

DETAILHANDELSVISIE

OLST-WIJHE 2017-2021

'WERK AAN DE WINKEL'



De Gildeslager
De Gildeslager winkel & meer

Ruiter

DE GILDESLAGER
GILDESLAGER
Winkel & meer
€ 19,99

DE GILDESLAGER
OVERNACHTING
2019/2020
BIJDE RIJDE
€ 44,95

DE GILDESLAGER
Winkel & meer
€ 19,99

VOORWOORD

In de afgelopen jaren hebben zich veel veranderingen in de economie en maatschappij voorgedaan. Veranderingen op het gebied van gebruik van sociale media, toename van digitalisering en mobiliteit, toenemende vergrijzing en ontgroening. Dat vraagt van de gemeente Olst-Wijhe dan ook om visies te actualiseren of in samenhang nieuw op te stellen. In de jaren 2016 en 2017 zijn een nieuwe Structuurvisie, Woonvisie, Verkeersstudie Olst en een Detailhandelsvisie opgesteld en aangeboden aan de gemeenteraad. Voorliggende Detailhandelsvisie 2017-2021 gaat in op de detailhandel in de dorpen Olst en Wijhe en welke ontwikkelingen zich hebben voorgedaan met invloed op de detailhandel.

De 'Visie' is gericht op de ambitie om vitale kernwinkelgebieden te behouden en waar mogelijk te versterken, alsmede het verbinden met de kansen en mogelijkheden, zoals in de Structuurvisie 'Ruimte voor initiatief en innovatie' worden genoemd. Samenwerking tussen diverse partijen die actief zijn in onder meer detailhandel, horeca en toerisme/recreatie is van groot belang om consumenten te verleiden Euro's te besteden in Olst-Wijhe. Een goede promotie en marketing is nodig om de identiteit van onze gemeente te versterken en bekendheid te vergroten om zo de voordelen van het IJsselfront Olst-Wijhe te kunnen benutten. Daarbij hoort een ondernemende instelling met oog voor partnership en bereidheid tot het gezamenlijk investeren in de toekomst. Om de centra in Olst en Wijhe ook voor de komende jaren attractief en interessant te houden is er 'werk aan de winkel'.

Anton Bosch

Wethouder Economie-Recreatie-Toerisme (o.a.)



INHOUD

VOORWOORD	3
1. WAAR GAAT DE DETAILHANDELSVISIE OVER INLEIDING	5
2. WAT HEBBEN WE DETAILHANDEL IN OLST EN WIJHE	9
3. WAT SPEELT ER ONTWIKKELINGEN	13
4. WAAR GAAN WE NAAR TOE VISIE	17
5. HOE GAAN WE HET DOEN UITVOERING	28
BIJLAGE I BEGRIPPENLIJST	30
BIJLAGE II BIJEENKOMSTEN DETAILHANDELSVISIE	32

1

WAAR GAAT DE DETAILHANDEL SVISIE OVER INLEIDING

1. WAAROM HEEFT DE GEMEENTE DEZE DETAILHANDEL SVISIE OPGESTELD?

Bij de Detailhandelsstructuurvisie 2012-2015 is afgesproken dat eens in de vier jaar de visie wordt geactualiseerd. Gezien de vele maatschappelijke en economische ontwikkelingen van de afgelopen jaren en het feit dat tegelijkertijd samen met bewoners en organisaties de nieuwe Structuurvisie is opgesteld, is dit een goed moment om de detailhandelsvisie te actualiseren. Het voordeel van het simultaan opstellen van de visies is dat integraal naar de diverse ontwikkelingen gekeken kan worden en de invloed daarvan op detailhandel in het bijzonder.

2. ACHTERGROND BIJ DEZE VISIE

De Detailhandelsstructuurvisie uit 2012 geeft een goed beeld van het functioneren van de detailhandel in de kernen Olst en Wijhe.

Het is niet de bedoeling met deze actualisatie de visie uit 2012 geheel te vernieuwen. Wat goed is, is goed. Veel ideeën en ingezette keuzes zijn nog actueel en worden gedragen door onder andere de ondernemersverenigingen. Vanzelfsprekend vragen een aantal thema's om aanscherping, verdieping of bijsturing. Ook is de inbreng van ondernemers en vastgoedeigenaren mee genomen om de visie zo goed mogelijk een startpunt te laten zijn voor de komende jaren.

De visie richt zich met name op de dorpen Olst en Wijhe. Deze kernen hebben een clustering van detailhandelsbedrijven die een gezamenlijke uitstraling en positie hebben. Dit betekent niet dat elders in de gemeente geen detailhandel aanwezig is. In die gevallen betreft het vaak een individueel, specifiek bedrijf met een eigen klantenkring.

De doelstelling van de visie is:

De gemeente Olst-Wijhe zet zich in om in samenwerking de vitaliteit van de kernwinkelgebieden Olst en Wijhe te behouden en te versterken. Daarnaast wil zij de samenwerking tussen partijen intensiveren en kansen pakken, zoals ook in de Structuurvisie staat beschreven. De ambitie blijft: een aantrekkelijk winkelaanbod met voldoende variatie zodat de leefbaarheid en economische ontwikkeling gewaarborgd blijft.



3. HOE IS DE VISIE TOT STAND GEKOMEN?

De voorliggende detailhandelsvisie 2017-2021 is een actualisatie van de visie uit 2012, welke een belangrijke basis is. Tijdens het proces zijn een viertal bijeenkomsten met detaillisten en vastgoedeigenaren georganiseerd, waarbij door de deelnemers belangrijke onderwerpen en punten voor verandering en kansen zijn aangegeven. Op 8 september 2016 is een eerste bijeenkomst georganiseerd met als motto: "Leve de winkel van steen". Tijdens deze bijeenkomst is een beeld geschetst van de kansen voor de detailhandel. Op 13 september is er voor de kern Wijhe en op 20 september voor de kern Olst in groepen verder gediscussieerd over de belangrijkste onderwerpen: kernwinkelgebied, koopstromenonderzoek, bestemmingsmogelijkheden, branchevervaging en promotie&marketing. Vervolgens is op basis van alle ontwikkelingen en inbreng en in afstemming met de Structuurvisie Olst-Wijhe de Detailhandelsvisie geactualiseerd.

4. VOOR WIE IS DEZE VISIE OPGESTELD?

Deze visie is opgesteld om te worden gebruikt door de volgende doelgroepen:

1. ondernemers binnen en buiten de gemeente;
2. Vastgoedeigenaren;
3. inwoners van de gemeente;
4. organisaties en bedrijven;
5. de gemeentelijke organisatie.

De gemeente gaat met deze visie in op de ontwikkelingen, de bestaande situatie, kansen en mogelijkheden, welke rol gemeente en ondernemers kunnen spelen bij toekomstige ontwikkelingen. De gemeente wil inspireren, faciliteren en ondersteunen bij het verbinden van partijen (co-creatie). De gemeente nodigt uit om het gesprek aan te gaan met nieuwe initiatiefnemers. Aan de andere kant betekent het ook dat de feitelijke initiatieven van de markt moeten komen. Ondernemers weten zelf het beste wat kansrijk is en wat niet.

De gemeenteraad kan deze visie gebruiken als basis om een oordeel te vormen hoe om te gaan met nieuwe ideeën en ontwikkelingen met als doel het realiseren van een vitale detailhandel om mede de leefbaarheid in de gemeente te behouden.



Foto centrumgebied Olst



Centrumgebied Olst

2

WAT HEBBEN WE

DETAILHANDEL IN OLST EN WIJHE

Van de 12 kernen in de gemeente Olst-Wijhe hebben er twee een kernwinkelgebied, Olst en Wijhe. In een aantal kleinere kernen zijn enkele winkels gevestigd, maar die hebben geen tot nauwelijks samenhang en veelal met een specifiek productaanbod. Olst en Wijhe hebben een vrij sterke verzorgingsfunctie voor de eigen inwoners en in mindere mate een regiofunctie, uitzonderingen daargelaten. Het is daarom van belang de binding met de eigen inwoners te versterken en de kansen op de regionale markt te verzilveren.

CENTRUMGEBIED OLST

Olst wordt gekenmerkt door een kleinschalig en dorps karakter. Een sterk punt is dat nagenoeg alle belangrijke voorzieningen zijn geconcentreerd in het centrum. In bijlage III en hieronder is het centrumgebied van Olst aangegeven. In dit gebied zijn de zogenaamde 'centrumfuncties' in het bestemmingsplan bestemd. Centrumfuncties zijn onder meer detailhandel, horeca, kantoor, maar ook wonen. Er zijn twee supermarkten die de behoefte aan dagelijkse boodschappen verzorgen.

Aan de uiteinden van het winkellint (bij de supermarkten) is voldoende parkeergelegenheid. Voor veel winkels is parkeren mogelijk in een 'blauwe zone'. Buiten de winkels zelf zijn er nog aanwezig: park Olsterhof, voormalig gemeentehuis Westervoorde, Huis ter Spille en het Holstohuus welke het centrumgebied aantrekkelijk maken. Daarnaast is de bestrating en het straatmeubilair hoogwaardig te noemen, passend bij de uitstraling van de bebouwing.

Het winkelaanbod ligt relatief verspreid in het centrum van Olst. Winkels worden vaak afgewisseld met meerder woningen, waardoor het gevoel van een 'compact centrum' enigszins wordt verstoord. Het horeca-aanbod is relatief eenzijdig (veelal lunchrooms) waardoor een compensatie aan levendigheid op bepaalde tijdstippen niet aan de orde is. Buiten het centrumgebied, aan de dijk zit wel horeca, een betere verbinding met het centrum zou de aantrekkingskracht van Olst als totaal kunnen versterken. Ook een café in het centrum zou een mooie aanvulling zijn.

