrale Vereniging Ambulante Handel, ondernemers markt	Uitwerking mogelijkheden inpassen en opstellen kramen en verkoopwagens, randvoorwaarden, inrichtingseisen
Beeldkwaliteit bestaande panden	1	Ondernemers en eigenaren	Gemeente, ondernemersvereniging	Pandsgewijs beoordelen beeldkwaliteit, verbeteringsvoorstel, coördinatie door ondernemersvereniging en/of gemeente
Integraal herinrichtingsplan openbare ruimte	1	Gemeente	Ondernemersvereniging, inspraak overigen	Uitwerken inrichtingsprincipes, keuze materialen en elementen, daarna gefaseerde uitwerking deelgebieden
Uitvoering herinrichting openbare ruimte	2	Gemeente	Ondernemers, eigenaren en bewoners omgeving	Uitwerking en uitvoering herinrichting openbare ruimte, fasering als in tabel 2
Monitor effecten	2	Gemeente	Ondernemersvereniging	Periodiek meten van effecten van projecten Masterplan. De passantentellingen, enquêtes en aanbodgegevens uit het Masterplan vormen de nulmeting.
Toeristisch product en promotie Borne	2	Ondernemersvereniging	Gemeente, VVV	Uitbouwen toeristisch product (arrangementen, routes, evenementen) en de promotie ervan (i.s.m. regio Twente)

**Tabel 2 Fasering uitvoering herinrichting openbare ruimte**

<b>Naam project</b>	<b>Fasering</b>	<b>Opmerking/aandachtspunten</b>
Dorsetplein	I	imago en beeldbepalend plein, extra aandacht: fontein/beeld, terrassen, relatie Oud Borne, luifel Keizerskroon
Rheineplein	II	inrichting afhankelijk van randvoorwaarden warenmarkt, oplossen hoogteverschil
De Haven	III	dubbelfunctie: evenementen- en parkeerterrein, oplossen/benutten hoogteverschil, eventueel muziektent
Raadhuis (Marktpluin)	IV	eventueel uitloop warenmarkt
De Koem	IV	(groene) relatie Oud Borne-beeldentuin
De Bolkshoek	V	relatie met eventuele verplaatsing warenmarkt en eventuele herontwikkeling Nijstad, zo nodig fasering hierop aanpassen
Bleek	V	
Nijstad	VI	na/in combinatie met herontwikkeling Nijstad (fasering zo nodig aanpassen)
Grotestraat (midden)	VII	na/in combinatie met herontwikkeling Nijstad, locatie Rabobank (fasering zo nodig aanpassen)
Kerkplein/Nieuwe Kerkstraat	VIII	huidige inrichting kan nog enige tijd mee, fasering aanpassen op herontwikkelingen Nijstad, Kerkplein
Grotestraat-Noord	VIII	buiten kernwinkelgebied, lage prioriteit, met name trottoir/voetgangersrelatie en bomen (laanstructuur)

## Bijlage 1 Begeleiding onderzoek

### Interne projectgroep

- de heer B. van den Dolder (projectleider)
- de heer B. Morrenhof
- de heer J. Wissink
- de heer B. Demmer
- de heer B. Velthuis
- de heer M. Scheffers
- mevrouw J. Meershoek
- de heer J. Hoenderboom
- de heer A. Polman
- de heer V. Kuipers

### Externe consultatiegroep

- de heer H. Isendoorn (wethouder)
- de heer B. van den Dolder (projectleider)
- de heer G. Veldhof
- de heer W. Hesselink
- mevrouw A. Deterd
- mevrouw M. Baartman
- de heer H. Morselt
- de heer M. Leurink
- de heer H. Brama

## Bijlage 2 Bronnenlijst

- Structuurplan Borne Centrum (BRO, 2002) (ingetrokken)
- Centrum Borne –het centrum verbonden (IAA Architecten/gemeente Borne, 2003)
- Inspraakreactie op “centrum Borne-het centrum verbonden” en actualisatie DPO Borne (BBO,2004)
- Structuurvisie centrum Borne (gemeente Borne, 2005)
- Beleidsnota toerisme Oud-Borne (Gemeente Borne (student NHTV), 2005)
- Inventarisatienota BP centrum (inclusief lijst met functies) (gemeente Borne, 2006)
- Beeldkwaliteitsplan De Bornse Hoven (BügelHajema, 2006)
- Parkeren in Borne centrum analyse en visie (HBD, 2007)
- Aanvullingen HBD-rapport door BBO (BBO klankbordgroep centrum, 2007)
- Integraal verkeersplan (Royal Haskoning/gemeente Borne, 2008)
- Parkeerbalans centrum Borne + bijlagen (Royal Haskoning/gemeente Borne, 2008)
- Kadernota cultuur en recreatie&toerisme (Gemeente Borne, 2009)
- Plan De Haven/Dorsetplein voorlopig ontwerp (Bureau Sant&Co/ gemeente Borne, 2009)
- Een tuin voor Borne (op en rondom P-terrein AH) (Khandekar, 2009)
- Plan Doeland Grotestraat (Te Kieft Architecten, 2009)
- Plan Rensink Hofstraat (Te Kieft Architecten, 2009)
- Groenbeleidsplan 2008-2020 (Arcadis/gemeente Borne, 2009)
- Krachtenveldanalyse centrum Borne (gemeente Borne, 2009)

- Voorontwerp bestemmingsplan De Driehoek (BRO, 2009)
- Marktanalyse Bornsche Maten tbv bevolkingsgroei (Stec Groep, 2009)
- Lijst beeldbepalende panden en monumenten (gemeente Borne)
- Eigendomskaart (gemeente Borne)

## Bijlage 3 Begrippenlijst

### **Branche**

Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep (bijv. schoenenwinkel) of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. warenhuis).

### **Brutovloeroppervlak (bvo)**

De totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

### **Dagelijkse boodschappen**

Artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

### **Detailhandel**

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

### **Dienstverlening (publieksgericht commercieel)**

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak. Onder dienstverlening verstaan wij administratieve/

financiële dienstverlening (bijv. assuratiekantoor, bank etc.),  
publieksgerichte dienstverlening (bijv. stomerij, reisbureau) en  
ambachtelijke dienstverlening (bijv. schoenmaker, kapper etc.)

