

Het Hogeland



Aanvulling gemeentelijke detailhandelsvisie (analyse document)

Het Hogeland

10-10-2023

Inhoud

1	Inleiding	5
2	Branchering detailhandel	7
3	Trends en ontwikkelingen	9
4	Relevant beleid	13
	4.1 Europese Dienstenrichtlijn	13
	4.2 Ladder voor Duurzame Verstedelijking	13
	4.3 Provinciaal beleid	14
5	Ruimtelijke (winkel)structuur Het Hogeland	15
	5.1 Perifere detailhandelslocaties en bedrijventerreinen	15
	5.2 Toelichting	16
6	Huidige aanbodstructuur Het Hogeland	18
	6.1 Gemeente Het Hogeland	18
	6.1.1 Verdeling (per winkelgebiedshoofdtype)	20
	6.1.2 Verdeling (over kernen in de gemeente)	21
	6.2 Winsum	22
	6.3 Bedum	24
	6.4 Uithuizen	26
	6.5 Leens	28
	6.6 Overige dorpen	30
7	Distributieplanologische analyse	32
	7.1 Gemeente Het Hogeland	33
	7.2 Winsum	34
	7.3 Bedum	34
	7.4 Uithuizen	35
	7.5 Leens	35
	7.6 Conclusie distributieplanologische analyse	36
8	Effectenanalyse centrumgebieden	37

1 Inleiding

Dit analyse document dient als aanvulling op het 'PDV/GDV beleid (beleidsdocument)' van gemeente Het Hogeland en geeft inzicht in de onderliggende factoren die aan de basis liggen van de beleidsregels.

Wat is Perifere en Grootschalige Detailhandel?

Perifere Detailhandelsvestigingen (PDV) en Grootschalige Detailhandelsvestigingen (GDV) hebben als kenmerk dat ze volumineuze goederen verkopen en/of volumineuze oppervlaktes hebben. PDV/GDV-bedrijven zijn vaak ruim opgezet en zijn gebaat bij een goede bereikbaarheid met daarbij voldoende parkeermogelijkheden voor de deur. Dergelijke concepten passen veelal niet in de bestaande centrumgebieden, vandaar ook de aanduiding 'perifeer'.

PDV en GDV hebben de volgende definities:

- Perifere Detailhandelsvestigingen (PDV): winkels die volumineuze goederen verkopen (branches/winkels met volumineuze goederen zijn o.a. bouwmarkten, tuincentra, woninginrichting, auto's, boten, caravans, grove bouwmaterialen, keukens, sanitair). Door de aard en omvang van de goederen is dit type winkel moeilijk inpasbaar in centrumgebieden.
- Grootschalige Detailhandelsvestigingen (GDV): winkels waarbij het niet gaat om de omvang van de goederen, maar om de omvang van de winkel zelf (branches/winkels met volumineuze oppervlaktes zijn o.a. grote elektronicazaken en grote sportzaken). Door de omvang van de winkel is dit type winkel moeilijk inpasbaar in centrumgebieden.

Vraagstelling

De belangrijkste onderzoeksvragen die in dit analysedocument worden beantwoord zijn:

1. Hoe ziet de branchering van de detailhandel eruit? Welke groepen, hoofdbranches en branches worden onderscheiden?
2. Welke trends en ontwikkelingen zijn er in de verschillende branches die leiden tot een veranderende vestigingsbehoefte?
3. Met welk beleid en welke wetgeving moet rekening worden gehouden bij de te maken keuzes?
4. Hoe ziet de huidige winkelstructuur, toegespitst op de perifere detailhandelslocaties en bedrijventerreinen, eruit?
5. Hoe ziet de huidige aanbodstructuur (winkels, horeca, dienstverlening et cetera), op gemeenteniveau en per kern, eruit? Wat is de verdeling tussen aanbod binnen en buiten de centra?
6. Hoe verhouden vraag en aanbod zich tot elkaar? Is er sprake van een theoretisch overschot of tekort aan winkelmeters?
7. Welke verschillende scenario's zijn mogelijk en wat is de impact op zowel de PDV/GDV-locaties als op de centrumgebieden?

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt de branchering weergegeven, zoals we die binnen de detailhandel hanteren. Hoofdstuk 3 gaat in op trends en ontwikkelingen die zichtbaar zijn binnen de detailhandel, specifiek op het gebied van PDV/GDV-locaties en -branches. In hoofdstuk 4 worden enkele relevante beleidsstukken uiteengezet. Vervolgens wordt in hoofdstuk 5 de ruimtelijke (winkel)structuur van gemeente Het Hogeland besproken; waar liggen de PDV/GDV-gebieden en bedrijventerreinen, en hoe zijn ze over de gemeente verdeeld? Hoofdstuk 6 gaat vervolgens in op de huidige aanbodstructuur, zowel gemeentebreed als per kern (voor de vier grootste kernen en daarnaast voor de overige kleinere dorpen samen). De gegevens hiervoor zijn afkomstig uit de Retail Database van Locatus¹. In hoofdstuk 7 volgt het distributieplanologisch onderzoek. Hierin wordt voor de gemeente en voor de vier grootste kernen uiteengezet hoe - theoretisch gezien - vraag en aanbod zich tot elkaar verhouden. Hoofdstuk 8 sluit af met een effectenanalyse van het toestaan van meer branches op PDV/GDV-locaties. Verschillende scenario's en de effecten daarvan op de centrumgebieden worden hierin zorgvuldig uiteengezet.

¹ Retail Database Benelux (Locatus, juli 2023). NB. De gebruikte gegevens over het winkelaanbod (aantal meters en aantal verkooppunten) zijn in juli 2023 gedownload. De daadwerkelijke veldwerkdatum van deze gegevens is echter juli/augustus 2022. Dit zijn de meest recente gegevens vanuit Locatus. Geringe verschillen tussen het daadwerkelijke aanbod en het aanbod zoals we dat hier weergeven zijn mogelijk.

2 Branchering detailhandel

Locatus² maakt binnen de detailhandel onderscheid tussen verschillende groepen, hoofdbanches en branches. Er zijn in totaal vijf groepen binnen de detailhandel, namelijk 'Dagelijks', 'Mode & Luxe', 'Vrije Tijd', 'In/Om Huis' en 'Detailhandel Overig'. De groep 'Leegstand' laten we hier buiten beschouwing. In tabel 2.1 wordt per groep weergegeven welke hoofdbanches en branches eronder vallen.

Tabel 2.1: Branchering detailhandel

Groepen	Hoofdbanches	Branches
Dagelijks	Levensmiddelen	Groente/Fruit; Bakker; Vlaaien; Toko; Chocola; Koffie/Thee; Delicatessen; Kaas; Minisuper; Boerderijwinkel; Nachtwinkel; Poelier; Dieet/Voedingssupplementen; Slagerij; Slijter; Supermarkt; Tabak/Lectuur; Tabak speciaalzaak; Vis; Zoetwaren; Ziekenhuis Winkel; Levensmiddelen Overig
	Persoonlijke Verzorging	Apotheek; Drogist; Parfumerie; Haarproducten; CBD; Persoonlijke Verzorging Overig
Mode & Luxe	Warenhuis	Warenhuis
	Kleding & Mode	Bruidskleding; Damesmode: Dames & Heren Mode; Herenmode; Kindermode; Lingerie; Modeaccessoires; Textielsuper; Modewarenhuis
	Schoenen & Lederwaren	Lederwaren; Schoenen
	Juwelier & Optiek	Juwelier; Uurwerken; Optiek
	Huishoudelijke- & Luxe Artikelen	Glas/Aardewerk; Huishoudelijke Artikelen; Huishoudlinnen; Cadeau Artikelen; Kookwinkel
	Antiek & Kunst	Antiek; Kunsthandel
Vrije Tijd	Sport & Spel	Buitensport; Ruitersport; Speelgoed; Modelbouw; Sportzaak; Hengelsport; Watersport; Sport Speciaalzaak
	Hobby	Elektronica; Foto/Film; Handvaardigheid; Wol/Handwerk; Verzamelen; Muziekinstrumenten; Naaimachines; Stoffen
	Media	Boekhandel; Beeld/Geluid; Software/Games; Kantoorartikelen; Boek & Kantoor; Inktvullers
In/Om Huis	Plant & Dier	Aquariums; Bloem/Plant; Dibevo; Tuinartikelen; Tuincentrum; Tuinmeubelen
	Bruin & Witgoed	Radio & Tv; Computers; Huishoud Onderdelen; Telecom; Witgoed; Elektro
	Auto & Fiets	Automaterialen; Fietsen; Scooters/Brommers
	Doe-Het-Zelf	Bouwmarkt; Bouwmateriaal; Deur/Kozijn; Breedpakket; IJzerwaren & Gereedschap; Verf/Behang
	Wonen	Babywoonwinkel; Slaapkamer/Bed; Keukens; Meubelen; Woonwarenhuis; Keukens/Badkamers; Badkamers; Verlichting; Parket/Laminaat; Tegels; Woninginrichting; Woningtextiel; Woondecoratie; Zonwering
Detailhandel Overig	Detailhandel Overig	Diversen; Kleding; Boeken; Partijgoed; Legerdump; Feestartikel; Paramedisch; Hoortoestel; New Age; Smartshop/Growshop; Erotica; Souvenirs; Odd-Shops; Haarden/Kachels; Natuursteen; Non-Food Overig

Bron: Locatus, bewerking door BRDG Advies

² Branche overzicht (Locatus, 2021)

Bezoekfrequentie per branche

Per branche verschilt de frequentie waarin consumenten de winkels bezoeken. Zo ligt de bezoekfrequentie in de dagelijkse sector zeer hoog, voornamelijk in de supermarktbranche. Uit het Koopstromenonderzoek van Provincie Groningen³ blijkt dat in veel gevallen meer dan 90% van de consumenten minimaal één keer per week boodschappen doen. 50% komt meer dan één keer per week in de supermarkt en gemiddeld 10% brengt zelfs dagelijks een bezoek aan de supermarkt.