Zorgen over leegstand

Ondanks een aantal positieve punten baart de leegstand van een aantal (grotere) panden zorgen. Enkele pandeigenaren zitten in een situatie waarbij ze al langere tijd geen huurders hebben, en de winkelstraten hebben 'lege' plekken die niet aantrekkelijk zijn en het beeld van een compact centrum deels teniet doen. In Olst zijn een actieve Vitaliteitscommissie en centrummanager actief die trachten om vraag en aanbod van (winkel) ruimtes te verbinden.



Centrumgebied Wijhe



Centrumgebied Wijhe en de 'Poort van Wijhe'

CENTRUMGEBIED WIJHE

De hoofdstructuur van het kernwinkelgebied Wijhe is goed te noemen. De Langstraat is de centrale winkelstraat met op enkele plekken korte uitlopers naar de zijstraten. De kracht van Wijhe zit hem onder andere in de compactheid, de compleetheid en het groene karakter van het winkelgebied, de aanwezigheid van verschillende oriëntatiepunten (kerk, molen) en horecagelegenheden. Hier en daar worden de winkels onderbroken door woningen, een kantoor en enkele leegstaande panden. De zuidzijde van de Langstraat vergt in verhouding meer aandacht voor wat betreft levendigheid en uitstraling dan de noordzijde. In de afgelopen paar jaar is het aantal leegstaande panden overigens afgenomen, mede door de inzet van de vitaliteitscommissie die vraag en aanbod aan winkelruimte op elkaar probeert af te stemmen.

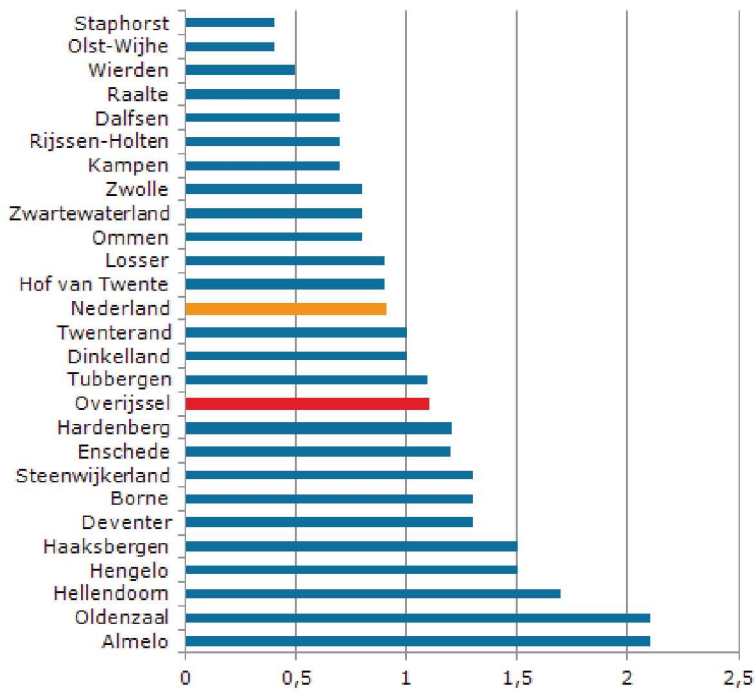
Mede door het historische aanzicht heeft de Langstraat een aantrekkelijke uitstraling. Desondanks zijn de aanwezige woningen, leegstaande panden en kantoren ('met de gordijnen dicht') een gevaar voor de beleving. Om het centrum van Wijhe interessant te houden moet er voldoende 'reuring' aanwezig zijn om de bezoeker te blijven boeien. Het besef leeft al langer in Wijhe dat een toename van panden met gebrek aan levendigheid nadelig is voor het centrumgebied.

Wat betreft de fysieke structuur zit het centrumgebied goed in elkaar. Voldoende parkeerruimte, bestrating passend bij de historische panden, voldoende afwisselingen en enkele groen ingerichte accenten. Aan de zuidzijde van de Langstraat bij de Molenweg liggen een deel van de parkeerplaatsen relatief ver weg van de winkels en zijn ze niet altijd goed vindbaar voor bezoekers. Hoewel het toestaan van auto's in de winkelstraat altijd voor- en tegenstanders heeft gehad past het bij een winkelgebied als de Langstraat.

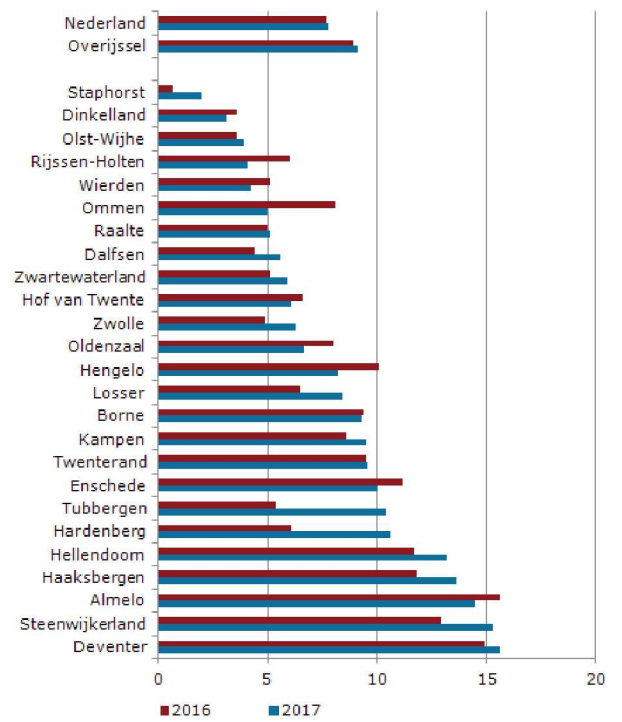
Het winkelaanbod is een mooie mix van landelijke ketens en zelfstandige winkeliers. De aanwezige horeca verlevendigd het centrumgebied en trekt extra bezoekers.

Poort van Wijhe

Een bijzondere vorm van detailhandel is de Poort van Wijhe. Deze bundeling van detailhandelbedrijven aan de Raalterweg is bestemd voor grootschalige detailhandel. Het gebied maakt ook geen deel uit van het centrumgebied. Een bouwmarkt, winkels voor meubels en woninginrichting, een kinderspeelparadijs en een sportcentrum zijn gehuisvest in de Poort van Wijhe. Deze winkels trekken een ander koperspubliek en uit een grotere regio, waardoor het een aanvulling is op het winkelaanbod in het centrumgebied. De commerciële verbinding tussen het centrumgebied en de Poort van Wijhe is een punt van aandacht.



Figuur 1: Leegstaande verkooppunten per 1.000 inwoners per gemeente in Overijssel, januari 2017 (aantallen), bron: Locatus



Figuur 2: Leegstand detailhandel per gemeente in Overijssel, januari 2016 en 2017 (% van winkelverkoopvloeroppervlak)



3

WAT SPEELT ER

ONTWIKKELINGEN

ECONOMISCHE CRISIS EN LEEGSTAND

Het faillissement van een aantal landelijke en regionale winkelketens in de afgelopen jaren is een ontwikkeling die niemand is ontgaan. Ook lokaal hebben veel winkels het moeilijk (gehad) of zijn zelfs gesloten. De economische crisis heeft voor lagere bestedingen van de consumenten gezorgd, wat een zware wissel trok op het rendement van de detailhandel in het algemeen.

Winkels en winkelketens die niet innovatief genoeg waren of stil stonden qua ontwikkeling kregen daarvoor de rekening gepresenteerd. Daarnaast heeft de groei van het online winkelen invloed op de lokale bestedingen. Voorts is de toenemende ontgroening en vergrijzing van invloed op het koopgedrag van de klant.

Al dit soort ontwikkelingen hebben ook geresulteerd in al dan niet langdurige leegstand in de winkelstraten van Olst en Wijhe. Voor pandeigenaren en ondernemers is dit een grote zorg. Met name in Olst zijn er enkele strategische locaties waar grotere winkelpanden leegstaan, hetgeen een negatieve uitstraling heeft voor het centrumgebied.

Uit de cijfers van januari 2017 van Locatus, blijkt dat de leegstand in Olst-Wijhe ten opzichte van andere gemeenten in Overijssel zeer laag is. Voor wat betreft het aantal leegstaande verkooppunten is het aantal in de gemeente Olst-Wijhe gedaald naar 8 (4%). Ondanks het feit dat het aantal panden wat leegstaat is gedaald, is de hoeveelheid m2 wat leegstaat in Olst-Wijhe licht toegenomen, van 3,6% in 2016 naar 3,9% in 2017. In Wijhe staan begin 2017 slechts 3 winkels leeg op de 51 winkel-/horeca eenheden.

Op het gebied van de sector 'Handel', waar ook Detailhandel toebehoort, is er in 2016 een duidelijke groei ten opzichte van 2015 zichtbaar in het aantal banen. In de gehele gemeente waren er op 1 mei 2015 871 banen en per 1 mei 2016 1012 banen. Dit is een groei van 16%.

KANSEN

Toch zijn er ook nieuwe kansen ontstaan. Bestaande ondernemers die het belang van internet inzagen en naast de 'stenen' winkel door internet hun afzetgebied flink groter zagen worden profiteerden hiervan.

De transformatie van het winkelbestand naar een nieuwe, toekomstgerichte detailhandel is nog steeds gaande. Ondernemers die niet mee willen of kunnen in schaalvergroting, assortimentsaanpassingen en prijzenslagen zullen andere wegen moeten vinden om klanten te binden. Een goed product alleen is al lang niet meer genoeg. Andere 'selling points' als beleving, duurzaam, service en dergelijke zullen voor plaatsen als Wijhe en Olst nog belangrijker worden.

Branchevervanging, het fenomeen dat meer verschillende soorten producten en services kunnen worden afgenomen bij één verkooppunt, is een ontwikkeling die zich blijft doorzetten. Vaak wordt hierbij gekeken naar bijvoorbeeld de bouwmarkten, supermarkten en tuincentra. Maar voor zelfstandige ondernemers zijn er natuurlijk ook mogelijkheden.