#### **E-commerce**

Detailhandel die producten en diensten via internet aanbiedt.

#### **Filiaalbedrijf/grootwinkelbedrijf**

Detailhandelonderneming met 7 of meer eigen winkels.

#### **Franchising**

Contractuele samenwerking tussen formule-eigenaar (franchisegever) en de huurder van de formule (franchisenemer), waarbij de franchisenemer de winkel formule van de franchisegever voert voor eigen rekening en risico, tegen vergoeding en volgens voorwaarden van de franchisegever.

#### **Horecabedrijf**

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt, bedrijfsmatig logies wordt verstrekt en/of zaalaccommodatie wordt geëxploiteerd.

#### **Koopkrachtbinding**

Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen we de koopkrachtbinding.

#### **Koopkrachtoevloeiing**

Het deel van de omzet dat van buiten het primaire verzorgingsgebied komt, ofwel het aandeel vreemde koopkracht.

#### **Maatschappelijke voorzieningen**

Educatieve, sociaal-medische, sociaal-culturele en levensbeschouwelijke voorzieningen, voorzieningen ten behoeve van sport en sportieve recreatie en voorzieningen ten behoeve van openbare dienstverlening, als ook ondergeschikte detailhandel en horeca ten dienste van deze voorzieningen.

#### **Marktaandeel**

Aandeel van de betreffende onderneming(en) in de consumptieve bestedingen aan artikelen/artikelgroepen, uitgedrukt in procenten.

#### **Marktsegment**

Op basis van samenstelling van het assortiment en prijsstelling van de artikelen kunnen commerciële bedrijven ingedeeld worden in verschillende marktsegmenten (discount, exclusief etc.)

#### **Niet-dagelijkse artikelen**

Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

#### **Toonbankbesteding**

Consumentenbestedingen in winkels, hiertoe behoren niet de bestedingen aan artikelen die via postorderbedrijven en internet worden aangekocht.

**Verkooppunt (vkp)**

Een detailhandelsvestiging met winkelpersoneel en een eigen kassa.

**Vloerproductiviteit**

De gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak. Deze varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule.

**Volumineuze detailhandel**

Detailhandel in auto's, boten, caravans en tenten, grove bouwmaterialen, keukens, badkamers en sanitair evenals bouwmarkten en detailhandel in woninginrichting waaronder meubels. Deze detailhandel heeft vanwege de omvang en de aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling. Hierdoor is vestiging binnen reguliere winkelconcentratiegebieden in veel gevallen moeilijk.

**Warenhuis**

Een winkel waarin ten minste zes van de volgende artikelgroepen worden aangeboden: voedings- en genotmiddelen, kleding/textiel, meubelen/ woninginrichting, verlichting, huishoudelijke artikelen, consumentenelectronica, doe-het-zelfartikelen, educatie- en vrijetijdsartikelen. De artikelgroep kleding/textiel is altijd aanwezig. De afzonderlijke artikelgroepen nemen tussen de 5% en 50% van het winkelvloeroppervlak in beslag.

**Winkel**

Ieder voor het publiek vrij toegankelijk pand dat bedoeld is voor de verkoop van artikelen aan particulieren en dat een winkelvloeroppervlak van minimaal 10 m<sup>2</sup> heeft.

**Winkelgebied**

Een geografisch geheel waarbinnen minimaal 5 winkels zijn gevestigd, eventueel in samenhang met andere consumentverzorgende functies (horeca, dienstverlening etc.).

**Winkelondersteunende horeca**

Een horecabedrijf is winkelondersteunend wanneer het bedrijf voor wat betreft ligging ondersteunend is aan, en voor wat betreft openingstijden in het algemeen vergelijkbaar is met detailhandelsvestigingen. De bedrijfsactiviteit van winkelondersteunende horeca bestaat uit het verstrekken van in hoofdzaak kleinere maaltijden, lunch, koffie/thee en overige dranken.

**Winkelvloeroppervlak (wvo)**

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's. Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

## Bijlage 4 Trends en beleid

### Bezoekmotief

Bij winkelbezoek hangt het gedrag van de consument vooral samen met het bezoekmotief. Globaal kunnen we een onderscheid maken tussen boodschappen doen, recreatief winkelen en het doen van gerichte aankopen\*. De drie typen kennen elk hun eigen ruimtelijke patroon.

### Boodschappen doen

Bij boodschappen doen staat de efficiënte aankoop van voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food (o.a. drogist, bloemen) centraal. Verkrijgbaarheid (compleet assortiment) en gemak (reistijd, parkeren, openingstijden) spelen een belangrijke rol. Dit type winkelgedrag is doorgaans vluchtig en vindt hoogfrequent plaats, overwegend in de omgeving van de woning (wijk- en dorpscentra). De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum.

### Recreatief winkelen

Bij recreatief winkelen gaat het om de aankoop van keuzegevoelige artikelen (mode, cadeau-artikelen, boeken etc.). Het rondkijken en ontspannen is bij recreatief winkelen net zo belangrijk of soms zelfs belangrijker dan de uiteindelijke aankoop. De frequentie en tijdsduur van dit winkelgedrag loopt sterk uiteen afhankelijk van individuele voorkeuren. Recreatief winkelen of funshoppen is in Nederland een van de

---

\* HBD (2004), Dynamische winkelgebieden

populairste vrijetijdsbestedingen\*. Het aantal dagtochten met als doel recreatief winkelen is de laatste jaren toegenomen. De afstanden die hierbij worden afgelegd, zijn ook steeds groter\*\*.

De attractiviteit van een recreatief winkelgebied wordt primair bepaald door de omvang van het modisch recreatieve aanbod en de aanwezigheid van landelijk bekende trekkers (V&D, Hema, H&M, etc.). Een ruim aanbod bijzondere speciaalzaken, aantrekkelijke horeca, een aangename sfeer en goede bereikbaarheid vergroten de attractiviteit van een recreatief winkelgebied. Naarmate consumenten de aankoop (en niet het rondkijken of ontspannen) meer centraal stellen is efficiëntie als kwaliteit belangrijker: optimale bereikbaarheid en een compleet assortiment in een zo compact mogelijke opzet.