De groep 'Mode & Luxe' kent vele branches. Voor zaken als mode en schoenen geldt over het algemeen een wat lagere bezoekfrequentie dan voor bijvoorbeeld een warenhuis of een winkel in huishoudelijke artikelen. Het gaat dan om winkels als HEMA, Action en Blokker. Qua bezoekgedrag vallen deze branches redelijk samen met dagelijkse aankopen. Al met al kunnen we de bezoekfrequentie in de groep 'Mode & Luxe' als gemiddeld tot hoog omschrijven.

Vooraf in branches waar de online concurrentie sterk aanwezig is, is de consument van plan om op termijn (veel) minder naar de fysieke winkel te komen. ABN AMRO⁴ geeft aan dat in de categorieën sport en elektronica respectievelijk 52% en 49% van de consumenten aangeeft in de toekomst minder naar de winkel te komen. De bezoekfrequentie zal daardoor op termijn lager komen te liggen dan dat hij nu al is. Consumenten komen minder naar de winkel en verwachten dan een breed en compleet aanbod dat ook kan concurreren met het internet. Er is veel minder sprake van een afname in het fysieke winkelbezoek bij winkels als supermarkten, bouwmarkten en drogisterijen.

³ Koopstromenonderzoek Provincie Groningen (BRDG Advies en I&O Research, 2023)

⁴ Waarom komt de consument van de toekomst naar de winkel? (ABN AMRO, oktober 2020)

3 Trends en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk bespreken we diverse trends en ontwikkelingen die zichtbaar zijn binnen de detailhandel, specifiek gericht op PDV/GDV-locaties en -branches.

Ontwikkeling van perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen

Het PDV/GDV-beleid van de overheid heeft er in de loop der tijd toe geleid dat er een strakke regulering rond de bestemming van perifere detailhandel is ontstaan. Er zijn verschillende fases te onderscheiden in de ontwikkeling van de detailhandel op perifere locaties. In eerste instantie waren enkel de 'traditionele' PDV-branches aanwezig, zoals ABC (auto's, boten, caravans), grove bouwmaterialen en tuinartikelen. Deze bedrijven vestigden zich vanwege de verkoop van volumineuze goederen buiten de stadscentra. In de tweede fase kwamen daar de bouwmarkten, keukens en badkamers bij, waardoor er een verschuiving ontstond naar meer woon-gerelateerde branches. Zo kwamen rond de jaren '80 de meubelboulevards op, waar het specifiek gaat om aanbod in de woninginrichting. In een latere fase waren er op de perifere locaties niet alleen meer winkels aanwezig die vanwege hun volumineuze goederen op een locatie buiten het centrum vestigden, maar nu ook omdat de omvang van de winkel zelf te groot was voor de centrumgebieden. Dit zijn de grootschalige detailhandelsvestigingen. Het gaat dan bijvoorbeeld om grote elektronicazaken, fietsenwinkels en speelgoedwinkels. De schaalvergroting (zie hieronder) is een belangrijke factor in de opkomst van GDV-locaties.

Schaalvergroting

In diverse sectoren neemt de behoefte aan grotere oppervlaktes toe. Supermarkten, bouwmarkten en fietsenzaken zijn allemaal voorbeelden van winkels die steeds vaker kiezen voor ruim opgezette winkels met een breed en diep aanbod. De moderne consument verwacht tegenwoordig een completer assortiment dan voorheen. Doordat winkels hun assortiment niet alleen vergroten, maar ook verbreden, ontstaat er branchevervaging; bouwmarkten verkopen ook planten, tuincentra verkopen ook huishoudelijke artikelen en supermarkten verkopen ook mediaproducten. De schaalvergroting die te zien is bij bijvoorbeeld fietsenzaken heeft grotendeels te maken met het bieden van service aan de consument; teststraten om fietsen te testen, verkoop en reparatie onder één dak en een groot assortiment vragen allemaal de nodige ruimte. Ook een goede bereikbaarheid en een efficiënte bevoorrading zorgen ervoor dat de vraag naar vestigingen buiten de bestaande centra toeneemt.

In tabel 3.1 is een overzicht te zien van de gemiddelde winkelgroottes per groep in gemeente Het Hogeland. Hierbij is een vergelijking gemaakt tussen 2017 en 2022. De schaalvergroting is in gemeentes als Het Hogeland minder sterk dan hoe het op landelijk niveau zichtbaar is, maar toch is er in alle groepen sprake van een lichte stijging van de gemiddelde winkelgrootte. Voornamelijk in de groep 'In/Om Huis' is het aantal meters per winkel flink gegroeid.

Tabel 3.1: Gemiddelde winkelgrootte Het Hogeland 2017 en 2022

Groep	2017	2022
Dagelijks	242 m ²	296 m ²
Mode & Luxe	185 m ²	200 m ²
Vrije Tijd	130 m ²	147 m ²
In/Om Huis	496 m ²	646 m ²
Detailhandel Overig	244 m ²	322 m ²

Bron: Retail Database Benelux (Locatus, juli 2023) & Retail Database Benelux (Locatus, 2017)

Hoewel er sprake is van schaalvergroting, is er een duidelijke tweedeling zichtbaar. Naast grootschalige winkels zijn er ook veel zelfstandige ondernemers en ketens die voor een wat kleiner winkeloppervlak kiezen, waar sfeer en beleving centraal staan, idealiter aangevuld met aanbod online. De middelgrote winkels (250-500 m²) zijn landelijk gezien steeds meer uit het straatbeeld verdwenen. In gemeente Het Hogeland is dit niet direct zichtbaar.

Online winkelen

Online winkelen is nog steeds een trend die haar grens nog niet heeft bereikt. Ook vanuit het Koopstromenonderzoek Provincie Groningen⁵ is gebleken dat de online bestedingen nog steeds toenemen. Consumenten zijn vooral gebaat bij het gemak, de tijdsbesparing en de breedte en diepte van het beschikbare aanbod waar online winkels in voorzien. In gemeente Het Hogeland ligt de online afvloeiing in de recreatieve (groepen 'Mode & Luxe' en 'Vrije Tijd') en doelgerichte sector (groepen 'In/Om Huis' en 'Detailhandel Overig') op respectievelijk 37% en 23%. Dit is iets hoger ten opzichte van andere Groningse gemeenten. De hoogste online afvloeiingscijfers zijn te vinden in de artikelgroepen 'Mode', 'Media en hobby' en 'Elektronica' (zie ook tabel 3.2).

Tabel 3.2: Online afvloeiing per artikelgroep

Artikelgroep	Provincie Groningen	Gemeente Het Hogeland
Dagelijkse boodschappen	3%	4%
Mode	35%	38%
Huishoudelijke artikelen	19%	19%
Sport- en spel artikelen	26%	26%
Media en hobby artikelen	41%	43%
Tuinartikelen en planten	4%	3%
Elektronica	46%	48%
Doe-het-zelf artikelen	5%	5%
Woninginrichting	20%	23%

Bron: Koopstromenonderzoek Provincie Groningen (BRDG Advies en I&O Research, 2023)

Bezoekpatronen

⁵ Koopstromenonderzoek Provincie Groningen (BRDG Advies en I&O Research, 2023)

In Het Hogeland hebben consumenten verschillende redenen om de winkelgebieden te bezoeken. Redenen die het vaakst genoemd worden zijn nabijheid van het winkelgebied, de omvang en kwaliteit van het winkelaanbod, de aanwezigheid van bepaalde winkels, de bereikbaarheid per auto en voldoende parkeermogelijkheden.

Provincie-breed ligt het aandeel consumenten dat ergens in de provincie minimaal één keer per week boodschappen doet in bijna alle gevallen (ruim) boven de 90%. De boodschappencentra (één of meer supermarkten en enkele aanvullende winkels) zijn de gebieden waar het grootste aandeel van de consumenten kort verblijft. In de boodschappencentra verblijven consumenten in de meeste gevallen maximaal een half uur. Tabel 3.3 geeft voor de centra van Winsum, Bedum, Uithuizen en Leens en Het Aanleg de verblijfsduur weer.

Tabel 3.3: Verblijfsduur per winkelgebied

Winkelgebied	0-30 minuten	30-60 minuten	1-2 uur	2-4 uur	>4 uur
Winsum centrum	46%	42%	12%	0%	0%
Bedum centrum	68%	28%	3%	1%	0%
Uithuizen centrum	38%	40%	21%	1%	0%
Leens centrum	61%	34%	5%	0%	0%
Winsum Het Aanleg	57%	36%	6%	1%	0%

Bron: Koopstromenonderzoek Provincie Groningen (BRDG Advies en I&O Research, 2023)

Qua combinatiebezoeken komt naar voren dat zeker in de kleinere kernen met een modisch aanbod, veruit het grootste deel van de consumenten een kledingaankoop combineert met een supermarktbezoek. In grotere kernen is deze relatie veel minder sterk. Hieruit blijkt het belang van supermarkten voor centrumgebieden.

Ontwikkelingen per branche

In enkele (hoofd)branches zien we ontwikkelingen die directe of indirecte invloed hebben op de bestaande winkelstructuur. Diverse branches hebben te maken met schaalvergroting (zie paragraaf over schaalvergroting); supermarkten, modewinkels en fietsenzaken zijn slechts enkele voorbeelden. Ook in Het Hogeland is de schaalvergroting (beperkt) zichtbaar. Voornamelijk winkels in 'In/Om Huis' zijn de afgelopen vijf jaar gegroeid qua oppervlakte.

Supermarkten hebben daarnaast te maken gehad met een saneringsslag, waarbij diverse kleine formules zijn verdwenen en waarbij sommige formules met elkaar fuseerden. Ook flitsbezorging en online supermarkten hebben impact op de huidige supermarktstructuur.

Andere sectoren die veel concurrentie ervaren van online spelers zijn de modesector en winkels in 'Sport & Spel' en 'Bruin & Witgoed'. Het recreatieve winkelen staat al enkele jaren onder druk, mede door de nog steeds groeiende online markt. Voor fietsenzaken blijft het belang van een fysieke winkel bestaan; consumenten maken graag een proefrit, ze willen de maatvoering van de fiets bekijken en het is wenselijk om een werkplaats te hebben waar klanten terecht kunnen voor reparaties. Een andere ontwikkeling binnen de fietsenbranche is de extreme toename van de verkoop van e-bikes.