Samenwerken in marktgebieden als Olst en Wijhe heeft prioriteit in deze tijd. Een gezamenlijke aanpak en aanbod levert een grotere bijdrage dan ieder voor zich. Anno 2017 zijn de economie, het consumentenvertrouwen en de consumentenbestedingen weer groeiende. Een uitgekende positionering van de winkel en een gezamenlijke promotie zal kansen geven voor een toekomstgerichte detailhandel.



Op peil houden van maatschappelijke voorzieningen (foto Kulturhus Holstohus in Olst)



Olst



Wijhe



Detailhandel buiten kernwinkelgebied (Poort van Wijhe)

HET BELANG VAN LEEFBARE EN ACTIEVE KERNEN

De gemeente Olst-Wijhe kent een twaalftal grote en kleinere kernen. Het belang van leefbare kernen met voldoende voorzieningen is de afgelopen jaren steeds duidelijker naar voren gekomen. De leefbaarheid in die kernen wordt bepaald door een prettige, schone en veilige leefomgeving met voldoende én goed te bereiken voorzieningen zoals: winkels, scholen, sport en cultuur.

Het fenomeen naoberschap is in Olst-Wijhe gemeengoed. Inwoners bekommeren zich om hun burens, verlenen mantelzorg, zetten zich in voor (sport)verenigingen, creëren nieuwe kansen, maken dorpsplannen en geven daarmee richting en invulling aan de ontwikkeling van hun eigen kern en gemeenschap.

VOORZIENINGEN ONDER DRUK

De gemeente Olst-Wijhe kent een hoogwaardig voorzieningenniveau. De crisis, de ontgroening en de vergrijzing waar ook Olst-Wijhe mee te maken heeft, maken echter dat dit voorzieningenniveau onder druk staat. Het open houden van scholen en het exploiteren van ontmoetingscentra staan onder druk.

Het elkaar ontmoeten is belangrijk voor inwoners van Olst-Wijhe, die het fenomeen 'naoberschap' in de genen dragen. En dit ontmoeten vindt nu juist plaats in winkels, op het schoolplein, de horeca, de sportaccommodaties, de kerk, de buurt- en dorpshuizen en op straat. Daarom is het van groot belang dat er voldoende beleving is om naar het centrum gebied te gaan en te winkelen om elkaar ook daadwerkelijk te kunnen blijven ontmoeten.

BEHOUD EN VERSTERKEN WINKELGEBIEDEN VRAAGT AANDACHT

Centrumgebieden met detailhandel (winkels) en horeca hebben een belangrijke functie voor de leefbaarheid. Door een aantal ontwikkelingen (internet, veranderd consumentengedrag, ontgroening, vergrijzing) staat het winkelaanbod onder druk en treedt er leegstand op, wat het aanzien van een winkelgebied niet ten goede komt. Ook in de kernen Olst en Wijhe zijn helaas ondernemers gestopt en is er sprake van leegstand. Ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente moeten aan de slag met vernieuwing: het beter vermarkten van het winkelgebied, aanbod aanpassen aan de consumentenbehoefte, openingstijden te verruimen en creatieve oplossingen te bedenken voor de leegstaande winkelpanden.

Inzet op vernieuwing vraagt om aandacht voor verbreding, innovatie, nieuw ondernemerschap en ruimte voor experimenten en nieuwe ontwikkelingen hierin. Dat betekent misschien wel dat het nodig is om start-ups ruimte te geven om zich te ontwikkelen. Als de start-up weet uit te groeien tot een economisch rendabel bedrijf, is verplaatsing naar het winkelgebied in Olst-Wijhe aan de orde.

BELEVING

Een andere trend is dat ondernemers meer in belevingsconcepten gaan denken om het voor de klant aantrekkelijker te maken. Ondernemen vanuit belevingsconcepten biedt nieuwe kansen om winkelgebieden te versterken.

DETAILHANDEL BUITEN DE KERNWINKELGEBIEDEN

Veel bedrijven proberen zich aan te passen aan de ontwikkelingen op de online markt. Dit kan resulteren in het op internet aanbieden van goederen waardoor detailhandel op bedrijven terrein ontstaat. Deze ontwikkeling kan spanningen opleveren met de doelstelling voor compacte winkelgebieden. De gemeente houdt daarom vast aan het uitgangspunt dat reguliere detailhandel op bedrijventerreinen niet is toegestaan. Uitzondering hierop zijn de beperkte locaties waar volumineuze detailhandel en grootschalige detailhandel is toegestaan.



4

WAAR GAAN WE NAAR TOE

VISIE

De ingezette koers in 2012 wordt voortgezet met daarbij enkele accentverschuivingen gelet op de ontwikkelingen van de afgelopen jaren en de voorziene ontwikkelingen. Het is niet de verwachting dat de gemeente Olst-Wijhe veel gaat groeien (een lichte bevolkingsgroei wordt in de Woonvisie voorspeld). De focus blijft daarbij op het behouden en versterken van de huidige hoofdstructuur met een zo compleet mogelijk voorzieningen niveau. De visie geeft een toekomstvisie voor de detailhandel voor de komende 5 jaar, tot in 2021.

Zoals in de Structuurvisie wordt beschreven, is het behoud van voorzieningen voor de inwoners één van de belangrijkste aandachtspunten in het dagelijks leven. In de kleine kernen is reeds te zien dat dit niet altijd haalbaar is om alle voorzieningen in stand te houden. De gezamenlijke inzet van gemeente, bewoners en een keur aan organisaties in Wijhe en Olst dragen bij aan een zo compleet mogelijk aanbod aan voorzieningen. Vitale centrumgebieden zijn hierbij een voorwaarde om de leefbaarheid in stand te houden. Een centrum gebied is niet alleen 'fijn' om boodschappen te doen of te winkelen, maar ook om te ontmoeten, functies te combineren, relaties in stand te houden en aantrekkelijk te blijven voor bezoekers en toeristen.

Om deze visie inhoud te geven, worden de volgende 5 speerpunten gehanteerd:

1. **Gezamenlijk** werken aan vitale centrumgebieden door te ondernemen, initiëren, verbinden en het zoeken naar nieuwe verdienmodellen is allereerst aan de markt/de ondernemers.
(verbinding/samenwerking, vitaliteitscommissies, evenementen, zakelijke combinaties, acties met sport- en cultuurverenigingen enz.).
2. Creëren van een goed **ondernemersklimaat** door de gemeente.
(bestemmingsplannen, relatie ondernemers en gemeente, aanzet geven voor promotie, fysieke leefomgeving in orde, 'ja, mits' houding, samenwerking, betrokkenheid).
3. Inzetten op **promotie en marketing** van de gemeente Olst-Wijhe in samenhang met de Structuurvisie met als belangrijk actiepunt de promotie van de het IJsselfront Olst-Wijhe en de kernwinkelgebieden in Olst en Wijhe.
(zie ook www.olst-wijhe.nl/structuurvisie).
4. **Vrijtijdseconomie** als verbinder en als impuls voor de lokale economie in relatie met de Visie op het IJsselfront Olst-Wijhe.
5. **'Beleving'** als positieve klantenbinder en trekker van nieuwe consumenten.

Uitvoering en inhoud geven aan deze speerpunten zorgen voor leefbaarheid en het versterken van de identiteit in en van onze gemeente. Deze detailhandelsvisie ademt dan ook het karakter uit van 'inspireren en samenwerken' waarbij maatwerk nodig is.

1. SAMENWERKING

Plaatsen als Wijhe en Olst hebben, naast de supermarkten geen grote regionale trekkers of een groot winkelaanbod wat automatisch een bepaald bezoekersaantal uit de regio aantrekt. Sterker nog, plaatsen als Zwolle, Raalte en Deventer zijn concurrent als het gaat om non-food producten die ook in Olst en Wijhe zijn te verkrijgen. Voor alle partijen is het dan ook duidelijk dat samenwerking nodig is om met elkaar het doel te realiseren: vitale detailhandel in onze gemeente te behouden

Bij de totstandkoming van deze visie zijn alle ondernemers, pandeigenaren en ondernemersverenigingen uitgenodigd om bij de startavond, 'bijeenkomst Wijhe', 'bijeenkomst Olst' en de afsluitende terugkoppelavond te komen. De opbrengsten van deze avonden is de input voor de actualisering.

Er ontstaat immers meer resultaat, wanneer alle partijen betrokken worden bij de totstandkoming van een dergelijke visie. Het zijn uiteindelijk de pandeigenaren, ondernemers en inwoners die het nieuwe beleid moeten dragen én vertalen in eigen handelen.

Door samen het gesprek aan te gaan kunnen kansen worden benut en ontstaat er draagvlak voor een duidelijke profilering. In Bijlage III zijn de belangrijkste conclusies en aandachtspunten van de gespreksonderwerpen van de 4 bijeenkomsten samengevat. De onderwerpen zijn ingebracht door bezoekers van de bijeenkomsten. De gemeente wil zoveel mogelijk de samenwerking zoeken en de randvoorwaarden voor een goed functionerende detailhandel in beeld krijgen.

De afgelopen jaren is er regelmatig overleg geweest tussen de gemeente en de ondernemersverenigingen. In de afgelopen periode bleek de beschikbare ambtelijke tijd niet altijd voldoende om een aantal contacten goed te kunnen onderhouden, mede doordat de beleidsvelden economie, recreatie, toerisme en cultuur zijn geïntegreerd. Deze integratie zal worden gecontinueerd en geïntensiveerd. Maar om snel en adequaat aandacht te schenken aan afspraken, acties uitzetten en de verbinding tussen verschillende partijen in het centrum en daarbuiten (o.a. recreatie en toerisme) te maken, bleek nauwelijks mogelijk. Daarom zal de beschikbare ambtelijke capaciteit worden verhoogd.