### Gerichte aankopen

Bij doelgerichte aankopen gaat het om de aankoop van artikelen in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra. Het winkelgedrag varieert per branche. In de branche woninginrichting staat de aankoop van keuzegevoelige artikelen centraal. Consumenten oriënteren en informeren zich vaak uitgebreid voorafgaand aan dit soort (dure) aankopen en zijn bereid om grote afstanden af te leggen om het aanbod in verschillende winkels te vergelijken of een grootschalig aanbodcluster te bezoeken.

---

\* CVTO (2006), Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2005/2006

\*\* CBS (2008), Statline databank

In tegenstelling tot woninginrichtingsartikelen zijn een groot deel van de doe-het-zelfartikelen niet keuzegevoelig (hout, verf, plaatmateriaal, ijzerwaren). Kijken en vergelijken van producten vindt maar beperkt plaats, waardoor concentratie van winkels vanuit het oogpunt van de consument niet nodig is. Winkels in deze branche worden doorgaans heel doel- en productgericht bezocht. Een goede vindbaarheid, bereikbaarheid en verkrijgbaarheid zijn daarom belangrijk. Bouwmarkten en andere doe-het-zelfzaken hebben een lokale en beperkt bovenlokale verzorgingsfunctie.

Het winkelgedrag in tuincentra wordt enerzijds gekenmerkt door gemak en efficiëntie en anderzijds door vermaak en beleving. Bijna 40% van de omzet in de branche wordt gerealiseerd in het voorjaar, wanneer consumenten doelgericht de tuincentra bezoeken voor de aankoop van bloemen en planten. Een goede bereikbaarheid en een compleet assortiment zijn dan belangrijk, het vergroot de slaagkans van consumenten. De grootschalige tuincentra of groene warenhuizen voorzien daarnaast met een ruim aanbod niet-levende artikelen (cadeau-artikelen, woonaccessoires ) steeds vaker in een behoefte aan vermaak en beleving. Bezoekers gaan hier op zoek naar 'inspiratie' en laten zich verleiden tot impulsaankopen.

### **Specialisering/thematisering in winkelgebieden**

Meer en meer zien we dat winkelgebieden zich specialiseren naar bezoekmotief en dat consumenten voor specifieke motieven andere winkelgebieden bezoeken. Zo ligt de nadruk in buurt- en wijkcentra op boodschappen doen, in binnensteden op recreatief winkelen, en op perifere locaties op gerichte aankopen. Winkelgebieden die in staat zijn

voor een bepaald bezoekmotief een voldoende sterk aanbod te bieden, blijken in de praktijk succesvol.

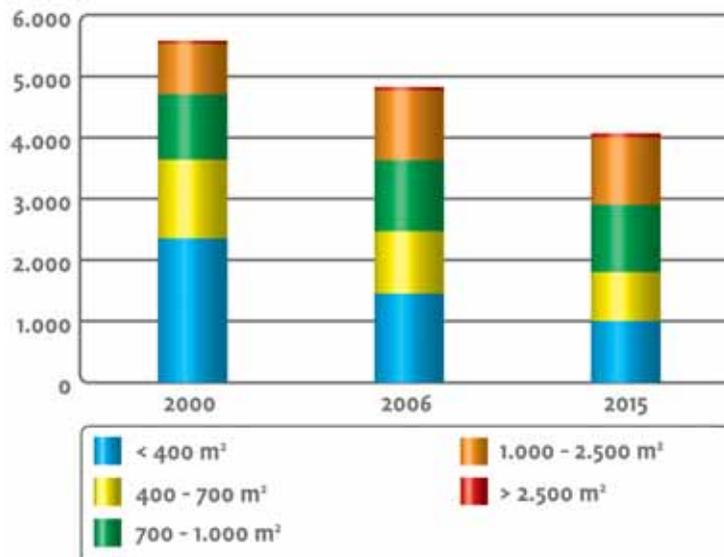
Sommige centra zijn in staat in te spelen op meerdere bezoekmotieven. In dat geval wordt per afzonderlijk bezoekmotief een voldoende groot aanbod (kritische massa) geboden in een passende setting, vaak in deelgebieden. Voorbeelden zijn grote stadsdeelcentra en stadscentra met een kernwinkelgebied, aanloopstraten en randzones. Een ver doorgevoerde vorm van specialiseren is thematiseren. Binnen een bepaald bezoekmotief specialiseren centra zich dusdanig dat zij zich concentreren op één bepaalde doelgroep en branchegroep. Door een groot aanbod te bieden in een bepaald kwaliteitssegment kan een gerichte groep belangstellenden worden getrokken uit een relatief groot gebied. Voor dit soort centra zijn relatief grote verzorgingsgebieden nodig. Alleen bij een groot, onderscheidend aanbod zijn centra immers in staat veel consumenten aan zich te binden. Hierdoor zijn thematische centra relatief kwetsbaar.

Op veel plaatsen in Nederland zijn plannen in voorbereiding voor de ontwikkeling van thematische centra. Voor een dergelijk nieuw winkelgebied zijn branche- of assortiments-bepalingen in het bestemmingsplan toegestaan, mits deze ruimtelijk relevant zijn. Dit kan optreden wanneer een normale detailhandelsbestemming voor een nieuw winkelgebied ontwrichtende effecten op de ruimtelijke structuur met zich mee brengt. Dit vereist een overtuigende motivering, waarbij tevens moet worden bedacht dat het bestemmingsplan handhaafbaar moet zijn.

### Uitbreiding en schaalvergroting winkelstructuur

De Nederlandse voorzieningenstructuur is relatief fijnmazig en heeft een hiërarchische opbouw bestaande uit o.a. buurtcentra, wijkwinkelcentra en grote binnensteden. Deze traditionele voorzieningenstructuur is in de afgelopen decennia aangevuld met nieuwe winkelgebieden zoals themacentra (o.a. Factory Outlet Centre Rosada, Gardenz Geleen), winkelclusters op trafficlocaties (AH to go op treinstations, tankshops) en grootschalige detailhandelsvestigingen (o.a. Amsterdam ArenABoulevard, Megastores Den Haag). Als gevolg hiervan en als gevolg van de voortdurende schaalvergroting in de reguliere winkelgebieden is het winkelvloeroppervlak in Nederland in de afgelopen 25 jaar verdubbeld en heeft het nu een omvang van ruim 25 miljoen m<sup>2</sup> (figuur A).