Kringloopwinkels zien de afgelopen jaren hun klandizie stijgen, maar ook de concurrentie van online spelers blijft bestaan. Kringloopwinkels zijn zich in de loop der tijd steeds vaker op perifere locaties gaan vestigen, mede door de behoefte aan ruimte voor de uitstalling van goederen en om spullen te sorteren.

Toegankelijkheid per auto

Uit het Koopstromenonderzoek Provincie Groningen⁵ blijkt dat in veel gevallen de meerderheid van de consumenten met de auto naar de winkelgebieden komt. Dit komt in de categorie dagelijkse aankopen duidelijk naar voren, maar ook in de recreatieve en voornamelijk doelgerichte sector is het gebruik van de auto erg dominant. Tabel 3.4 geeft inzicht in het vervoermiddelgebruik van consumenten. In de centra van Winsum en Bedum is een afwijkend beeld te zien; hier is de dominantie van de auto minder sterk aanwezig. In de overige weergegeven winkelgebieden ligt het percentage consumenten dat met de auto komt boven de 70%.

Tabel 3.4: Vervoermiddelgebruik per winkelgebied

	Te voet	Fiets	Auto	Bus	Trein	Auto + OV	Overig
Winsum centrum	10%	42%	45%	0%	0%	0%	3%
Bedum centrum	12%	48%	36%	0%	0%	0%	4%
Uithuizen centrum	5%	20%	73%	0%	0%	0%	2%
Leens centrum	6%	21%	72%	0%	0%	0%	0%
Winsum Het Aanleg	2%	25%	72%	1%	0%	0%	0%

Bron: Koopstromenonderzoek Provincie Groningen (BRDG Advies en I&O Research, 2023)

Het feit dat consumenten nog steeds vaak de auto gebruiken om aankopen te doen, maakt dat de toegankelijkheid per auto een belangrijk thema blijft. Juist bij de ontwikkeling van toenemende oppervlaktes zijn winkels gebaat bij een optimale bereikbaarheid, toegankelijkheid en voldoende parkeergelegenheid. Om volumineuze goederen gemakkelijk in te laden is een parkeerterrein dicht bij de entrees wenselijk.

4 Relevant beleid

De gemeente moet goede ruimtelijke argumenten hebben om haar keus voor het wel of niet toestaan van perifere en/of grootschalige detailhandel te onderbouwen. De Europese Dienstenrichtlijn, de Ladder voor Duurzame Verstedelijking en het provinciale beleid vereisen dat dit soort zaken overwogen worden gedaan en dat er nagedacht wordt over de impact op de ruimtelijke ordening. Hieronder beschrijven we wat de verschillende beleidsstukken inhouden en waar op gelet dient te worden.

4.1 Europese Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn is in 2006 door het Europees Parlement en Raad van de Europese Unie vastgesteld. Op 30 januari 2018 heeft het Europees Hof bevestigd dat de Europese Dienstenrichtlijn van toepassing is op detailhandel. Op basis van deze uitspraak wordt duidelijk dat de Europese Dienstenrichtlijn zich niet verzet tegen het opnemen van een branchebeperking, mits aan alle in artikel 15 lid 3 van de Dienstenrichtlijn genoemde voorwaarden wordt voldaan. Concreet betekent dit dat moet worden voldaan aan drie voorwaarden: het discriminatieverbod, de eis van noodzakelijkheid en de eis van evenredigheid.

- **Non-discriminatie:** Non-discriminatie betekent dat het verboden is om bedrijven of personen te beperken op grond van de nationaliteit.
- **Noodzakelijkheid:** Branchebeperkingen zijn alleen mogelijk als er algemene belangen zijn die worden gediend. Algemene belangen kunnen belangen zijn t.a.v. milieu, volksgezondheid of openbare veiligheid. Onder milieu wordt ook het stedelijk milieu of de ruimtelijke ordening gevat.
- **Evenredigheid:** Een verbod/regeling moet evenredig zijn tot het doel. Als het probleem op een andere manier kan worden opgelost door het nemen van bepaalde maatregelen, dan kan een algeheel verbod op vestiging van (een bepaalde vorm van) detailhandel op een bepaalde plek te zwaar zijn.

4.2 Ladder voor Duurzame Verstedelijking

In 2012 is het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) gewijzigd en is hier de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' aan toegevoegd. Per 1 juli 2017 is de Ladder gewijzigd en zijn de drie treden van de Ladder losgelaten. Artikel 3.1.6. lid 2 van het Bro luidt als volgt:

“De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.”

Doel van de Ladder is zorgvuldig en duurzaam ruimtegebruik, met oog voor toekomstige ruimtebehoefte en ontwikkelingen in de omgeving. Gemeenten moeten plannen die een nieuwe stedelijke ontwikkelingen mogelijk maken, motiveren volgens de Ladder. Daarbij wordt beoordeeld of er behoefte is aan de nieuwe stedelijke ontwikkeling en of het gaat om stedelijk gebied (stedelijk gebied = “bestaand stedenbouwkundig samenstel van bebouwing

ten behoeve van wonen, dienstverlening, bedrijvigheid, detailhandel of horeca, alsmede de daarbij behorende openbare of sociaal culturele voorzieningen, stedelijk groen en infrastructuur”).

Als een plangebied in bestaand stedelijk gebied ligt en de stedelijke ontwikkeling in een behoefte voorziet, dan wordt voldaan aan de Ladder. Voor ontwikkelingen buiten bestaand stedelijk gebied is een extra motivering vereist.

4.3 Provinciaal beleid

Uit de Omgevingsvisie⁶ van de Provincie Groningen komt naar voren dat de provincie in wil zetten op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Dit doen ze door de positie van de kernwinkelgebieden te versterken en perifere vestigingen te beperken. Over de locatie van detailhandel wordt het volgende gezegd:

“De detailhandel dient in bestaande winkelgebieden gevestigd te worden, tenzij in een gemeentelijke detailhandelsvisie anders is bepaald. Detailhandel op perifere locaties is alleen toegestaan als deze moeilijk ruimtelijk inpasbaar is binnen bestaande winkelgebieden vanwege het volume van goederen of veiligheidseisen.”

Gemeenten dienen zorgvuldig om te gaan met de inkrimping, uitbreiding en branchering van perifere detailhandelslocaties. Eventueel nieuwe ontwikkelingen moeten passen binnen de detailhandelsvisies. De verdere invulling van het beleid ten aanzien van uitbreiding en branchering van perifere detailhandel laat de provincie over aan de gemeenten.

⁶ Geconsolideerde omgevingsvisie (Provincie Groningen, juni 2022)

5 Ruimtelijke (winkel)structuur Het Hogeland

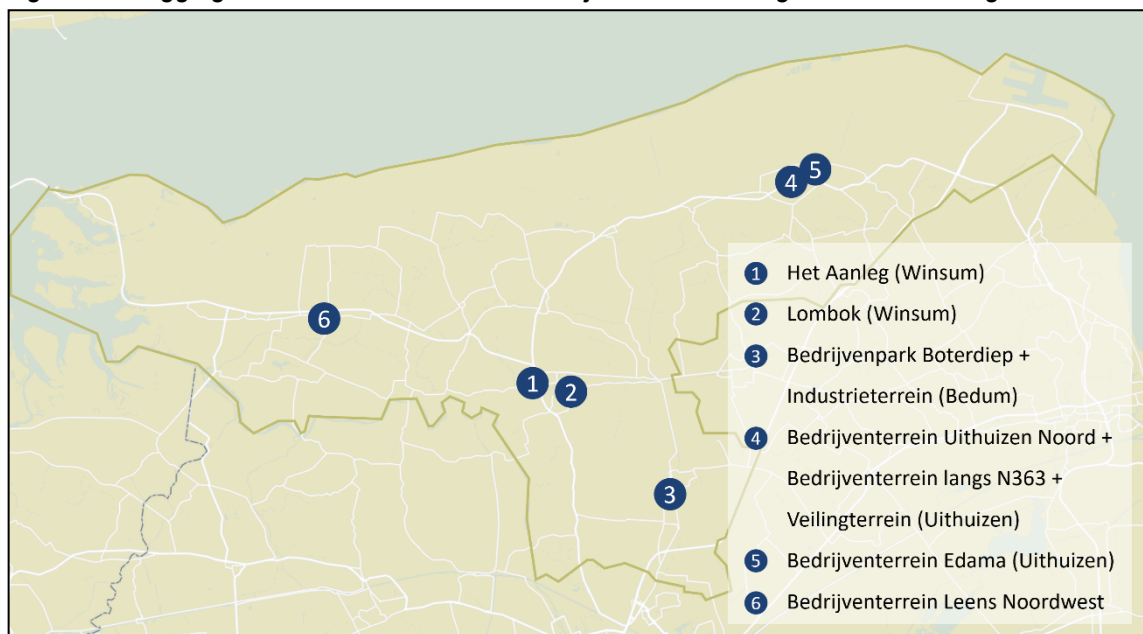
5.1 Perifere detailhandelslocaties en bedrijventerreinen

In het kader van de gemeentelijke subsidieregeling centrumplannen zijn er voor de plaatsen Winsum, Bedum, Uithuizen en Leens kernwinkelgebieden aangewezen. Naast deze vier kernwinkelgebieden zijn er ook meerdere kleinere centrumgebieden in gemeente Het Hogeland, zoals in Uithuizermeeden, Warffum, Eenrum, Baflo en Zoutkamp. Naast de reguliere centrumgebieden - met de nadruk primair op dagelijkse goederen en op mode - bestaan er ook perifere detailhandelslocaties en bedrijventerreinen. Deze liggen buiten de centrumgebieden en hebben vaak een grootschalige opzet. De grootste PDV/GDV-locaties en/of bedrijventerreinen in gemeente Het Hogeland zijn:

- Het Aanleg (Winsum)
- Lombok (Winsum)
- Bedrijvenpark Boterdiep + industrieterrein (Bedum)
- Bedrijventerrein Uithuizen Noord + Bedrijventerrein langs N363 + Veilingterrein (Uithuizen)
- Bedrijventerrein Edama (Uithuizen)
- Bedrijventerrein Leens Noordwest (Leens)