Vitaliteitscommissies Olst en Wijhe

Een belangrijke schakel in het vitaal houden van de winkelstraten zijn de beide vitaliteitscommissies in Olst en Wijhe. Al dan niet met behulp van een centrummanager (Olst) worden vraag en aanbod van winkelruimte op elkaar afgestemd. Beide vitaliteitscommissies zijn gestart om leegstand in de winkelstraten te voorkomen. Door vroegtijdig op ondernemers, of op ondernemers in spé, af te stappen en suggesties te doen voor vestigingsmogelijkheden, is de kans groter dat in essentiële panden in het centrumgebied weer dynamiek en reuring ontstaat. De commissies initiëren daarnaast diverse activiteiten om de vitaliteit in de kernwinkelgebieden te verhogen. De gemeente heeft veel waardering voor deze initiatieven en wil met de commissies blijven samenwerken.

RetailDeal

De detailhandel is een belangrijke sector in de Nederlandse economie. Maar hij staat wel onder druk. Omdat de impact hiervan op de leefbaarheid in kernen groot kan zijn, heeft het Rijk de aanpak van de detailhandel als speerpunt verwoord. In maart 2015 is er een Retailagenda gepubliceerd waarin maatregelen staan genoemd die gericht zijn op het ontwikkelen van sterke winkelgebieden. Onderdeel van de Retailagenda is het sluiten van een RetailDeal met

gemeenten in samenwerking met provincies. Er zijn veel instanties en organisaties betrokken bij de RetailDeals met kennis van detailhandel. Ondernemers in Olst-Wijhe kunnen hun voordeel doen met de contacten met deze organisaties, daarnaast is er een geldbedrag gekoppeld aan het sluiten van de RetailDeal.

Door het tekenen van een landelijke en regionale RetailDeal, slaan landelijke, regionale en lokale partijen de handen ineen om de detailhandel lokaal en regionaal klaar te maken voor de toekomst. In de RetailDeal staat onder meer opgenomen:

- **Stakeholders:** met de belangrijkste stakeholders (detailhandel, vastgoed, horeca, kunst en cultuur) wordt een visie op detailhandel opgezet;
- **Actie:** Hierbij concreet beleid en een actieplan met prioriteiten te ontwikkelen;
- **Regio:** de visie, het beleid en het actieplan in regionaal verband af te stemmen;
- **Continuïteit:** de continuïteit en progressie van de RetailDeal te waarborgen, door het onderwerp actief in het overdachtsdossier voor de volgende collegeperiode op te nemen.

Dit alles is nu juist exact wat deze Detailhandelsvisie beoogd. De gemeente Olst-Wijhe wil met het sluiten van de RetailDeal kennis en ervaring onder ondernemers en organisaties delen, koopstromenonderzoek bevorderen, nieuwe contacten leggen en innovaties bevorderen. De aanjaagsubsidie van € 10.000 die door de provincie Overijssel beschikbaar wordt gesteld zal hiervoor worden aangewend. Hiervoor zal in overleg de juiste bestemming gevonden worden.

(Koopstromen)onderzoek en kennisoverdracht

Inzicht in wat de klant beweegt, waar die vandaan komt en dergelijke zijn interessante gegevens die van belang kunnen zijn voor individuele of groepen ondernemers. Bij het uitvoeren van een koopstroomonderzoek is het van belang dat er ingezoomd wordt op de separate kernen Wijhe en Olst en niet op de gemeente als geheel. Het initiatief voor een dergelijk onderzoek zal worden genomen door de ondernemersverenigingen. Maar ook andere typen onderzoek die bijdragen aan de vitaliteit van de detailhandel kunnen worden uitgevoerd. De gemeente faciliteert en is bereid tot een financiële bijdrage, zie hiervoor het hoofdstuk Uitvoering.

Ook in relatie met de Retaildeal wil de gemeente kennisoverdracht stimuleren om ondernemers te helpen zich aan te passen aan het veranderende detailhandelsklimaat. De gemeente Olst-Wijhe heeft zich dan ook aangesloten bij de nieuwe cluster Retail en Detailhandel in de regio Zwolle.



Ondertekening van de lokale RetailDeal op 31 maart 2017

2. GOED ONDERNEMERSKLIMAAT

De omgeving, zowel sociaal als fysiek, waar een mens werkt, woont, winkelt of recreëert is van invloed op het persoonlijk welzijn. Als een aantal randvoorwaarden van die omgeving goed zijn georganiseerd, dan heeft dat positieve gevolgen op het ondernemersklimaat in het kernwinkelgebied en daarmee op het bestedingspatroon. Een goed ondernemersklimaat wordt gecreëerd door aandacht te hebben voor de fysieke ruimte, regelgeving, samenwerking en promotie om de beleving van het kernwinkelgebied te optimaliseren.

Binnen deze detailhandelsvisie hebben wij de volgende randvoorwaarden benoemd:

Goede fysieke kwaliteit

Een centrum-omgeving heeft veel dynamiek, veel bezoekers, en een verscheidenheid aan functies. In het verleden is reeds veel aandacht besteed aan de inrichting van de centrumgebieden in Olst en Wijhe. Het is belangrijk om dit zo te behouden, dit gaat niet vanzelf. De wereld om ons heen verandert, maar ook de wensen en eisen vanuit de detailhandel zelf.

- Periodieke schouw openbare ruimte met ondernemers in beide kernen;
- In samenspraak met ondernemers en ondernemersverenigingen worden verbeteringen/ beschadigingen/verplaatsingen van zaken in de openbare ruimte besproken. Het gaat hier over diverse zaken in de openbare ruimte, van straatmeubilair tot routing, van straatbekleding tot parkeren en bereikbaarheid. Het uitgangspunt is om adequaat en efficiënt relatief kleine zaken aan te pakken. Basis is de jaarlijkse schouw openbare ruimte, aangevuld met ad hoc zaken waar tegen aan gelopen wordt.
- Aanvullende afspraken tussen de ondernemers onderling en tussen ondernemers en andere partijen worden gestimuleerd en gefaciliteerd. Een voorbeeld hiervan: In Wijhe is een samenwerking afgesproken met Stichting Ygdrasil voor het extra schoonvegen van de centrumstraten, bovenop de veeginspanningen die door de gemeente worden uitgevoerd;
- Bij grootonderhoud van de centrum straten worden de gebruikers, eigenaren van panden en inwoners van de centrumstraten aan de voorkant nauw betrokken. Ook pandeigenaren en ondernemers hebben een verantwoordelijkheid voor de openbare ruimte en in de overgang van publiek naar privaat terrein;
- Een duidelijke en aantrekkelijke toegang naar de dorpscentra in Olst en Wijhe zal tot meer bezoekers naar de dorpscentra leiden. In andere landen zoals Frankrijk en Duitsland zijn er tal van voorbeelden hoe de inrichting van een entree bijdraagt aan de identiteit en geeft een gevoel van welkom en nieuwsgierigheid. Deze detailhandelsvisie sluit aan op de structuurvisie waarin naar een kwaliteitsimpuls wordt gestreefd voor de dorpsentrees en dorpsranden. Hierbij wordt nauw afgestemd en samengewerkt met bestaande initiatieven zoals 'Olst mooier aan de IJssel'. Voor de dorpscentra zelf wordt een inrichting van de openbare ruimte nagestreefd met duurzame materialen en een hoogwaardige uitstraling;
- Zonder meer extra parkeerplaatsen rondom de kruising Molenstraat-Langstraat toevoegen is een lastige ruimtelijke opgave. Er wordt bekeken of de verwijzingen naar de bestaande parkeerplaatsen verbeterd kunnen worden. Dit is een randvoorwaarde om meer bezoekers van buiten lokaal te trekken.

Regelgeving

Onderwerpen als leegstand, bestemmingsplannen en regelgeving zijn belangrijke aandachtspunten voor ondernemers in de centrumgebieden. In de visie zijn de volgende kernpunten opgenomen:

Compacte winkelgebieden

Uitgangspunt: we streven naar een compact centrumgebied in Olst en Wijhe. Voor de consument heeft een compact winkelgebied als voordeel: gemak, overzichtelijkheid en

beperking van verkeersbewegingen in het winkelgebied. Investerings in beleving kunnen geconcentreerd worden ingezet.

Tijdens bijeenkomsten is er actief gesproken hoe de centra compact te houden en/of daar op dit moment instrumenten voor ingezet moeten worden.

De gemeente kiest niet voor het actief weg-bestemmen van detailhandel. Het heeft niet alleen impact voor de pandeigenaren, maar ook mogelijk financiële gevolgen voor de gemeente. Het gaat hierbij om randgebieden van het kernwinkelgebied waarbij de bestemming van detailhandel naar 'wonen' omgezet kan worden om de kernwinkelgebieden compact te houden. Er wordt hier niet voor gekozen omdat er nog mogelijkheden zijn om te investeren en de open plekken in te vullen. Mocht na een aantal jaren blijken dat er toch behoefte is aan het verder verkleinen van het kernwinkelgebied, dan kan dat worden overwogen.

In Olst is sprake van een verspreid liggend winkelgebied. Ontwikkelingen in het centrum kunnen kansen bieden om te onderzoeken of er mogelijkheden zijn voor verplaatsing van winkels van buiten het centrum naar het centrum toe. Hiermee wordt toegewerkt naar een aantrekkelijker en compacter winkelgebied.

Passende functies in bestemmingsplannen

De compacte winkelgebieden zijn gebaat bij reuring in de winkelstraat. Functies als wonen dienen zoveel mogelijk te worden voorkomen. Het risico is te groot dat dichte raampartijen afbreuk doen aan de beleving in de winkelstraat. Uit diverse onderzoeken in Nederland blijkt dat vooral wordt geadviseerd een winkelgebied zo te creëren dat de winkelfuncties elkaar kunnen versterken. Te veel andersoortige panden tussen winkels vervagen het winkelbeeld.

Initiatiefnemers die in het centrumgebied een winkel beginnen een bestaande woning (een pand dat bij het van kracht worden van het bestemmingsplan in gebruik was als woning) binnen de periode dat het bestemmingsplan van kracht is (circa 10 jaar) hebben de mogelijkheid de situatie weer 'terug te draaien' naar wonen. Indien er vervolgens een nieuw bestemmingsplan in werking treedt en is de begane grond op dat moment in gebruik als winkel, dan wordt het pand voor het nieuwe bestemmingsplan niet meer aangemerkt als 'bestaande woning'.