Figuur A Groei winkelvloeroppervlak



Door de groei van het winkelvloeroppervlak zijn de keuzemogelijkheden voor consumenten aanzienlijk toegenomen. In beginsel is de consument gericht op het meest nabij gelegen winkelgebied dat in zijn behoefte kan voorzien, maar door de toenemende mobiliteit speelt afstand steeds minder vaak een rol bij de keuze voor een winkelgebied. Voor kleinschalige winkelclusters is het steeds moeilijker om aan de toenemende eisen van de moderne consument te voldoen. Die verwacht een compleet aanbod en keuze, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. De noodzakelijke massa (aantal m<sup>2</sup> wvo) voor een winkelgebied neemt dan ook toe en daarmee weer het benodigde aantal consumenten. Op deze wijze vindt geleidelijk schaalvergroting plaats in de voorzieningenstructuur. Het gevolg is dat buurtcentra langzaam maar zeker uit de voorzieningenstructuur verdwijnen.

Dit proces staat dikwijls op gespannen voet met de (maatschappelijke en beleidsmatige) wens voor winkels in de woonomgeving. Deze dragen immers bij aan de aantrekkelijkheid van een woonbuurt en zijn vooral belangrijk voor niet mobiele inwoners (o.a. ouderen). Deze groep is echter onvoldoende groot om een compleet dagelijks winkelaanbod op buurtniveau in stand te houden. Hetzelfde zien we bij binnensteden en woonboulevards, waar grote centra het winnen van kleinere.

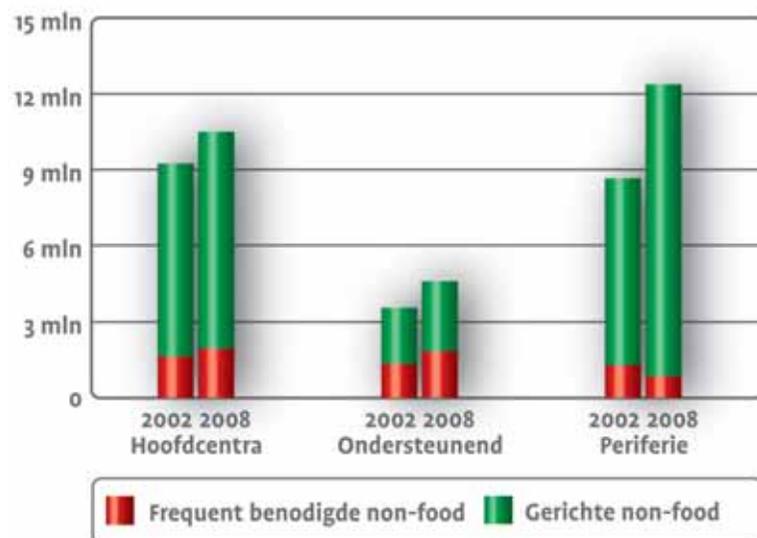
### Schaalvergroting in alle branches

Het gemiddelde winkelvloeroppervlak van winkels is de laatste jaren fors toegenomen. Een volwaardige servicesupermarkt heeft tegenwoordig een minimale omvang van 1.000 à 1.200 m<sup>2</sup> wvo. Bij nieuwe vestigingen wordt door enkele supermarktorganisaties een minimale maat van 2.000 m<sup>2</sup> wvo gehanteerd (met name Jumbo). Voor de komende jaren

verwachten we een verdere afname van kleinschalige supermarkten (< 700 m<sup>2</sup>) en een toename van het aantal grootschalige supermarkten (> 2.500 m<sup>2</sup>). Per saldo neemt het aantal supermarkten af (figuur B).

Het aantal grootschalige supermarkten in Nederland groeit, maar is nog beperkt (± 25). In veel gevallen betreft het reeds lang geleden gevestigde winkels (o.a. Miro, Maxis) of vergrote supermarkten in wijk- en stadsdeelcentra. Veel gemeenten zijn terughoudend bij initiatieven voor nieuwe grootschalige supermarkten, vanwege de effecten op de bestaande winkelstructuur.

**Figuur B Schaalvergroting in supermarktbranche**



In kledingwinkels wisselen collecties elkaar steeds sneller af om consumenten voort-durend te prikkelen en te verleiden tot aankopen. Samen met de sterke concurrentie op prijs en assortiment zorgt dit ervoor dat ook in de modebranche het aantal grootschalige winkels toeneemt. Naast traditionele grootschalige aanbieders zoals C&A en Peek & Cloppenburg vestigen zich nieuwe grootschalige (buitenlandse) modische winkelformules met een brede doelgroep zoals The Sting (gemiddeld ± 800 m<sup>2</sup> vvo) en Zara (gemiddeld ± 1.150 m<sup>2</sup> vvo). De nieuwste vestigingen van H&M in Nederland, in bijvoorbeeld het Mosae Forum in Maastricht of het Piazza Center in Eindhoven, hebben een omvang van ± 1.750 à 2.000 m<sup>2</sup> vvo.

Ook in andere branches zoals bruin- en witgoed/elektronica en sport en spel vindt schaalvergroting plaats. Het gemiddeld winkelvloeroppervlak van elektronikawinkel MediaMarkt bedraagt ± 3.600 m<sup>2</sup> vvo. Intersport heeft in de grote binnensteden een gemiddeld winkelvloeroppervlak van ± 1.400 m<sup>2</sup> vvo. Beide winkelformules richten zich op recreatief winkelend publiek en hebben weinig meer te maken met de traditionele bruin- en witgoed of sportzaak. Door hun brede en diepe assortiment creëren zij hun eigen vraag en bezoekersstroom\*. Omdat ze veel bezoekers trekken hebben winkelformules als MediaMarkt en Intersport een grote toegevoegde waarde in recreatieve centra. Zij kunnen hier fungeren als belangrijke trekkers/anchorstores. We zien echter ook dat dit soort grootschalige winkels zich steeds vaker op solitaire locaties in de periferie wil vestigen. Deze locaties zijn doorgaans goedkoper en

\* InRetail (2006), Media Markt versterkt winkelcentra

beter bereikbaar en omdat deze winkel-formules hun eigen bezoekersstroom creëren en niet afhankelijk zijn van de trekkracht van andere winkels, kunnen ze hier ook prima functioneren.