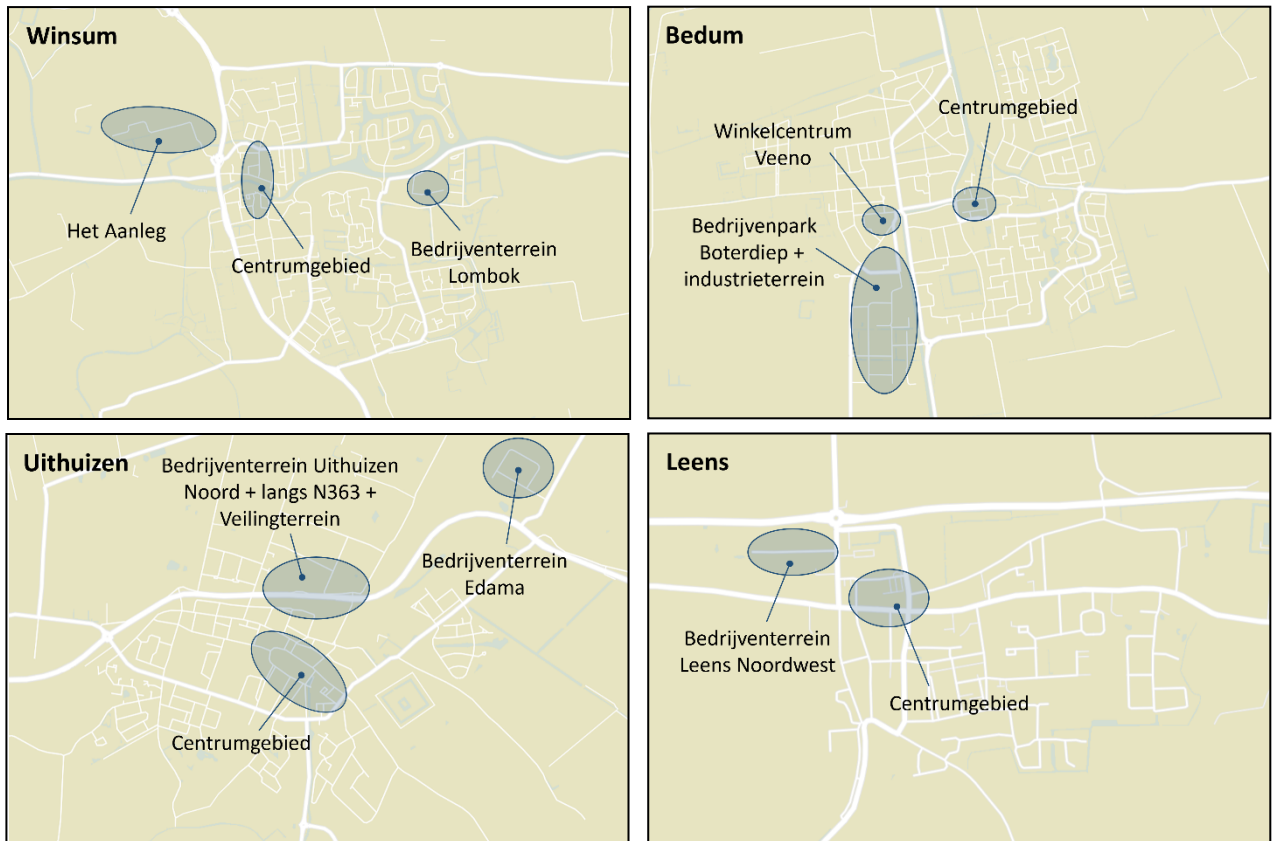
Figuur 5.1 en 5.2 tonen de ligging van de diverse PDV/GDV-locaties, bedrijventerreinen en centrumgebieden in de gemeente.

Figuur 5.1: Ligging PDV/GDV-locaties en/of bedrijventerreinen in gemeente Het Hogeland



Bron: BRDG Advies

Figuur 5.2: Ruimtelijke structuur per kern



Bron: BRDG Advies

5.2 Toelichting

Het Aanleg (Winsum): Officieel gezien is Het Aanleg de enige locatie binnen gemeente Het Hogeland die als ‘grootschalige concentratie’ wordt aangemerkt. Een grootschalige concentratie is een concentratie van vijf of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddelde winkelvloeroppervlakte per winkel van minimaal 500 m². Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn⁷. Het Aanleg voldoet aan deze classificatie. Er zijn diverse grootschalige winkels in de groepen ‘In/Om Huis’ en ‘Detailhandel Overig’ aanwezig, zoals een bouwmarkt, meerdere winkels in tuinartikelen en twee kringloopwinkels. Overige aanwezige functies op Het Aanleg zijn onder andere garagebedrijven, een sportschool en autowasstraat. Opvallend is dat hier ook een computerwinkel gevestigd is.

Lombok (Winsum): Lombok is een kleinschalig woon/werk gebied en omvat enkele garagebedrijven, een fietsenwinkel en een schoonheidssalon.

Bedrijvenpark Boterdiep + industrieterrein (Bedum): Bedrijvenpark Boterdiep is het enige grootschalig opgezette bedrijventerrein van Bedum en omvat de Industrieweg, de Verbindingsweg en de Noordwolderweg. Het is een breed algemeen bedrijventerrein, met een relatief grote variëteit aan bedrijven. Binnen de detailhandel zijn er enkele fietsenzaken, een tuin- en dierenwinkel en een houthandel aanwezig op het bedrijventerrein.

⁷ Beschrijving Verkooppunt Verkenner (Locatus, 2021)

Bedrijventerrein Uithuizen Noord + Bedrijventerrein langs N363 + Veilingterrein (Uithuizen): De bedrijvigheid in het noorden van Uithuizen bestaat uit bedrijven langs voornamelijk de Industrierweg. Qua detailhandel zijn hier een kringloopwinkel, woonwinkel en keuken-/badkamerzaak aanwezig. Daarnaast zitten er op het bedrijventerrein een garagebedrijf en autowasstraat. Aan de Talmaweg zijn nog een grote bouw- en tuinmarkt en een garagebedrijf gevestigd.

Bedrijventerrein Edama (Uithuizen): Ten noordoosten van Uithuizen ligt nog het kleine bedrijventerrein Edama. Hier zijn enkele autobedrijven (garage, sloperij en schadeherstel) en een winkel in tuinmachines gevestigd.

Bedrijventerrein Leens Noordwest (Leens): Op het kleinschalige bedrijventerrein in Leens, aan de Nijverheidsweg, zijn twee garagebedrijven, een bouwmarkt en een autowasstraat gevestigd.

6 Huidige aanbodstructuur Het Hogeland

In dit hoofdstuk geven we het detailhandelsaanbod weer voor gemeente Het Hogeland. We doen dit voor de totale gemeente, de vier grootste kernen afzonderlijk en de overige kleinere dorpen gezamenlijk. Onder detailhandel verstaan we de groepen 'Dagelijks', 'Mode & Luxe', 'Vrije Tijd', 'In/Om Huis', 'Detailhandel Overig' en 'Leegstand'⁸.

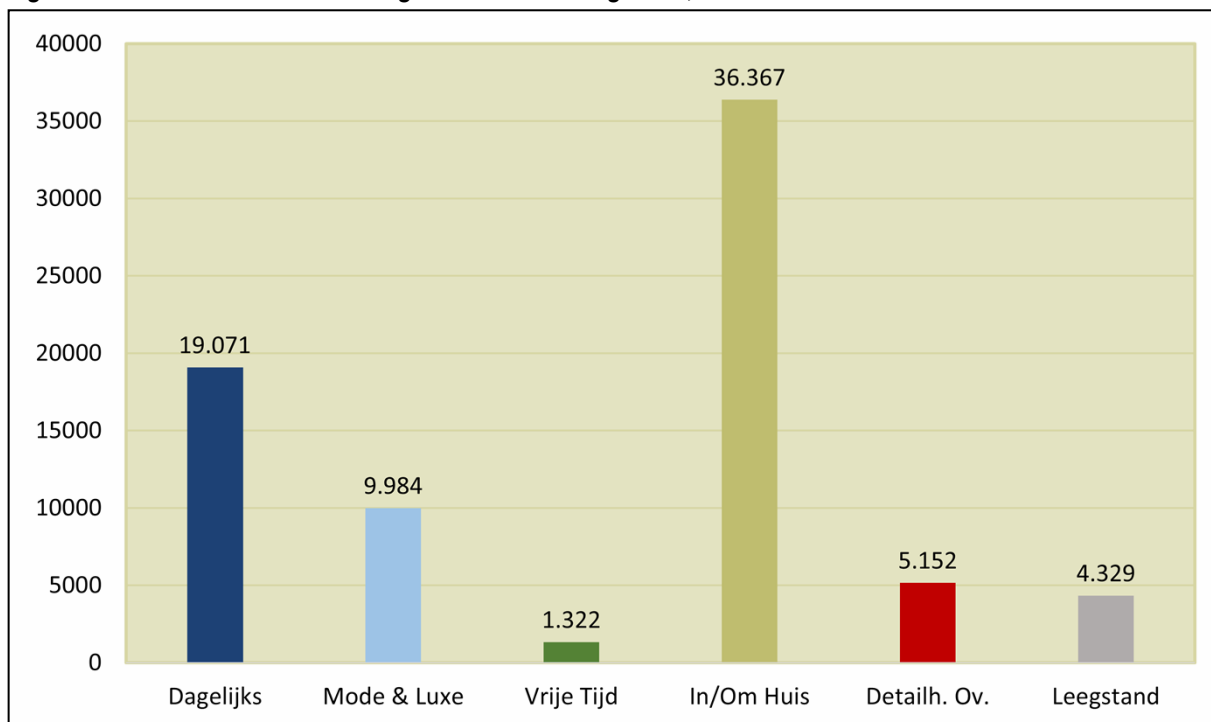
6.1 Gemeente Het Hogeland

In gemeente Het Hogeland is in totaal 76.225 m² winkelvloeroppervlak (WVO) in de detailhandel aanwezig, inclusief leegstand. De detailhandelsmeters zijn verdeeld over in totaal 211 verkooppunten (VKP). Figuur 6.1 en 6.2 op de volgende pagina geven per groep het aantal meters en het aantal verkooppunten weer.