Bij de actualisatie van de bestemmingsplannen voor de centrumgebieden zal bekeken worden in hoeverre de bestemmingsmogelijkheden voldoen aan de gewenste flexibiliteit, maatwerk is geboden.

Winkeltijden

De winkeltijden zijn de afgelopen periode in overleg aangepast naar de laatste ontwikkelingen. In het voorjaar van 2017 zal een evaluatie van de winkeltijden plaatsvinden en als daar aanleiding toe is, kan de winkeltijdenverordening worden aangepast. Ook in de toekomst zullen de winkeltijden op gezette tijden worden geëvalueerd en zo nodig geactualiseerd.

Parkeren in blauwe zone.

In zowel Olst als Wijhe zijn blauwe zones ingesteld om zowel korte bezoeken te faciliteren als wel het voorkomen van ongewenst langdurige bezetting van parkeerplaatsen in winkelstraten. Als één van de betrokken partijen ideeën heeft voor aanpassing en verbetering voor wat betreft de fysieke inrichting, neemt zij daartoe het initiatief en wordt het gezamenlijk besproken. Als hiervoor draagvlak is, en de gemeente geen onoverkomelijke bezwaren ziet met andere regelgeving of belangen kan een nieuw voorstel in behandeling worden genomen.

Flexibel ingaan op nieuwe ontwikkelingen.

Beleid is vaak statisch en ontwikkelingen vragen om flexibiliteit. De gemeente wil open staan voor innovatie en met haar partners zoeken naar mogelijkheden, passend binnen de grenzen van de (landelijke) wet- en regelgeving. Zo kan het zijn dat de vraag om pop-up stores (tijdelijke etalages/winkels in leegstaande panden) vragen om flexibiliteit.

3. GEZAMENLIJKE PROMOTIE EN MARKETING

Bekendheid bij zowel inwoners als mogelijke bezoekers en al hetgeen de gemeente te bieden heeft biedt kansen op talrijke gebieden. Het promoten van onze gemeente werkt het best wanneer er structuur, gezamenlijk belang, een duidelijke visie en energie achter zit.

In de Structuurvisie Olst-Wijhe zijn kernwaarden uitgewerkt voor een aantal type gebieden:

- Prachtige IJsselzone (IJsellinie, dijken, weidsheid, variatie, ijsselhoeve, Fortmond, dijkdorpen)
- Lommerrijke Landgoederen (historie, veelzijdigheid, wandelen, fietsen, landgoederen, ruimte)
- Sterke dorpen (gemeenschap, ontmoeten, voorzieningen, burenplicht, verenigingsleven)
- Sallandse Platteland (kleinschalig landschap, boerenbedrijven, rust, diversiteit, weteringen)

Het vermarkten van de kernwaarden van Olst-Wijhe en de identiteit moet leiden tot meer recreanten, toeristen, consumenten, nieuwe inwoners en ondernemers.

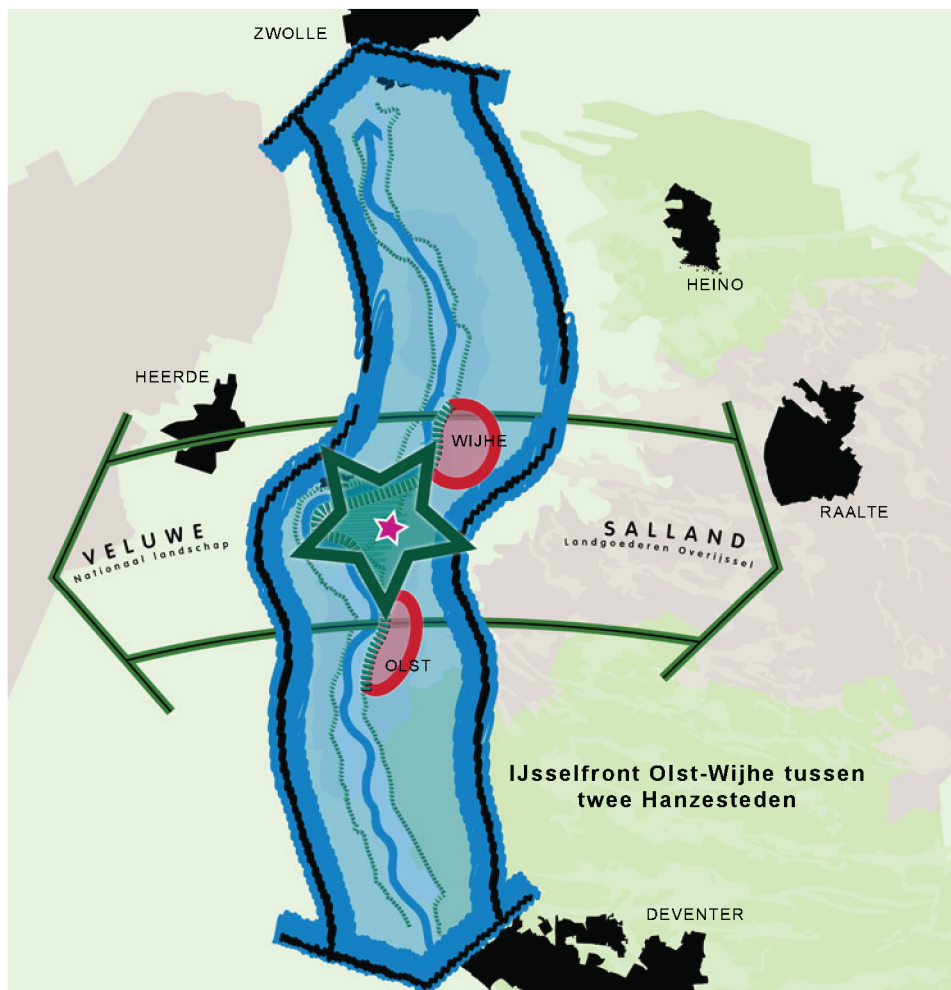
Dit sluit aan bij de beleidsvisie Recreatie, Toerisme en Cultuur (2015-2020) van de gemeente Olst-Wijhe: "Marketing en promotie zijn noodzakelijk om het bezoekersaantal van Salland en Olst-Wijhe te doen stijgen." De gemeente werkt daarom samen met enkele maatschappelijke partners. De gemeente faciliteert en stimuleert door middel van een jaarlijkse subsidie aan Marketing Oost / Salland Marketing en Stichting Toerisme en Recreatie Olst-Wijhe. Het is aan de maatschappelijke partners om daadwerkelijk gebruik te maken van de mogelijkheden die deze organisaties bieden. Voorts staat de gemeente open voor initiatieven van derden, die de beleving van de kernwaarden mogelijk maken en indirect consumenten trekken naar de compacte winkelgebieden.

Pijlers onder Promotie en Marketing

Er zijn vele aspecten die invloed hebben op het succes van promotie en marketing van een gebied. Omdat er veel verschillende partijen bij betrokken zijn is het belangrijk een aantal uitgangspunten met elkaar te delen en af te spreken. Uiteindelijk moet dit zorgen voor een herkenbaar profiel.

De belangrijkste pijlers voor een succesvolle aanpak zijn:

- **Een gezamenlijke aanpak.** Niemand kan het alleen, daarvoor is het noodzakelijk dat bedrijven, inwoners, organisaties en overheid samenwerken.
- **IJselfront Olst-Wijhe.** In de Structuurvisie Olst-Wijhe, 'Ruimte voor initiatief en innovatie' worden de bijzondere kansen van de ligging aan de IJssel aangegeven. Het Sallandse landschap aan de IJssel, dat heeft geen andere gemeente. De gunstige ligging tussen twee Hanzesteden Zwolle en Deventer, en Olst-Wijhe op het kuispunt van de IJssel, de Veluwe en de Sallandse heuvelrug biedt de mogelijkheid voor een herkenbaar profiel.
- De gemeente Olst-Wijhe kiest er daarnaast bewust voor om, vanuit Recreatie en Toerisme, aan te sluiten bij het merk '**Salland**'. Samen met de andere gemeenten in Salland is er meer slagkracht om het merk te promoten.
- **Beleving.** Gezelligheid, ontspanning, vermaak, duurzaam, authenticiteit en gemoedelijkheid: allemaal termen die te maken hebben met beleving in Olst-Wijhe. Door in de gezamenlijke promotie ons te richten op beleving, worden bezoekers verleid om de keuze voor Olst-Wijhe te maken.



Schematische weergave van de structuurvisie Olst-Wijhe (januari 2017)

Platform Vrijtijdseconomie

Het uiteindelijke doel van meer bezoekers en consumenten zorgt vanzelfsprekend voor een gezond ondernemersklimaat. En een gezond ondernemersklimaat in de centra zorgt weer voor het stimuleren van de leefbaarheid. Uit de visie Recreatie, toerisme en cultuur wordt hierbij de winst op de 4 B's aangegeven:



Natuurlijk is dit niet van de een op de andere dag gerealiseerd. In de jaren 2017 en 2018 zal met betrokken partijen worden onderzocht en afgetast over het 'wie, hoe, wat' van bovenstaande ambitie. De gemeente zal in 2017 het initiatiefnemen voor een startbijeenkomst om een platform vrijetijdseconomie vorm te geven. De partners op het gebied van vrijetijdseconomie, ondernemers en verenigingen zullen hiervoor worden uitgenodigd.



Toegankelijkheid uiterwaarden (foto Marketing Oost)



Vermarkten IJssellinie (foto Marketing Oost, Glenn Rondhuis)



Infocentrum Den Nul (foto Salland Marketing, Bas Silderhuis en Chris Waarlo)

4. VRIJETIJDSECONOMIE ALS VERBINDER EN HET IJSSELFRONT OLST-WIJHE

Wanneer er wordt gekeken naar groeipotentieel voor de centrumgebieden, dan liggen er kansen om meer bezoekers naar de centra in Wijhe en Olst te trekken. In de nieuwe Structuurvisie 'ruimte voor initiatief en innovatie' wordt het belang van de vrijetijdseconomie en de kansen voor een sterk IJsselfront neergezet. Het gaat vooral om het *benutten van kansen* die het IJsselfront in zicht heeft.