Om ruimte te bieden aan nieuwe, groot-schalige formules heeft de rijksoverheid in de jaren negentig ruimte geboden voor ontwikkeling van zogenaamde GDV-locaties. Uit onderzoek blijkt dat op de inmiddels ontwikkelde GDV-locaties 45% van de winkels niet voldoet aan de gestelde oppervlakenorm. Verder blijkt dat maar liefst 75% van de winkelformules op GDV-locaties een vergelijkbare vestiging heeft in een bestaand winkelgebied\*. Zo zijn in de binnensteden van Enschede en Rotterdam grote vestigingen van MediaMarkt te vinden. Ook formules als Toys 'R' Us, Bristol en Kruidvat zijn zowel op GDV-locaties als in veel grote binnensteden met een winkel van vergelijkbare omvang te vinden.

#### **Supermarkt is trekker in boodschappencentra**

De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum. In de afgelopen jaren is het aandeel van de supermarkt in de totale bestedingen aan voedings- en genotmiddelen sterk toegenomen ten koste van (vers)speciaalzaken. Schaalvergroting en meer aandacht voor vers (relatief hoge marges) in supermarkten zijn hiervan de oorzaak. In 2007 kwam nog slechts 11% van de bestedingen aan aardappelen, verse groenten en vers fruit terecht in de groentewinkel. Bakkers scoorden een marktaandeel van  $\pm 29\%$  en slagers van  $\pm 23\%^{**}$ .

---

\* W. van Rooij/ DTNP (2003), GDV-beleid, een groot goed? Een analyse van grootschalige bewinkeling

\*\* HBD (2009), Bestedingen en marktaandelen 2007

Het stijgende marktaandeel van supermarkten zorgt ervoor dat speciaalzaken het moeilijker krijgen. Tegelijkertijd zorgen supermarkten in een winkelcentrum voor een grote bezoekersstroom. Uit onderzoek blijkt dat  $\frac{1}{3}$  deel van de bezoekers aan supermarkten in buurt- en wijkcentra ook één of meer van de nabijgelegen speciaalzaken bezoekt\*. Dit percentage varieert niet of nauwelijks met de omvang van de supermarkt. Speciaalzaken kunnen daarom meer bezoekers verwachten indien zij nabij een sterk supermarktaanbod gelegen zijn.

#### **Populariteit van winkelen via internet groeit**

De omzet van Nederlandse internetwinkels stijgt jaarlijks. Succesvolle aanbieders zijn vaak bestaande winkel- en postorderbedrijven die hun activiteiten uitbreiden via internet (Mexx, Wehkamp, Kijkshop). Bijna de helft van de Nederlandse winkelketens heeft inmiddels een webwinkel. De fijnmazige voorzieningenstructuur in Nederland draagt ertoe bij dat het kopen via internet waarschijnlijk minder belangrijk zal blijven dan bijvoorbeeld in de Verenigde Staten. In sommige branches (cd-winkels, makelaars, banken, reisbureaus) is de invloed van internet toch sterk merkbaar. In 2007 heeft 55% van de Nederlanders een of meerdere keren een product of dienst gekocht via internet. De omzet in de online thuiswinkelmarkt bedroeg in 2007  $\pm \text{€ } 3,8$  miljard. Dit is een groei van  $\pm 35\%$  ten opzichte van 2006. Bijna 60% van de totale online bestedingen betreft de verkoop van diensten (vliegtickets, verzekeringen, films, etc.). De overige 40% van de omzet komt uit de verkoop van fysieke producten via internet\*\*. Dit komt overeen met een bedrag van  $\text{€ } 1,6$  miljard ( $\pm \text{€ } 98$

---

\* G.F.B. Stinstra/ DTNP (2005), Compleet anders?!

\*\* Thuiswinkel.org (2007), Thuiswinkel Markt Monitor

per hoofd van de bevolking). Hier staat tegenover dat de bestedingen in winkels per hoofd van de bevolking (toonbankbestedingen) circa € 4.900,- per jaar bedragen.

Vooralsnog gaan marktpartijen ervan uit dat het aandeel van internet als aankoopkanaal beperkt blijft en dat het geen substantiële invloed heeft op de winkelstructuur als geheel. In de supermarktbranche wordt al een aantal jaren geëxperimenteerd met kopen via internet. Ahold (albert.nl) is op dit moment de enige substantiële aanbieder. De internet-supermarkt verwerkt wekelijks ± 12.000 bestellingen en de gemiddelde besteding bedraagt ± € 120. De omzet van Albert.nl stijgt jaarlijks fors, maar draagt slechts in zeer beperkte mate (± 1%) bij aan de totale omzet van Albert Heijn. Groei van de omzet is in de afgelopen jaren vooral gerealiseerd in de verkoop van versproducten. Albert.nl heeft (nog) geen landelijke dekking (±65%).

Internet kan op langere termijn in kleinere verzorgingsgebieden (kleine kernen, maar ook kleine buurten of wijken) een interessant verkoopkanaal worden. Internetsupermarkten kunnen in de toekomst mogelijk een belangrijke bijdrage leveren aan het voorzieningenniveau en de leefbaarheid in kleine kernen of buurten waar vanwege het beperkte draagvlak geen winkels meer zijn.