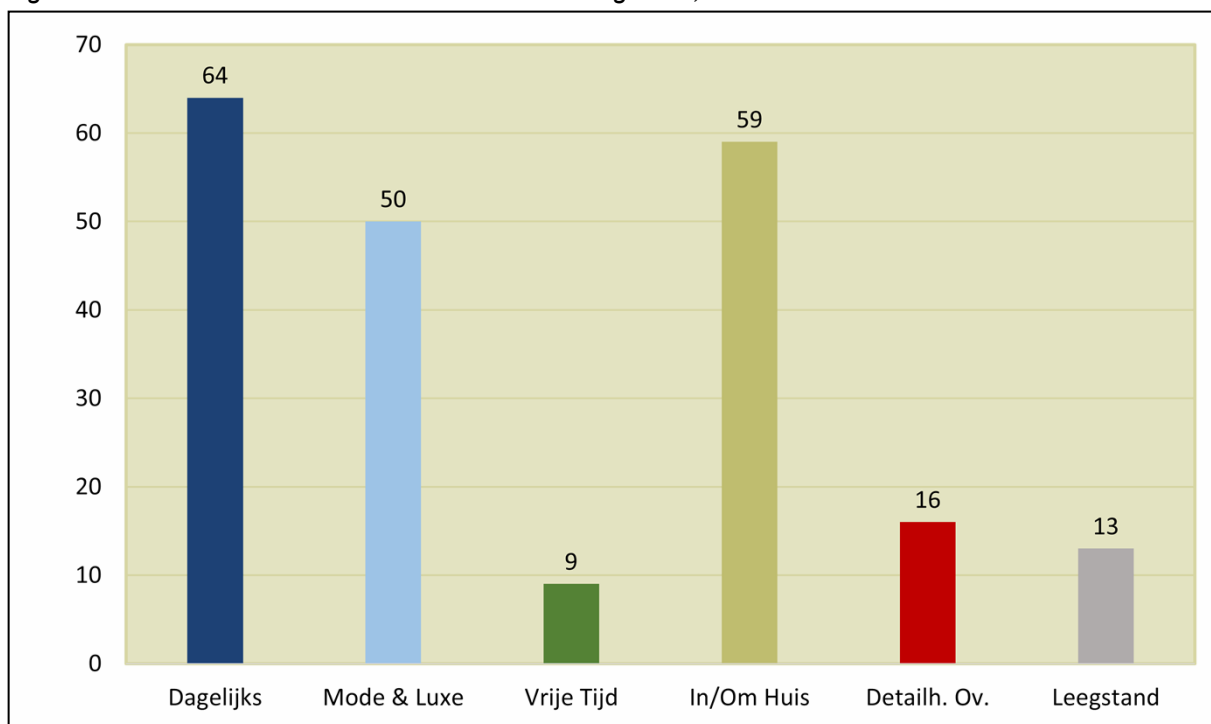
Op basis van het aantal winkelmeters is de groep 'In/Om Huis' veruit het grootst met bijna de helft van het totale aantal meters. De groepen 'Dagelijks' en 'Mode & Luxe' volgen op ruime afstand met respectievelijk circa 19.000 en 10.000 m² WVO. Wanneer we kijken naar het aantal verkooppunten, valt op dat de groep 'In/Om Huis' niet het grootste aantal verkooppunten heeft. 'Dagelijks' is met 64 verkooppunten het grootst. 'In/Om Huis' en 'Mode & Luxe' volgen met respectievelijk 59 en 50 verkooppunten. Uit bovenstaande cijfers wordt het grootschalige karakter van de winkels in de 'In/Om Huis' sector duidelijk. Voorbeelden van dit type winkel zijn tuincentra, elektronicazaken, fietsenwinkels, bouwmarkten en meubelzaken. Vaak (maar zeker niet altijd) verkopen deze winkels volumineuze goederen of is een groot winkelpand noodzakelijk om goed te kunnen functioneren.

⁸ Zie hoofdstuk 2 voor een uitgebreid overzicht van de groepen, hoofdbranches en branches.

Figuur 6.1: Detailhandelsaanbod gemeente Het Hogeland, in m² WVO



Figuur 6.2: Detailhandelsaanbod Gemeente Het Hogeland, in aantal VKP



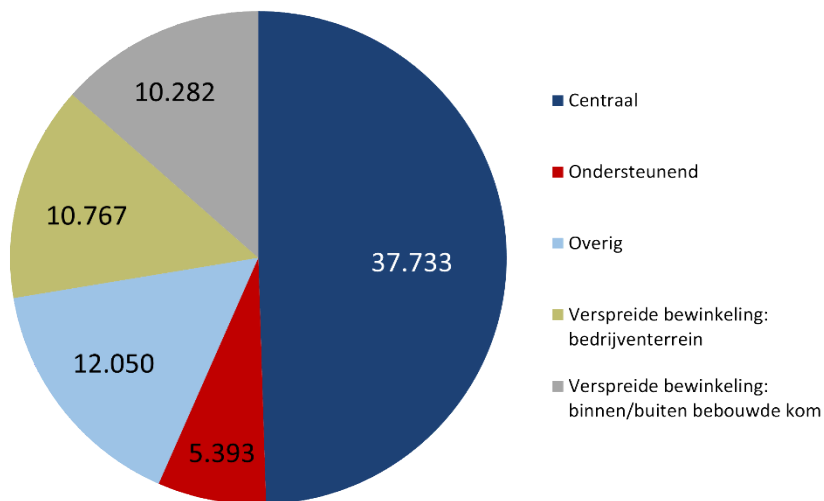
6.1.1 Verdeling detailhandelsaanbod (per winkelgebiedshoofdtype)

Figuur 6.3 geeft opnieuw het detailhandelsaanbod in de gemeente weer⁹, maar dan op basis van het winkelgebiedshoofdtype⁷. Daarbij maken we onderscheid tussen vier categorieën:

- **Centraal**; Het totale aanbod in de centrumgebieden van de grootste kernen in gemeente Het Hogeland. Het gaat om de centra van Baflo, Bedum, Eenrum, Leens, Uithuizen, Uithuizemeeden, Warffum, Winsum en Zoutkamp.
- **Ondersteunend**; Het totale aanbod in de ondersteunende winkelgebieden (o.a. wijkcentra en buurtcentra) in gemeente Het Hogeland. Het gaat om Veen in Bedum en Obergon in Winsum¹⁰.
- **Overig / grootschalige concentratie**; Het totale aanbod in de overige geclusterde bewinkeling in gemeente Het Hogeland. Het gaat om de grootschalige concentratie Het Aanleg in Winsum.
- **Verspreide bewinkeling**; Het totale aanbod in gemeente Het Hogeland dat niet of slechts beperkt is geclusterd. De verspreide bewinkeling splitsen we uit in twee categorieën:
 - **Bedrijventerrein**; Het totale aanbod op de aanwezige bedrijventerreinen in gemeente Het Hogeland. Het gaat om onder andere bedrijventerrein Lombok, bedrijventerrein Boterdiep en bedrijventerrein Uithuizen Noord.
 - **Binnen/buiten bebouwde kom**; Het totale aanbod op overige niet-geclusterde locaties in gemeente Het Hogeland.

Van het totale aanbod aan detailhandel in de gemeente ligt ruim 56% in de centra van de kernen of in een ondersteunend winkelgebied (bijv. wijkcentrum). Bijna 16% is aanwezig op Het Aanleg in Winsum.

Figuur 6.3: Verdeling detailhandelsmeters, in m² WVO



⁹ NB. We geven hier het detailhandelsaanbod weer, dus garagebedrijven, dienstverleners, horecazaken et cetera worden niet meegeteld in het aanbod.

¹⁰ Hoewel Obergon door Locatus als ondersteunend winkelgebied wordt gezien, wordt Obergon door de gemeente wel officieel bij het kernwinkelgebied gerekend.

6.1.2 Verdeling detailhandelsaanbod (over kernen in de gemeente)

Tabel 6.1 geeft de verdeling weer van het detailhandelsaanbod over de verschillende kernen in gemeente Het Hogeland. Duidelijk wordt dat Winsum, Bedum en Uithuizen veruit de meeste detailhandelsmeters en verkooppunten hebben. Samen zijn ze goed voor circa 68% (o.b.v. WVO) en 65% (o.b.v. VKP) van het totale detailhandelsaanbod in de gemeente. Ruim 8% van het totale aanbod ligt in Leens en het overige kwart is te vinden in een van de andere dorpen in de gemeente.

Tabel 6.1: Verdeling detailhandelsaanbod over de kernen in gemeente Het Hogeland

Plaats	Absoluut		Procentueel	
	m ² WVO	# VKP	m ² WVO	# VKP
Winsum	18.987	49	24,9%	23,2%
Bedum	13.461	44	17,7%	20,9%
Uithuizen	19.219	43	25,2%	20,4%
Leens	6.589	17	8,6%	8,1%
Overige dorpen ¹¹	17.969	58	23,6%	27,5%
Totaal	76.225	211	100%	100%

In de volgende paragrafen wordt het detailhandelsaanbod per kern verder uiteengezet.