Structuurvisie: Verbinden IJsselfront met Olst en Wijhe

Olst-Wijhe heeft vele kernkwaliteiten en potenties maar benut deze nog onvoldoende. Het vergroten van de vindbaarheid en beleving van een samenhangende aantrekkelijke toeristische structuur is een kans voor de toekomst. De kracht van de kleinschaligheid en het zichtbaar maken van het verhaal van de dorpen aan de IJssel, is een potentiële kans om bezoekers langer te laten verblijven in het gebied.

Een aantal kernpunten hierbij zijn:

- Het stimuleren en ruimte geven aan het toegankelijk, zichtbaar en beleefbaar maken van de IJsselzone en haar parels;
- Beleef de IJssel, IJsselzone als 'beleefrivier', o.a. door vermarkting van de IJssellinie, van verleidelijke fiets- en wandelroutes tussen de centrumvoorzieningen van Olst en Wijhe en het Infocentrum Den Nul etcetera;
- Ruimte bieden aan recreatieve ontwikkelingen rondom Fortmond en de voormalige steenfabriek en aan recreatieve voorzieningen aan de IJssel bij Olst, Wijhe en Welsum;
- Inzetten op de bovenregionale groenblauwe sterlocatie d.m.v. een integrale gebiedsontwikkeling in relatie met de maatregelen in het kader van het hoogwaterbeschermingsprogramma.

Om de ambitie van het vergroten van de vrijetijdseconomie te realiseren zal de gemeente initiatieven ondersteunen vanuit het maatschappelijke veld die passen bij het profiel van de gemeente. Daarbij hoort het optimaliseren van een organisatiestructuur binnen de lokale en regionale vrijetijdssector, alsmede het bevorderen van kennisdelen, de lokale, regionale en cross-sectorale samenwerking en co-creatie. Het zou mooi zijn als de lokale vrijetijdssector en de detailhandel de handen ineen sloegen om het totaal meer te laten zijn dan de som der delen. Een platform vrijetijdseconomie kan de ontbrekende schakel zijn om activiteiten en maatregelen gezamenlijk op te pakken.

We willen kansen pakken in combinatie met de werkzaamheden in het kader van het Hoogwaterbeschermingsprogramma. Voor wandelaars en fietsers moet de routing naar het centrum vanaf de IJsseldijk in Wijhe moet aantrekkelijker en meer vanzelfsprekend worden. Spécifiek voor Olst wordt hierbij aangesloten bij het project 'Olst mooier aan de IJssel'.

Interessant en aantrekkelijk buitengebied

Ontwikkelingen in het buitengebied kunnen kansen bieden voor de kernen. Enerzijds is er de zorg over leegstaande agrarische bebouwing. Aan de andere kant biedt dit ook mogelijkheden voor nieuwe ontwikkelingen. B&B's, minicampings, overnachtingshutten, zuivelwinkels, oude ambachten, en vermarkten van historische locaties zijn allemaal voorbeelden van versterking van het toeristisch klimaat. Hierdoor worden wandel- en fietsroutes weer interessanter en daarmee de centra van Olst en Wijhe als start-, eind- of rustlocatie. In de agrarische omgeving is geen detailhandel mogelijk die in het centrumgebied in Wijhe of Olst thuis hoort. Hiermee blijven ook zogenaamde 'weidewinkels verboden.' Wel wordt kleinschalige detailhandel toegestaan die gerelateerd zijn aan recreatie en toerisme of ambachten en dergelijke. Gedacht moet worden aan boerderij-winkels, duurzaam/eco-winkels, manden/klompen/honing etc.



Wijese Diekdagen (Wijhe)



Olsterjaarmarkt (Olst)



Hellowieje (Wijhe)

5. BELEVING ALS POSITIEVE KLANTENBINDER

Door in en rondom fysieke winkels te kiezen voor meer beleving wordt de binding met consumenten vergroot.

De digitalisering van onze samenleving en daarmee het online aankopen van goederen en diensten heeft de afgelopen jaren een grote vlucht genomen. De voordelen van online winkelen zijn dat het 24/7 kan, je hoeft er de deur niet voor uit, het is plaats onafhankelijk en je hebt snel vergelijkende prijzen op een rij. Behalve de internetwinkel is er ook concurrentie van stedelijke centra.

Door te kiezen voor authenticiteit en kwaliteit kunnen de centrumgebieden Olst en Wijhe zich onderscheiden.

Evenementen en acties kunnen helpen om de beleving, leefbaarheid en authenticiteit te verhogen. Daarnaast geven evenementen naamsbekendheid aan Olst-Wijhe en dragen bij aan de beleving.

Samenwerking met het bedrijfsleven, cultuurorganisaties, maatschappelijke organisaties, verenigingen en de ondernemers om evenementen in het kader van promotie en het IJsselfront te organiseren wordt gestimuleerd.

De doelstelling is gezamenlijk een beleving van winkelen te creëren waardoor meer klanten uit de regio geïnteresseerd worden om de centrumgebieden in Olst en Wijhe te bezoeken.

5

HOE GAAN WE HET DOEN

UITVOERING

De doelstelling van de Detailhandelsvisie Olst-Wijhe, 'Werk aan de winkel' 2017-2021 is om in samenwerking de vitaliteit van de kernwinkelgebieden te behouden en zo mogelijk te versterken, hetgeen een positieve bijdrage levert aan de economische ontwikkeling en de leefbaarheid in onze gemeente. Het resultaat is alleen te bereiken met een gezamenlijke aanpak en actieve houding van alle betrokkenen.

SAMENWERKEN, VERBINDEN EN 'RUIMTE VOOR INITIATIEF EN INNOVATIE

Vanuit de Structuurvisie Olst-Wijhe en de Detailhandelsvisie Olst-Wijhe worden ondernemers, vastgoedeigenaren, exploitanten, inwoners en ander stakeholders uitgenodigd om met initiatieven te komen. De kaders voor deze initiatieven staan in de Structuur- en detailhandelsvisie. Het samen oppakken van vernieuwing leidt tot innovatie en daarmee tot meer toekomstbestendigheid. Kansen voor samenwerking worden vooral gezien op de thema's promotie en marketing, recreatie en toerisme en de kansen in relatie tot het IJselfront Olst-Wijhe en het hoogwaterbeschermingsprogramma. Partners als de provincie Overijssel, het waterschap en regionale partners zullen, afhankelijk van het initiatief, benaderd worden om mee te participeren.

ROLLEN EN VERANTWOORDELIJKHEDEN

Samenwerken werkt pas als partijen elkaar proactief opzoeken. Deze verantwoordelijkheid ligt derhalve dan ook bij alle partijen! Een idee wordt gedeeld, uitgewerkt, en daarna wordt bepaald wat de benodigde middelen zijn en wie initiatief neemt. Een positieve grondhouding is hierbij essentieel.

De gemeente kan faciliteren en stimuleren maar de markt is als eerste aan zet. De markt is als eerste zelf verantwoordelijk voor een gezond winkelaanbod. Wie anders dan ondernemers zijn het beste in staat om in te schatten waar kansen liggen en hoe moet worden omgegaan met ontwikkelingen in de markt en maatschappij? Een belangrijke taak ligt daarom ook bij de markt: het zien van marktkansen, het in gang zetten van verandering, samenwerking zoeken en innovatie bevorderen.

De gemeente wil aanjager zijn van innovatie en vernieuwing. Een open grondhouding vanuit de gemeente is hierbij essentieel. Dit houdt niet in dat alles direct mogelijk is. Immers de gemeente dient zich ook aan bestaande wet- en regelgeving te houden en belangen van alle betrokkenen te wegen. De gemeente wil met een 'ja, mits'-houding een waardevolle gesprekspartner zijn en meehelpen met het formuleren van de opgaves en de bijbehorende activiteiten. Hierbij past geen eenheidsworst, maar maatwerk, ieder initiatief wordt apart bekeken en beoordeeld.

De gemeente heeft zich aangesloten bij het cluster Retail en Detailhandel in de regio Zwolle. Het doel van deze extra inzet is om kennis en informatie te delen, mogelijkheden van subsidie en fondsen te ontsluiten of in beeld brengen, en in de samenwerking te zoeken naar innovatie. Deze kennis en ervaring wordt gedeeld met de ondernemers om de lokale innovatie te bevorderen.

ACTIVITEITEN

Olst-Wijhe over de vloer. De gemeente Olst-Wijhe continueert de activiteit Olst-Wijhe over de vloer. Het college maakt kennis met individuele bedrijven en organisaties en laten zich informeren over de (sector) ontwikkelingen.

Netwerkbijeenkomsten. De gemeente Olst-Wijhe wil tevens de netwerkbijeenkomsten van Olst-Wijhe werkt blijven faciliteren. Tijdens deze bijeenkomsten delen ondernemers, maatschappelijke organisaties en gemeenten kennis en ervaringen. Het doel is dat deelnemers nieuwe ontwikkelingen en acties initiëren en daarnaast nieuwe relaties worden aangegaan.

MKB Nieuwsbrief. De gemeente start in 2017 met een MKB Nieuwsbrief zodat bedrijven, maatschappelijke organisaties en overige partners sneller en beter over elkaars activiteiten geïnformeerd worden.

Overleg gemeente en detailhandel. De gemeente plant 2x per jaar een overleg met de ondernemersverenigingen. Tijdens deze gesprekken worden initiatieven besproken en afspraken gemaakt met als doel de detailhandel te versterken.