#### **Branchevervaging in de periferie neemt toe**

In veel sectoren binnen de detailhandel treden verschijnselen van branchevervaging of -vervreemding op: het aangeboden assortiment is anders dan gebruikelijk in de oorspronkelijke branchegroep. Zo zijn er drogisterijen die ook speelgoed verkopen en supermarkten waar ook

computers worden verkocht. In normale winkelgebieden leidt dit niet tot (planologisch-juridische) problemen, omdat de branchering niet in het bestemmingsplan kan worden opgenomen. Op locaties buiten de reguliere winkelconcentraties is detailhandel veelal specifiek bestemd of via een vrijstelling geregeld (bijv. bouwmarkt op een bedrijventerrein). Geconstateerd kan worden dat bedrijven, die vanwege de omvang van de artikelen buiten de reguliere winkelgebieden mogen vestigen, in toenemende mate branchevreemde artikelen verkopen. Zo zijn er bouwmarkten die ook speelgoed aanbieden en tuincentra die huishoudelijke artikelen verkopen. Om te voorkomen dat structuurversturende effecten ontstaan voor reguliere winkelgebieden is handhaving noodzakelijk.

## Bijlage 5 Branche-indeling detailhandel

Branchegroep	Branche
Voedings- en genotmiddelen	<ul style="list-style-type: none"> <li>Voedings- en genotmiddelen (o.a. supermarkt, versspeciaalzaak, slijter, tabak en lectuur)</li> </ul>
Frequent benodigde non-food	<ul style="list-style-type: none"> <li>Persoonlijke verzorging</li> <li>Huishoudelijke- en cadeauartikelen</li> <li>Bloemen, planten, dierbenodigdheden</li> </ul>
Modisch recreatief	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kleding en modeaccessoires</li> <li>Schoenen en lederwaren</li> </ul>
Overig recreatief	<ul style="list-style-type: none"> <li>Optiek, juwelier, antiek</li> <li>Sport en spel</li> <li>Hobby</li> <li>Boeken, lectuur, cd, kantoorartikelen</li> <li>Warenhuis</li> <li>Bruin- en witgoed</li> <li>Fietsen en autoaccessoires</li> </ul>
Gerichte non-food	<ul style="list-style-type: none"> <li>Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking)</li> <li>Doe-het-zelf</li> <li>Tuincentra</li> </ul>
Overige detailhandel	<ul style="list-style-type: none"> <li>Overige detailhandel (o.a. tweedehandsartikelen, souvenirs, partijgoederen)</li> </ul>

## Bijlage 6 Overzicht winkelaanbod Borne

	Kern Borne	Kernen van 15-20.000 inw.	Kernen van 20-30.000 inw.
Voedings- en genotmiddelen	4.987	5.609	6.483
Frequent benodigde non-food	3.209	2.558	2.851
<i>persoonlijke verzorging</i>	845	948	1.077
<i>huishoudelijke en cadeau-artikelen</i>	523	739	929
<i>bloemen, planten, dierbenodigdheden</i>	1.841	872	845
Modisch recreatief	5.817	4.434	5.701
<i>kleding en mode-accessoires</i>	4.672	3.392	4.392
<i>schoenen en lederwaren</i>	1.145	1.042	1.309
Overig recreatief	4.299	4.643	6.060
<i>optiek, juwelier, antiek, kunst</i>	546	493	591
<i>sport en spel</i>	681	1.156	1.753
<i>hobby-artikelen</i>	644	246	422
<i>boeken, lectuur, cd's, kantoorartikelen</i>	460	493	612
<i>warenhuis</i>	427	739	845
<i>bruin- en witgoed</i>	531	777	1.014
<i>fietsen en autoaccessoires</i>	1.010	739	824
Gerichte non-food	10.540	14.876	19.194
<i>woninginrichting</i>	5.588	7.201	10.600
<i>doe-het-zelfartikelen</i>	1.952	4.377	4.603
<i>tuincentra en tuinartikelen</i>	3.000	3.297	3.991
Overige detailhandel	1.225	1.118	1.225
TOTAAL	30.077	33.238	41.514

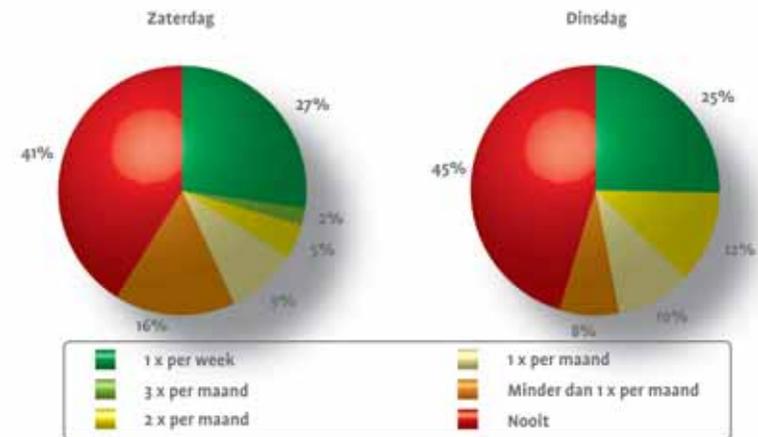
Bron: Locatus (2009), verkooppuntenbestand Borne en Locatus Verkenner april 2009

	Centrum Borne	Centra kernen 15-20.000 inw.	Centra kernen 20-30.000 inw.
Voedings- en genotmiddelen	2.727	3.563	3.252
Frequent benodigde non-food	2.427	1.971	1.985
<i>persoonlijke verzorging</i>	785	815	802
<i>huishoudelijke en cadeau-artikelen</i>	523	682	781
<i>bloemen, planten, dierbenodigdheden</i>	1.119	474	401
Modisch recreatief	5.501	4.169	5.195
<i>kleding en mode-accessoires</i>	4.356	3.240	4.012
<i>schoenen en lederwaren</i>	1.145	929	1.182
Overig recreatief	3.147	3.316	3.759
<i>optiek, juwelier, antiek, kunst</i>	440	417	422
<i>sport en spel</i>	621	682	760
<i>hobby-artikelen</i>	218	190	232
<i>boeken, lectuur, cd's, kantoorartikelen</i>	460	474	507
<i>warenhuis</i>	427	663	802
<i>bruin- en witgoed</i>	531	569	739
<i>fietsen en autoaccessoires</i>	450	322	296
Gerichte non-food	4.323	1.819	2.006
<i>woninginrichting</i>	3.831	1.402	1.689
<i>doe-het-zelfartikelen</i>	492	360	296
<i>tuincentra en tuinartikelen</i>	0	57	21
Overige detailhandel	380	455	401
TOTAAL	18.505	15.293	16.597