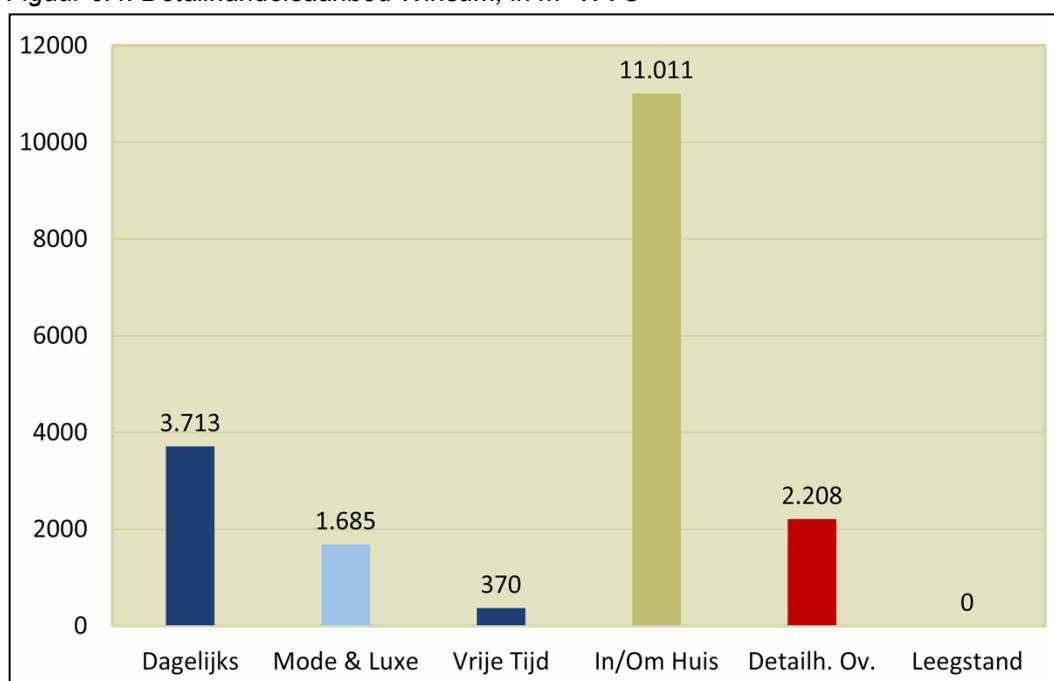
¹¹ Het detailhandelsaanbod in de overige dorpen bestaat uit winkels in Baflo, Den Andel, Eenrum, Houwerzijl, Kloosterburen, Lauwersoog, Onderdendam, Pieterburen, Roodeschool, Sauwerd, Uithuizemeeden, Ulrum, Usquert, Vierhuizen, Warffum, Zandeweer, Zoutkamp en Zuidwolde. In Adorp, Eemshaven, Hornhuizen, Kantens, Niekerk De Marne, Oudeschip, Warfhuizen, Wehe-Den Hoorn, Westernieland en Zuurdijk is geen detailhandelsaanbod aanwezig (enkel aanbod in 'Transport & Brandstof', 'Cultuur & Ontspanning', 'Horeca' en/of 'Diensten').

6.2 Winsum

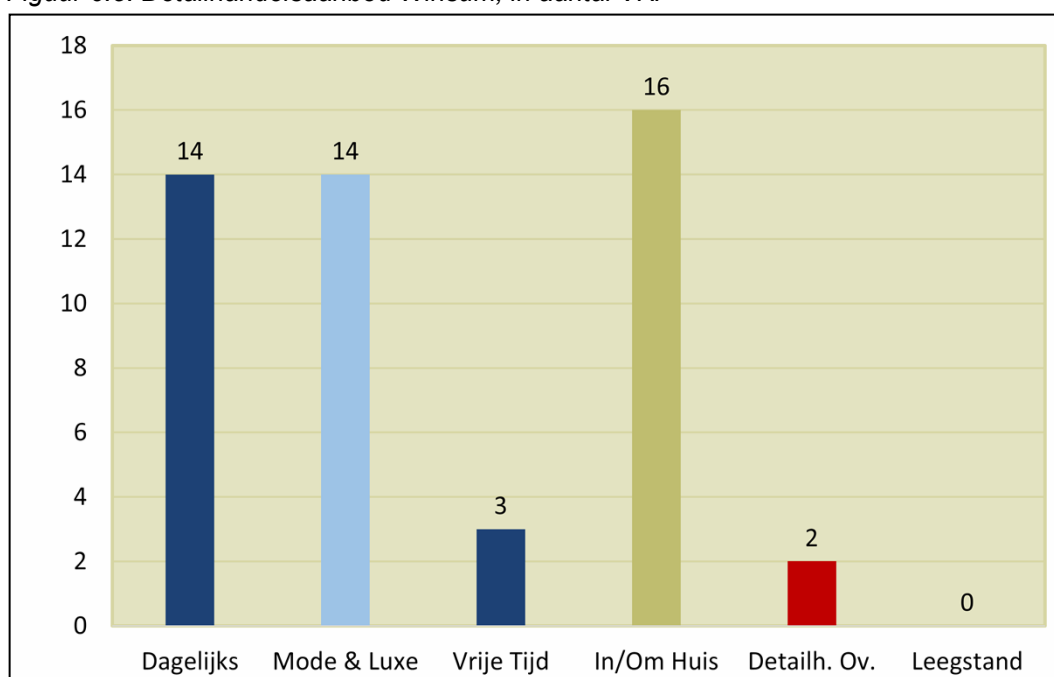
In Winsum is in totaal 18.987 m² WVO in de detailhandel aanwezig, inclusief leegstand. De detailhandelsmeters zijn verdeeld over in totaal 49 verkooppunten. Figuur 6.4 en 6.5 geven per groep het aantal meters en het aantal verkooppunten weer.

Op basis van het aantal winkelmeters is de groep 'In/Om Huis' veruit het grootst. Dit komt door het aanbod op Het Aanleg. De groep 'Dagelijks' volgt op ruime afstand met circa 3.700 m² WVO. Wanneer we kijken naar het aantal verkooppunten, valt op dat de groepen 'Dagelijks', 'Mode & Luxe' en 'In/Om Huis' ongeveer evenveel verkooppunten hebben.

Figuur 6.4: Detailhandelsaanbod Winsum, in m² WVO

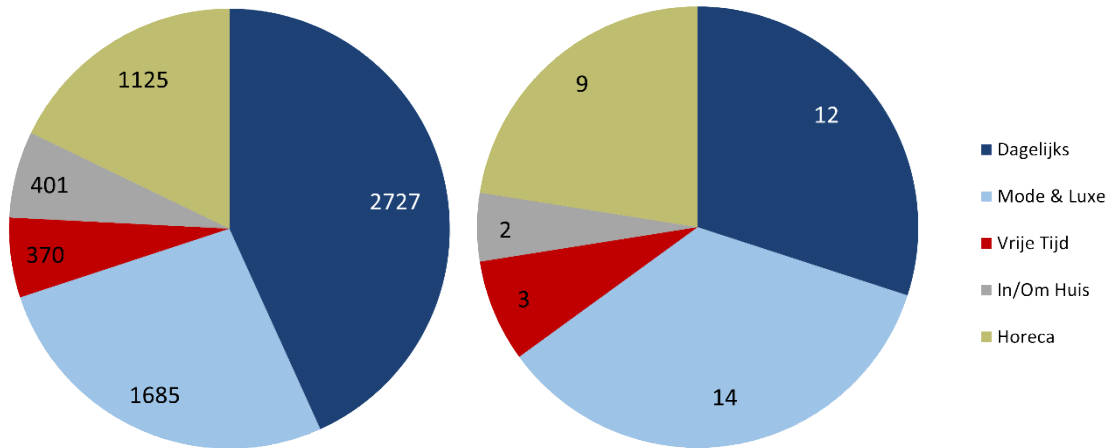


Figuur 6.5: Detailhandelsaanbod Winsum, in aantal VKP



Wanneer we kijken naar het detailhandelsaanbod en horeca aanbod in alleen het centrum van Winsum, zien we dat het grootste deel van het aantal meters en het aantal verkooppunten in de groepen 'Dagelijks' en 'Mode & Luxe' vallen, namelijk circa 70%.

Figuur 6.6: Detailhandelsaanbod en horeca aanbod in centrum Winsum (incl. Obergon), in m² WVO en aantal VKP

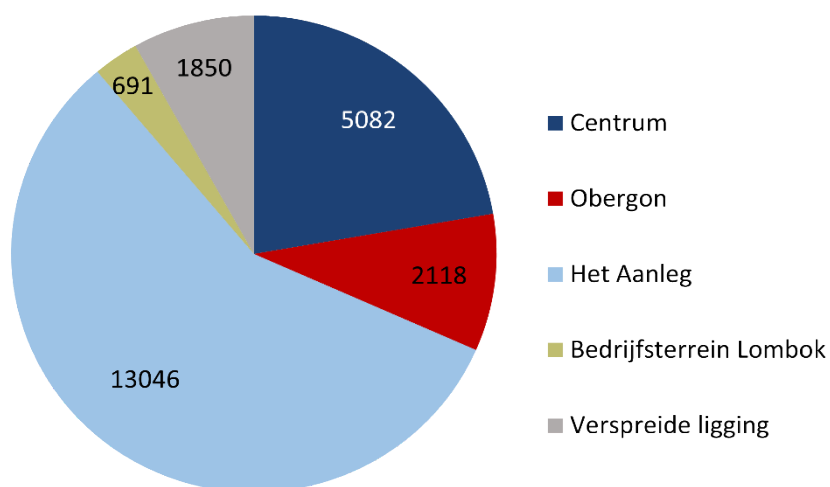


Wanneer we het totale aanbod in Winsum bekijken (dus detailhandelsaanbod én het aanbod binnen de groepen 'Transport & Brandstof', 'Cultuur & Ontspanning', 'Horeca' en 'Diensten') zien we de verdeling van meters zoals weergegeven in figuur 6.7. In Winsum zijn de volgende clusterings van bedrijvigheid te onderscheiden:

- Centrum (kernverzorgend centrum klein)
- Obergon (supermarktcentrum)
- Het Aanleg (grootschalige concentratie)
- Bedrijventerrein Lombok

De overige meters liggen verspreid in het dorp, ofwel binnen de bebouwde kom ofwel buiten de bebouwde kom.