PLATFORM VRIJETIJDSECONOMIE

Zowel de Structuurvisie als deze Detailhandelsvisie geven aan dat er kansen zijn op het gebied van marketing en promotie. De gemeente zal een (hernieuwde) aanzet geven tot het komen van een Platform Vrijetijdseconomie. De gemeente roept partijen en individuen op om mee te denken en vooral mee te **doen**.

MIDDELEN EN FINANCIËEL KADER

Ondernemers, verenigingen, organisaties en de gemeente: samen maken we het verschil! Financiële middelen zijn hierbij niet leidend, maar juist het investeren in partnership.

De gemeente wil faciliteren en verbinden. Om hier uitvoering aan te geven is op het beleidsterrein Economie de inzet van 0,24 FTE naar 0,5 FTE verhoogd voor de jaren 2017 en 2018. Dit vergt een extra inzet van € 75.000 aan financiële middelen. Aan het eind van deze periode zal geëvalueerd worden op welke wijze de extra gemeentelijke inzet voortgezet gaat worden.

De beleidsmedewerker zal stimuleren, faciliteren en als vraagbaak dienen. Ook zal de medewerker een actievere rol binnen de Regio Zwolle vervullen, onder andere in het nieuwe cluster Retail en Detailhandel.

Voor het beheer, het onderhoud en het behouden van een goed functionerende openbare ruimte in de winkelstraten is er vanuit het IBOR (Integraal Beheer Openbare Ruimte) geld beschikbaar. Elk jaar wordt een meerjarenplanning opgesteld waar groot en klein onderhoud zal plaats vinden het komende jaar. De gemeenteraad heeft centrumgebieden een hoge prioriteit gegeven.

Eens per jaar zal er een straatschouw worden gehouden waarbij de status van het onderhoud en de mogelijkheden voor verbetering worden besproken.

Voor de volgende activiteiten worden financiële middelen beschikbaar gesteld:

- Vormgeven Platform Vrijetijdseconomie: **€ 3.500**
(eenmalig)
- Onderzoek (bijv. koopstromen), kennisdeling, samenwerking: **€ 10.000**
(budget kan eerst verkregen worden wanneer er een Retaildeal met de provincie Overijssel wordt gesloten)
- Initiatief en innovatie **€ 2.500 per jaar.**
(voor 5 jaar, 2017-2021)
- MKB Nieuwsbrief **p.m.**
(format wordt in 2017 vormgegeven)

BIJLAGE I

BEGRIPPENLIJST

CENTRUMBESTEMMING

De op de plankaart van het bestemmingsplan met **CENTRUM** aangewezen gronden zijn bestemd voor:

- a. Indien het de begane grondlaag van gebouwen betreft:
 - detailhandel en daaraan gerelateerde horeca;
 - kantoren;
 - dienstverlening;
 - maatschappelijke voorzieningen en daaraan gerelateerde horeca;
 - ter plaatse van de aanduiding **horeca**,
 - Wonen in bestaande woningen;
- b. Indien het betreft de verdieping(en) van gebouwen:
 - Wonen (m.u.v. de locaties waar aanduiding **geen wonen** staat)
 - Opslagdoeleinden ten dienste van en in directe relatie met de onder a genoemde doeleinden;
- c. ter plaatse van de aanduiding **monument**, het behoud, de versterking en/of het herstel van de cultuurhistorische waarde;
- d. ter plaatse van de aanduiding nevenactiviteit, tevens een logieaccomodatie; met daarbij behorende gebouwen, andere-bouwwerken, erven en voorzieningen.

DETAILHANDEL

Detailhandel is de directe verkoop van goederen aan consumenten en wordt ook wel kleinhandel genoemd. In de volksmond wordt veelal gesproken over ondernemers. Binnen een bestemmingsplan kan detailhandel zowel in het kernwinkelgebied als hierbuiten bestemd zijn.

GROOTSCHALIGE DETAILHANDEL

Winkelformules met een zeer groot winkelvloeroppervlak dat (hoog)frequent wordt bezocht en waarin een aanbod kan plaatsvinden van zowel volumineuze als niet-volumineuze goederen. Voorbeelden zijn de branches bouwmarkten, meubels, fietsen, witgoed, elektronica en tuincentra.

KERNWINKELGEBIED

Het kernwinkelgebied vormt het hart van het dorp. Het is een in het bestemmingsplan opgenomen groep aan centrumfuncties voor een gebied waar detailhandel, kantoor, dienstverlening, wonen en maatschappelijke functies zijn geclusterd.

VOLUMINEUZE DETAILHANDEL

Detailhandel waarvan de aard en omvang van het assortiment zorgen voor een groot benodigd oppervlak. Dit zijn winkels in branches zoals badkamers, keukens, auto's, boten, caravans, tuinartikelen e.d., uitgezonderd bouwmarkten.

WEBWINKEL

Een webwinkel is een vorm van online winkelen. Afhankelijk van hetgeen aan werkzaamheden plaatsvindt op een adres en in welke mate betreft het *detailhandel*, een *bedrijf* of een *bedrijf aan huis*.

- Een locatie waar een webwinkel opereert, maar producten ook gepresenteerd worden en artikelen ter plaatse gekocht of besteld worden (fysieke bezoekmogelijkheid) is een vorm van **detailhandel**.
- Indien men vanuit een locatie bijvoorbeeld de eigen woning of bedrijventerrein alleen webartikelen opslaat en distribueert zonder dat er sprake is van presentatie van artikelen en een fysieke bezoekmogelijkheid voor ter plekke kopen of bestellen van artikelen betreft het een **bedrijf of bedrijf aan huis**.
- Het is afhankelijk van de omvang en soort handel of bedrijfsmatige handelingen *detailhandel*, *bedrijf*, of *bedrijf aan huis* betreft.

WEIDEWINKEL

Zelfstandige detailhandelsvestigingen aan de rand van bestaand bebouwd gebied van steden en dorpen of in de groene omgeving. Onder weidewinkel wordt niet verstaan detailhandel in de vorm van 'verkoop bij de boer'.



BIJLAGE II

BIJEENKOMSTEN DETAILHANDELSVISIE

Terugkoppeling bijeenkomsten in het kader van de Detailhandelsvisie Olst-Wijhe

Avond Wijhe, 13 september 2016

aangescherpt na de terugkoppelavond van 15 november 2016

'Gezamenlijke aanpak loont'

Moet het kernwinkelgebied groter, kleiner of gelijk blijven qua grootte?

Kernwinkelgebied niet groter, eventueel kleiner als het gaandeweg logisch lijkt/mogelijk is. Bijvoorbeeld aan de zijde Nieuwendijk.
Nu nog niet inkrimpen. Compact centrum is wel wenselijk, alleen de Langstraat en aanloopstraten. Onderscheiden met recreatief winkelen en beleven.
Vitaliteitscommissie faciliteert beginnende ondernemers om in winkelgebied te starten. Geen startende winkels in garages toestaan.
Toekomstige winkelpanden die leegkomen door beëindiging benutten door startende ondernemers

Conclusie: Voorlopig laten zoals het nu is. Het is te vroeg om bestemmingen hard weg te halen. Er zijn nog verschillende acties denkbaar om exploitanten voor de winkelpanden te vinden.

Is er een koopstromenonderzoek nodig?

Dit kan de detailhandel ondersteunen. Er is behoefte aan onderzoek op dorpsniveau, want voor de gehele gemeente samen, heb je weinig aan. Een aantal ondernemers vind het belangrijk, dit kan bijvoorbeeld in samenwerking met Windesheim en door studenten laten uitvoeren.
De gemeente geeft aan dat een koopstroom onderzoek alleen in samenwerking en medefinanciering kan samen met de winkeliers. Ondernemers moeten zelf aangeven waar het onderzoek zich op moet richten. Detailisten willen meebetalen, als het gericht is op Wijhe.

Als er vanwege financiële redenen gekozen moet worden, dan liever voor promotie dan voor koopstromenonderzoek.

Conclusie: Er zal door winkeliers en gemeente gekeken worden of er een koopstroomonderzoek op dorpsniveau gerealiseerd kan worden door netwerkcontacten aan te spreken en (deels) externe financiering gevonden kan worden.

Welke bestemmingsmogelijkheden binnen het kernwinkelgebied zouden er toegestaan moeten zijn?

Liever geen wonen in het winkelgebied. Alle panden hebben een winkelbestemming in de Langstraat. Proberen om hier gebruik van te maken. Wellicht B&B's toelaten.

Concentreren van winkels in de Langstraat. Bij langdurige leegstand wel nadenken over andere functies.

Conclusie:

Uit diverse onderzoeken in Nederland blijkt dat vooral wordt geadviseerd een winkelgebied zo te creëren dat de winkels elkaar kunnen versterken. Te veel panden tussen winkels vervagen het winkelgebied. In principe moet dit voorkomen worden. Er zijn nog mogelijkheden die tot nu toe niet uitputtend zijn verkend of toegepast om de huidige panden toch te voorzien van winkels. Ook met er goed nagedacht worden wat verstaan moet worden onder 'beroep aan huis'. Dan is er meer duidelijkheid en begrip mogelijk hierover.

Zijn er problemen met branchevervaaging (blurring), en is daar eventueel wat aan te doen?

Alcohol schenken bij niet horeca zaken is wel een gevoelig thema. Horeca bedrijven hebben strenge eisen voor sanitair Funshopping groeit in Wijhe de laatste jaren.

Is het niet mogelijk als Olst-Wijhe meedoet aan één van de pilots voor hapje en drankje bij bepaalde type winkels? Wel zaak om ook wederdienst richting horecazaken in de pilot op te nemen als 'package-deal'.

Hoewel er wel problemen worden ervaren met bijvoorbeeld horeca is de algemene tendens dat het een landelijke ontwikkeling betreft en hier niet veel bijsturing op mogelijk is. Het gaat meer en meer om beleving, zeker in een plaats

Conclusie: als Wijhe. Mogelijk meedoen aan een landelijke pilot.

Terugkoppeling bijeenkomsten in het kader van de Detailhandelsvisie Olst-Wijhe

Avond Olst, 20 september 2016

aangescherpt na de terugkoppelavond van 15 november 2016

'Collectief belang boven individueel belang'

Moet het kernwinkelgebied groter, kleiner of gelijk blijven qua grootte?