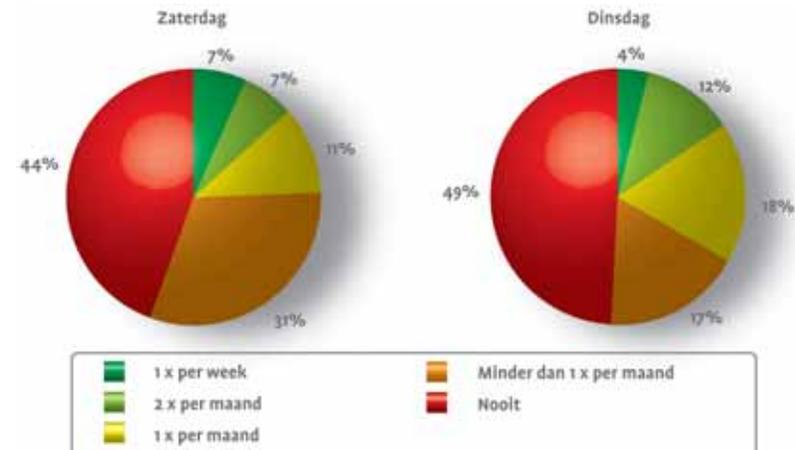
Bron: Locatus (2009), verkooppuntenbestand Borne en Locatus Verkenner april 2009

## Bijlage 7 Bezoekersenquête

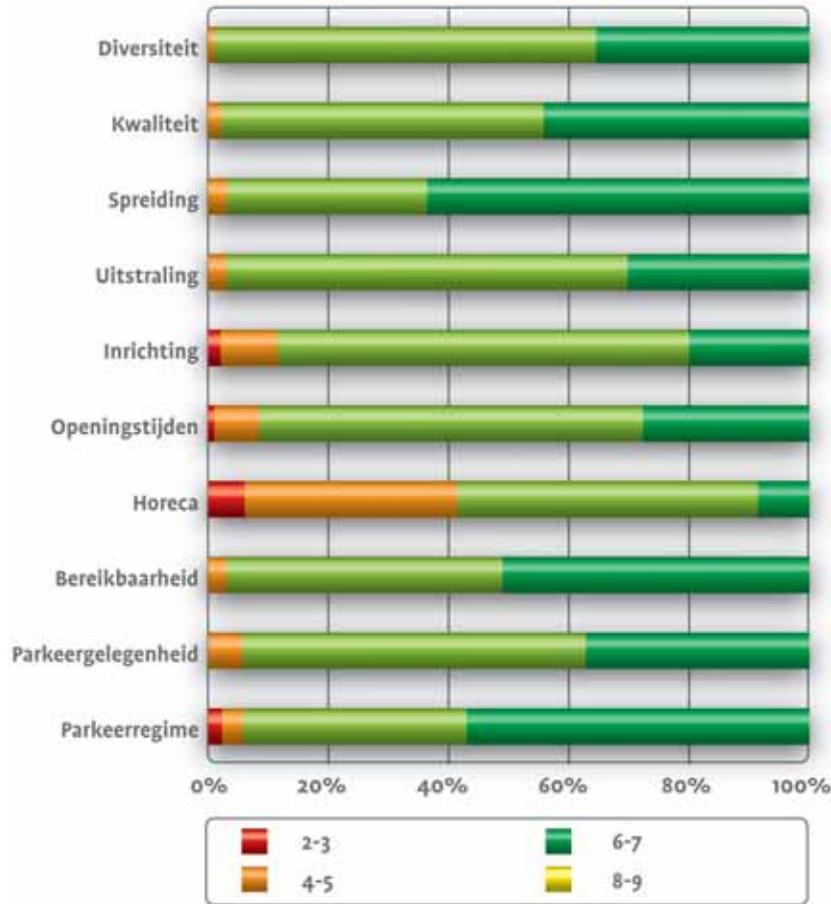
Figuur C Bezoek warenmarkt



Figuur D Bezoek koopavond



Figuur E Waardering centrum



## Bijlage 8 Distributieve berekeningen

### Distributie planologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van overbewinkeling of uitbreidingspotenties.

### Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de landelijk gemiddelde omzet in winkels per hoofd van de bevolking, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetpotentieel terecht komt in het betreffende winkelgebied (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloei (koopkrachttoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m<sup>2</sup> vwo (vloerproductiviteit) een rol.

### Verzorgingsgebied

De kern Borne heeft momenteel ± 19.300 inwoners (primair verzorgingsgebied) (CBS, 2009). De gemeentelijke bevolkingsprognoses gaan uit van een groei door nieuwbouw in de Bornsche Maten tot ± 26.500 inwoners in Borne in 2020 (Gemeente Borne, 2009).

### **Gemiddelde omzet per inwoner**

In veel distributieplanologische berekeningen wordt uitgegaan van de bestedingen per branche. DTNP kiest ervoor te rekenen met winkels als eenheden, omdat we in de distributieplanologie de uitbreidingsruimte van winkelmeters berekenen. We maken onderscheid tussen winkels in voedings- en genotmiddelen (VGM) en winkels in duurzame en overige goederen (excl. tuincentra, doe-het-zelfzaken en woninginrichtingszaken) (DOG). Winkels in voedings- en genotmiddelen bestaan uit supermarkten en versspeciaalzaken. Winkels in duurzame en overige goederen bestaan uit winkels in frequent benodigde non-food (o.a. drogisterij, huishoudelijke artikelen), modisch recreatief (o.a. kleding, lederwaren), overig recreatief (o.a. boeken, juwelier, warenhuis) en overige detailhandel (o.a. tweedehands). In de methodiek van DTNP wordt de aankoop van pannen (branche huishoudelijke artikelen) bij een supermarkt gerekend tot een besteding in winkels in voedings- en genotmiddelen en de aankoop van een Hemaworst (branche voedings- en genotmiddelen) tot een besteding in winkels in duurzame en overige goederen.