Figuur 6.7: Verdeling bedrijvigheid in Winsum, in m²

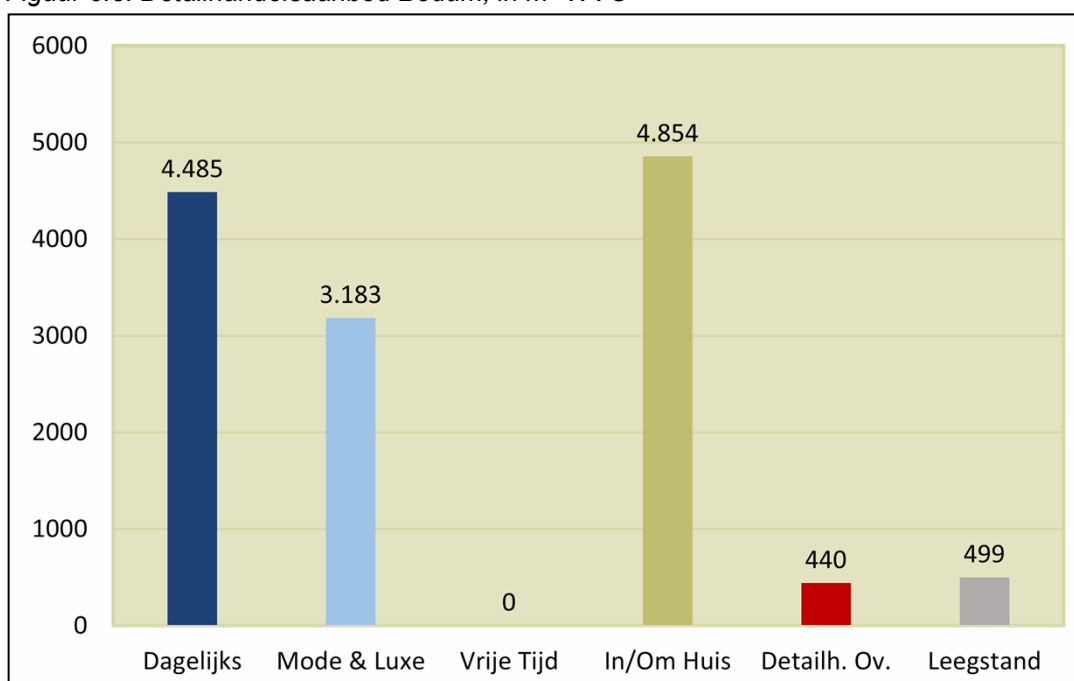


6.3 Bedum

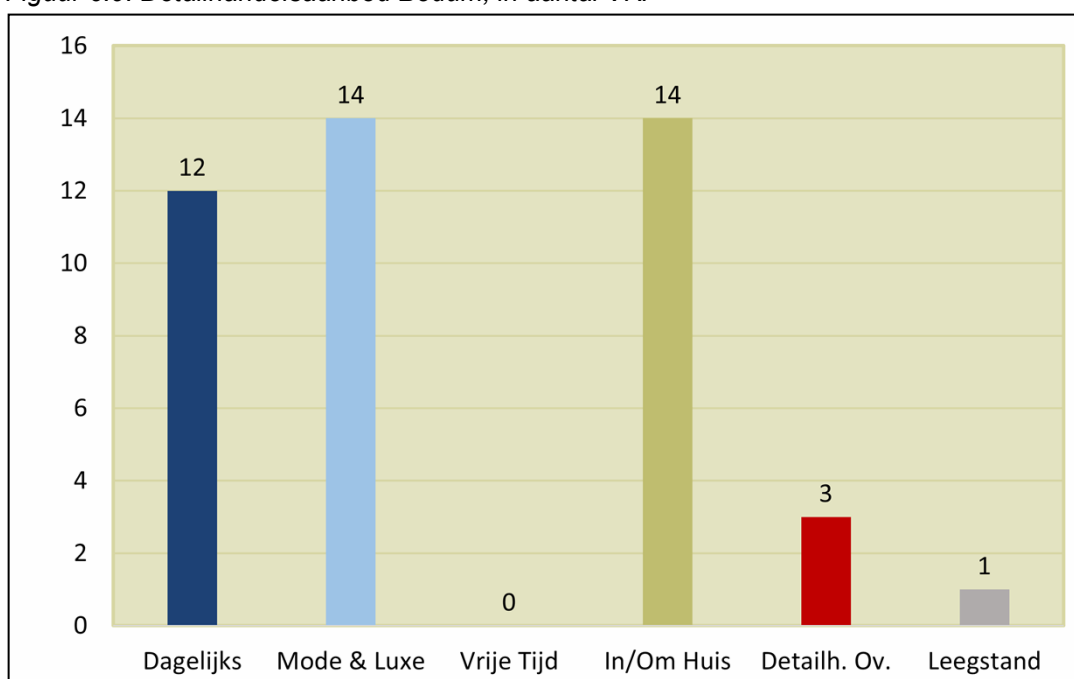
In Bedum is in totaal 13.461 m² WVO in de detailhandel aanwezig, inclusief leegstand. De detailhandelsmeters zijn verdeeld over in totaal 44 verkooppunten. Figuur 6.8 en 6.9 geven per groep het aantal meters en het aantal verkooppunten weer.

Op basis van het aantal winkelmeters zijn de groepen 'Dagelijks' en 'In/Om Huis' het grootst. De groep 'Mode & Luxe' volgt met circa 3.200 m² WVO. Wanneer we kijken naar het aantal verkooppunten, valt op dat de groepen 'Dagelijks', 'Mode & Luxe' en 'In/Om Huis' ongeveer evenveel verkooppunten hebben.

Figuur 6.8: Detailhandelsaanbod Bedum, in m² WVO

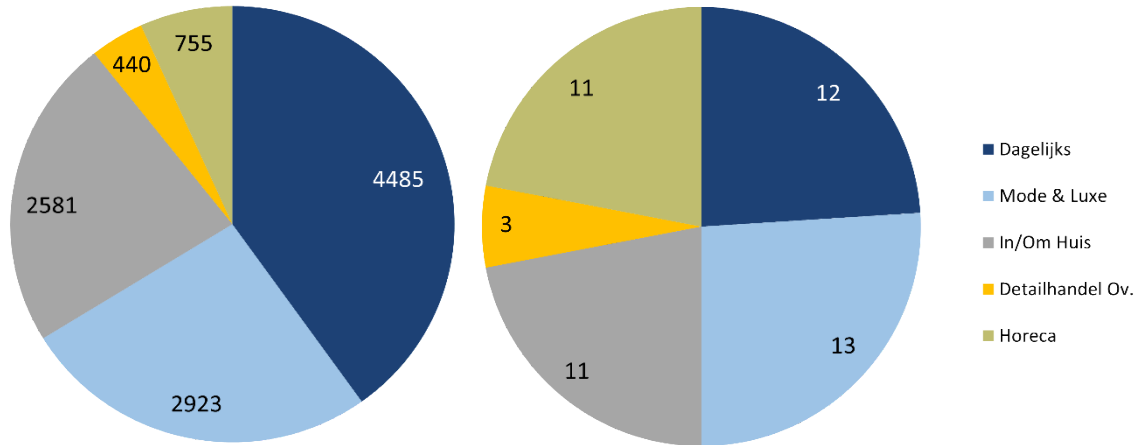


Figuur 6.9: Detailhandelsaanbod Bedum, in aantal VKP



Wanneer we kijken naar het detailhandelsaanbod en horeca aanbod in alleen het centrum van Bedum, zien we dat het grootste deel van het aantal meters in de groepen 'Dagelijks' en 'Mode & Luxe' vallen, namelijk 66%. De helft van het aantal verkooppunten valt in deze groepen.

Figuur 6.10: Detailhandelsaanbod en horeca aanbod in centrum Bedum (incl. Veen en Stationsweg), in m² WVO en aantal VKP

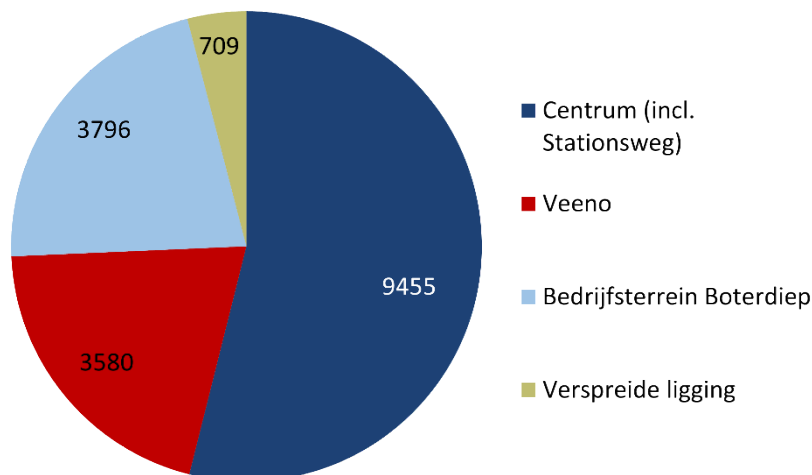


Wanneer we het totale aanbod in Bedum bekijken (dus detailhandelsaanbod én het aanbod binnen de groepen 'Transport & Brandstof', 'Cultuur & Ontspanning', 'Horeca' en 'Diensten') zien we de verdeling van meters zoals weergegeven in figuur 6.11. In Bedum zijn de volgende clusterings van bedrijvigheid te onderscheiden:

- Centrum (kernverzorgend centrum klein)
- Veen (buurtcentrum)
- Bedrijventerrein Boterdiep

De overige meters liggen verspreid in het dorp, ofwel binnen de bebouwde kom ofwel buiten de bebouwde kom.