Kernwinkelgebied niet groter (zeker niet verder de Kon. Wilhelminastraat in), eventueel kleiner als het gaandeweg logisch lijkt/mogelijk is.

Conclusie: Voorlopig laten zoals het nu is. Het is te vroeg om bestemmingen hard weg te halen. Er zijn nog verschillende acties denkbaar om exploitanten voor de winkelpanden te vinden.

Hoe kijken we tegen de winkelfunctie van de Drotestraat aan?

Delen van de Drotestraat zijn sterk, maar niet in de gehele linie
Enerzijds zou het logisch zijn om hier het kernwinkelgebied in te krimpen
Anderzijds is dit juist de verbinding naar de dijk om mensen (per fiets? Te voet?) het dorp in te trekken

Conclusie:

De winkelfunctie kan behouden blijven als er genoeg energie gestoken wordt om winkeliers hier naar toe te halen en als de verbinding met de dijk en de IJssel wordt verbeterd. Voorlopig geen wijzigingen.

Welke bestemmingsmogelijkheden binnen het kernwinkelgebied zouden er toegestaan moeten zijn?

De meningen zijn verdeeld hierover:

Pandeigenaren (met al dan niet leegstand in de portefeuille) geven aan dat ook functies als kantoor en wonen moeten worden toestaan. Alles beter dan leegstand.

Winkeliers zijn over het algemeen tegen andere functies tussen de winkelpanden. De sfeer en eenheid in het winkelgebied wordt door andere functies te veel aangetast. Dit komt de sterkte van het totaal niet ten goede.

Conclusie:

Uit diverse onderzoeken in Nederland blijkt dat vooral wordt geadviseerd een winkelgebied zo te creëren dat de winkels elkaar kunnen versterken. Te veel panden tussen winkels vervagen het winkelgebied. In principe moet dit voorkomen worden. Er zijn nog mogelijkheden die tot nu toe niet uitputtend zijn verkend of zijn toegepast om de huidige panden toch te voorzien van winkels. Ook moet er goed nagedacht worden over wat verstaan moet worden onder 'beroep aan huis'. Dan is er meer duidelijkheid en begrip mogelijk hierover.

Acties die nog uitgevoerd kunnen worden voor voorkomen leegstand:

- * Een centrummanager en de Vitaliteitscommissie de kans geven om een onafhankelijke aanjager en verbinder te zijn tussen de verschillende partijen in het centrum gebied.
- * Te bezien of grote panden opgedeeld kunnen worden zodat startende ondernemers niet gelijk een groot pand in zijn geheel moeten huren.
- * Shop in shop principes waarbij winkeliers samenwerken in één pand en zo de mogelijkheden benut worden
- * 'Ingroeimodel' voor de huur voor starters, eerste 2 jaar lagere huur en opbouwend naar marktconform
- * andere mogelijkheden ontwikkelen....

Terugkoppeling bijeenkomsten in het kader van de Detailhandelsvisie Olst-Wijhe

aangescherpt na de terugkoppelavond van 15 november 2016

Avond Wijhe, 13 september 2016

Hoe moeten we aankijken tegen leegstaande agrarische bebouwing in relatie tot detailhandel

- * concentreren op B&B en andere verblijfmogelijkheden en in combinatie met andere activiteiten als ambachten of dierenbeleving

*

Geen normale detailhandel in boerderijen. Wel kleinschalig, als het in relatie staat met de boerderij (boerderijwinkels) of met oude ambachten of recreatiebevorderend zijn

Geen normale detailhandel in boerderijen. Deze vrijkomende agrarische bebouwing moet wel een kans krijgen. Daarom bepaalde soorten wel mogelijk zoals boerderijwinkels, groenwinkels, klompenwinkels, mandenwinkels of

Conclusie: andere mogelijkheden gerelateerd aan recreatie, toerisme, ambachten e.d.

Wat kunnen we doen aan de positionering van Wijhe en hoe kunnen we meer mensen naar de gemeente trekken?

De afgelopen jaren zijn er meerdere acties genoemd, zowel in bijeenkomsten als in beleid. De uitvoering en de coördinatie hiervan ontbreekt vooralsnog. De gemeente wordt enkele keren als verantwoordelijke partij gezien.

Ideeën:

- * Toewerken naar thema 'Beleef de IJssel'
- * Theater IJssellinie
- * Meer reclameborden met "de folder"
- * Reconstructies uitvoeren van gebieden en wegen
- * Facebook activiteiten
- * Marketingmensen aanspreken die wonen en/of werken in Olst-Wijhe
- * Flyeren in omliggende gemeenten
- * De gemeentelijke organisatie moet zich meer inzetten
- * Verblijfaccomodaties creëren
- * Samenwerking tussen alle partijen binnen de gemeentegrenzen (of daarbuiten)
- * Verblijfaccomodaties creëren
- * Speelweide tussen kolk en IJssel maken om mensen vast te houden voor dagrecreatie
- * Reclame filpjes over op Funda als je een woning in Wijhe zoekt.
- * Wiejese Diekdaegen staan, en geven veel reuring
- * Film over Wijhe, met lokale mensen
- * Er wordt gesproken met diverse partijen voor verbetering pool zuid
- * Aantallen passantenhaven verdubbelen door goede functionaliteiten behouden en uitbreiden
- * folders in de winkels over beleefbaar Wijhe

Algemene opmerkingen over relatie met de Gemeente:

- * Er wordt gesproken met diverse partijen voor verbetering pool zuid
- * Samenwerking tussen leegstandcommissie en gemeente is prima
- * B&B's zouden overal moeten kunnen in Wijhe, geeft reuring en mensen van buiten
- * Scheiding tussen detailhandel en grootschalige detailhandel moet goed gehandhaafd worden.
- * Graag meer snelheid in afhandelen van aanvragen en vergunningen.
- * Parkeerbeleid moet beter gehandhaafd worden door BOA's (bevoegd opsporings ambtenaar).
- * De gemeente hoeft weinig aan de openingstijden te doen, hooguit op zondag starttijd van 13:00 naar 12:00 uur.
- * Vergunningen voor spandoeken, bloembakken e.d. in 1x per jaar aanvragen, en niet iedere keer opnieuw.
- * Verkeer wel toe blijven staan in Langstraat, maar evengoed verkeer weren uit Langstraat.

Terugkoppeling bijeenkomsten in het kader van de Detailhandelsvisie Olst-Wijhe

Avond Olst, 20 september 2016

aangescherpt na de terugkoppelavond van 15 november 2016

Is er een koopstromenonderzoek nodig?

Zoiets is altijd waardevol als er goed over de vragen is nagedacht. Aan de andere kant, als het geld maar één keer uitgegeven kan worden, is het wellicht beter om geld en inzet te gebruiken voor promotie en marketing

De gemeente geeft aan dat een koopstroom onderzoek alleen in samenwerking en medefinanciering kan samen met de winkeliers.

Er zal door winkeliers en gemeente gekeken worden of er een koopstroomonderzoek op dorpsniveau gerealiseerd kan worden door netwerkcontacten aan te spreken en (deels) externe financiering gevonden kan worden.

Zijn er problemen met blurring, en is daar eventueel wat aan te doen?

Hoewel er wel problemen worden ervaren met bijvoorbeeld horeca en broodverkoop op plekken, is de algemene

Conclusie: tendens dat het een landelijke ontwikkeling betreft en hier niet veel bijsturing op mogelijk is.

Wat kunnen we doen aan een betere positionering van Olst?

- * Gemeenschappelijk optrekken met gemeente en andere partijen in de kern om Olst onder de aandacht te brengen als interessant dorp voor cultuur, winkelen, gezelligheid enz.
- * Andere partijen naar Olst halen: Jumbo voor de Oosterhof strikken?
- * Verwijzingen naar het centrum met bebording, tegels enz. verbeteren. De banners zijn een goed begin!
- * Reuring organiseren met meer evenementen, redenen om naar Olst te gaan. Reuring als randvoorwaarde.
- * De IJsselbiënnale 2017 als kapstok voor Olst-Wijhe om zich op de kaart te zetten??

Verbinding met de dijk en de IJssel moet beter om de toegang naar het centrum van het dorp aantrekkelijker te maken;

Ervaren problemen:

- * Oversteek van de Dijk is heel belangrijk, nu niet optimaal. (Olst mooier aan de IJssel is hier ook mee bezig)
- * De stijl afgang van de dijk is niet ideaal en comfortabel om naar het dorp te gaan.
- * De Drotestraat loopt 'dood' op de dijk. Zijn er ander oplossingen?

De uitstraling en het onderhoud van de openbare ruimte vergt aandacht

Voorbeelden:

- * Gras tussen de stenen
- * Poep en peuken opstraat
- * Inrichting op lokaal niveau niet altijd ideaal

Mogelijke oplossingen

- * Winkeliers organiseren zelf veeg- en schoonmaak ploeg als extratje op de gemeentelijke reiniging
- * Afspraken maken met gemeente en andere organisaties over schoonhouden en schoonmaken
- * Korte lijntjes organiseren en onderhouden met de beheerder openbare ruimte gemeente
- * Afspraken maken met gemeente over kosten. Soms voor gemeente, soms voor winkeliers, soms delen.

Enkele concrete zaken openbare ruimte:

- * Fietsbeugels voor Drotestraat 48 zijn te dicht aan de weg geplaatst, vrachtwagens kunnen er niet goed langs
- * Vrachtwagenrouting door de Kon. Julianalaan is nu éénrichting. Kan dat niet andersom éénrichting waardoor de belasting minder is van het centrum?

COLOFON

**Detailhandelsvisie
Olst-Wijhe 2017-2021
'Werk aan de winkel'**

Eindredactie:
Gemeente Olst-Wijhe

Opmaak:
N0.ORDPEIL landschap.erfgoed

Concept, 25 april 2017