Daarnaast wordt doorgaans in distributieve berekeningen uitgegaan van gemiddelde toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking. Wij gaan uit van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking omdat hiervan recente gegevens beschikbaar zijn. Het verschil is dat bij de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking niet alleen bestedingen van consumenten zijn meegenomen maar ook bestedingen van bedrijven. In Nederland is de totale omzet van winkels in 2007 ±

€ 81,5 mld (exclusief BTW). Dit betekent een gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking van € 4.974. Hiervan wordt € 1.891 omgezet in winkels voor voedings- en genotmiddelen en € 2.276 in winkels voor duurzame en overige goederen (zonder tuincentra, doe-het-zelfwinkels en winkels in woninginrichting)\*.

Wanneer het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de gemiddelde omzetcijfers per hoofd aan te passen. Voor voedings- en genotmiddelen is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van  $\frac{1}{4}$  van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Voor duurzame en overige goederen is het gebruikelijk een correctie door te voeren van  $\frac{1}{2}$  van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Borne 2% onder het landelijk gemiddelde ligt (CBS, 2006) gaan we uit van iets lagere omzetcijfers per inwoner. Voor voedings- en genotmiddelen gaan wij uit van € 1.883 ( $€ 1.891 - (\frac{1}{4} \times 2\% \times € 1.891)$ ). Voor duurzame en overige goederen gaan we uit van € 2.257 ( $€ 2.276 - (\frac{1}{2} \times 2\% \times € 2.276)$ ).

### **Koopkrachtbinding**

Niet alle bestedingen van inwoners van Borne komen terecht in Borne. Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners van Borne dat terecht komt in Borne noemen we de koopkrachtbinding.

Het supermarktenaanbod en het aanbod van versspeciaalzaken in Borne is behoorlijk compleet. We gaan uit van een compleet aanbod in de toekomst.

\* DTNP (2008), Omzetkengetallen 2007, o.b.v. gegevens van CBS, CBW, HBD

Voor winkels in VGM gaan we uit van een koopkrachtbinding van 95%. Voor winkels in DOG gaan we uit van een meer compleet aanbod in een compacte opzet in het centrum van Borne. Het centrum van Borne zal ook in de toekomst rekening moeten houden met afvloeiing van koopkracht richting omliggende centra als Hengelo en Enschede. Deze centra hebben een sterker recreatief winkelaanbod. Een koopkrachtbinding van circa 50% van de inwoners van Borne aan het winkelaanbod in DOG achten wij haalbaar.

#### **Koopkrachttoevloeiing**

Naast bestedingen van inwoners van de gemeente Borne (primair verzorgingsgebied) ontvangen de winkels in Borne ook bestedingen van inwoners van buiten dit gebied. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevloeiing.

De meeste omliggende kernen beschikken over een uitgebreid en min of meer vergelijkbaar aanbod supermarkten en versspecialzaken.

Toevloeiing is onder meer te verwachten vanuit de omliggende kleine kernen. Voor Borne gaan we uit van  $\pm 20\%$  koopkrachttoevloeiing voor winkels in VGM in 2009. Voor de toekomst gaan we ervan uit dat de absolute toevloeiing van omzet gelijk blijft. Procentueel betekent dit een lichte daling van het aandeel vreemde koopkracht naar circa 15%.

Het recreatieve winkelaanbod in de regio is sterk (o.a. Enschede, Hengelo). Wanneer de structuur in het centrum van Borne versterkt wordt, achten wij koopkrachttoevloeiing van 35% voor DOG haalbaar. Uitgaande van een in absolute zin gelijkblijvende toevloeiing van omzet, gaan we voor 2020 uit van een toevloeiing van 30%.

#### **Gemiddelde omzet per m<sup>2</sup>**

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in winkels voor voedings- en genotmiddelen  $\pm \text{€ } 6.760,-$  (excl. BTW). In winkels in duurzame en overige goederen (zonder tuincentra, doe-het-zelfwinkels en winkels in woninginrichting) bedraagt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup>  $\pm \text{€ } 3.320,-$  (excl. BTW)\*. Voor Borne gaan wij uit van deze gemiddelde omzetten.

#### **Indicatie distributieve mogelijkheden**

Op basis van bovenstaande cijfers wordt een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor Borne op dit moment en in 2020 (uitgaande van het nu geplande woningbouwprogramma en bouwtempo voor de Bornsche Maten en de daarbij horende bevolkingsprognoses).

\* DTNP (2008), Omzetkengetallen 2007, o.b.v. gegevens van CBS, CBW, HBD, Locatus

**Indicatie distributieve mogelijkheden winkels VGM in Borne**

	2009	2020
Inwoners primair verzorgingsgebied	20.000	26.500
Omzet per inwoner (excl. BTW)	€ 1.883	€ 1.883
Koopkrachtbinding	95%	95%
Omzet uit primair verz.gebied (excl. BTW)	€ 35,8 mln	€ 47,4 mln
Toevloeiing	20%	15%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 44,7 mln	€ 55,8 mln
Gemiddelde omzet per m <sup>2</sup> wvo (excl. BTW)	€ 6.760	€ 6.760
Potentieel winkelaanbod (wvo)	6.600 m <sup>2</sup>	8.300 m <sup>2</sup>
Aanwezig winkelaanbod(wvo)	5.100 m <sup>2</sup>	5.100 m <sup>2</sup>
Uitbreiding winkelaanbod (wvo)	1.500 m <sup>2</sup>	3.200 m <sup>2</sup>

**Indicatie distributieve mogelijkheden winkels DOG in Borne**

	2009	2020
Inwoners primair verzorgingsgebied	20.000	26.500
Omzet per inwoner (excl. BTW)	€ 2.257	€ 2.257
Koopkrachtbinding	50%	50%
Omzet uit primair verz.gebied (excl. BTW)	€ 22,6 mln	€ 29,9 mln
Toevloeiing	35%	30%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 34,7 mln	€ 42,7 mln
Gemiddelde omzet per m <sup>2</sup> wvo (excl. BTW)	€ 3.320	€ 3.320
Potentieel winkelaanbod centrum (wvo)	10.500 m <sup>2</sup>	12.900 m <sup>2</sup>
Aanwezig winkelaanbod centrum (wvo)	14.100 m <sup>2</sup>	14.100 m <sup>2</sup>
Uitbreiding winkelaanbod centrum (wvo)	geen	geen