Figuur 6.11: Verdeling bedrijvigheid in Bedum, in m²

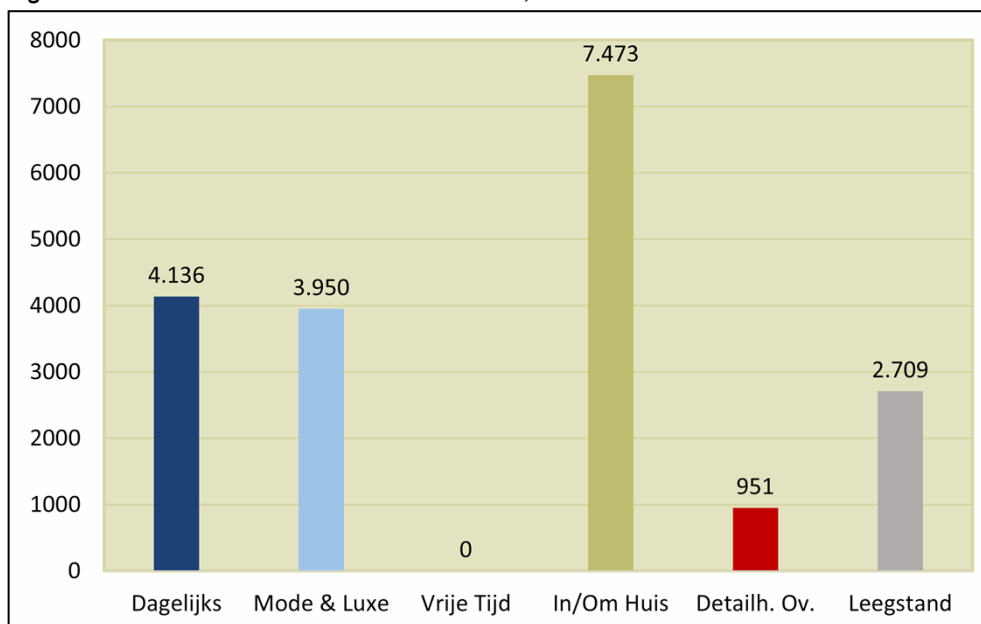


6.4 Uithuizen

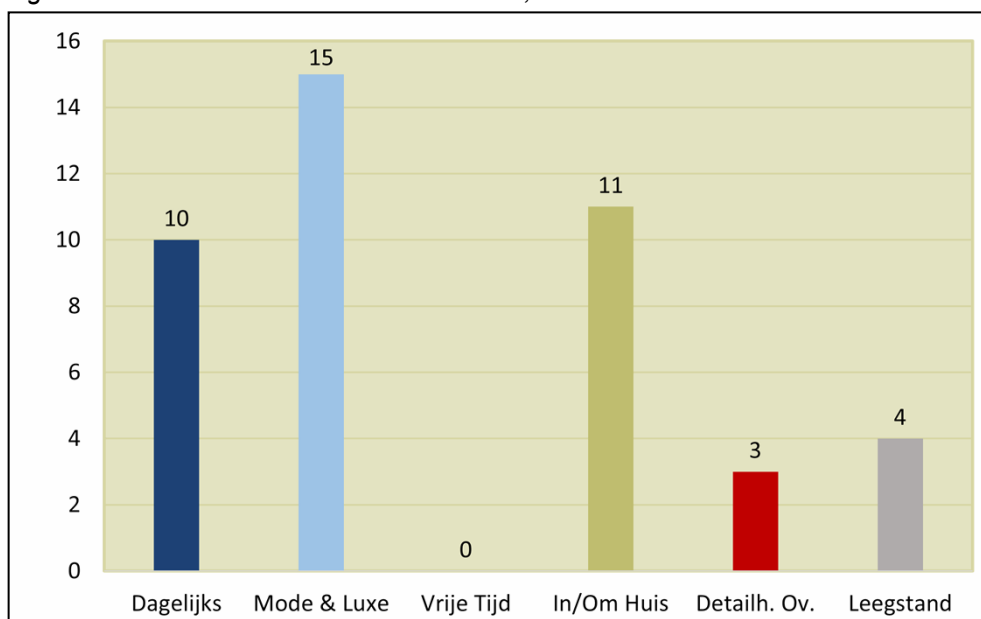
In Uithuizen is in totaal 19.219 m² WVO in de detailhandel aanwezig, inclusief leegstand. De detailhandelsmeters zijn verdeeld over in totaal 43 verkooppunten. Figuur 6.12 en 6.13 geven per groep het aantal meters en het aantal verkooppunten weer.

Op basis van het aantal winkelmeters is de groep 'In/Om Huis' veruit het grootst. De groepen 'Dagelijks' en 'Mode & Luxe' volgen op ruime afstand met respectievelijk circa 4.100 en 4.000 m² WVO. Wanneer we kijken naar het aantal verkooppunten, valt op dat de groep 'Mode & Luxe' de meeste verkooppunten heeft. Het grote aantal leegstaande meters wordt grotendeels verklaard door een groot leegstaand pand aan het Molenerf (2.415 m²). Het betreft tijdelijke leegstand en door geplande ontwikkelingen op het Molenerf zal dit op termijn volledig oplossen.

Figuur 6.12: Detailhandelsaanbod Uithuizen, in m² WVO

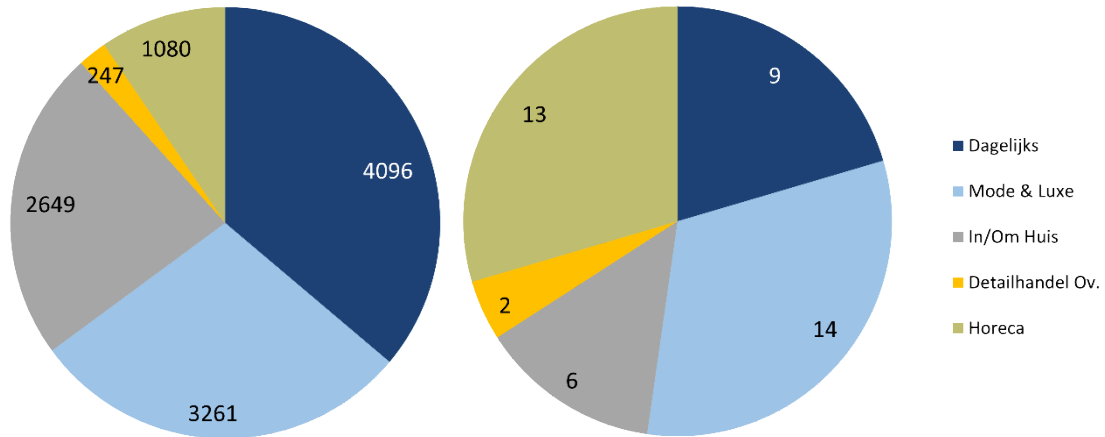


Figuur 6.13: Detailhandelsaanbod Uithuizen, in aantal VKP



Wanneer we kijken naar het detailhandelsaanbod en horeca aanbod in alleen het centrum van Uithuizen, zien we dat ruim de helft van het aantal meters en het aantal verkooppunten in de groepen 'Dagelijks' en 'Mode & Luxe' vallen¹².

Figuur 6.14: Detailhandelsaanbod en horeca aanbod in centrum Uithuizen, in m² WVO en aantal VKP

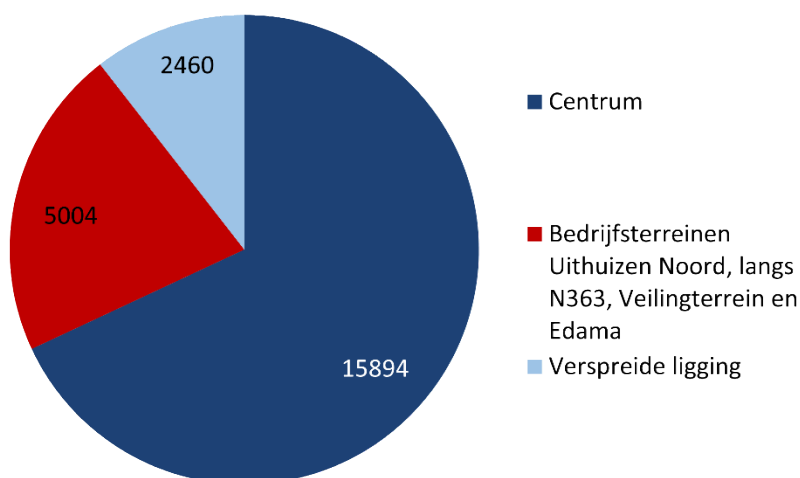


Wanneer we het totale aanbod in Uithuizen bekijken (dus detailhandelsaanbod én het aanbod binnen de groepen 'Transport & Brandstof', 'Cultuur & Ontspanning', 'Horeca' en 'Diensten') zien we de verdeling van meters zoals weergegeven in figuur 6.15. In Uithuizen zijn de volgende clusterings van bedrijvigheid te onderscheiden:

- Centrum (kernverzorgend centrum klein)
- Bedrijfsterreinen Uithuizen Noord, langs N363, Veilingterrein en Edama

De overige meters liggen verspreid in het dorp, ofwel binnen de bebouwde kom ofwel buiten de bebouwde kom.

Figuur 6.15: Verdeling bedrijvigheid in Uithuizen, in m²



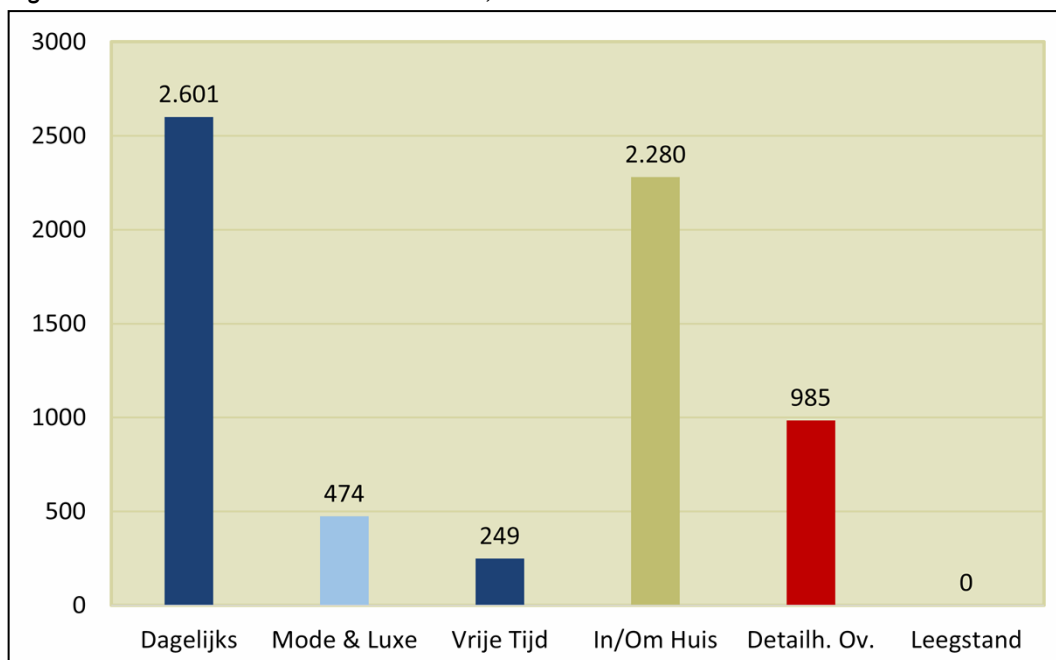
¹² NB. Het aantal meters aan het Molenerf gaat op termijn veranderen door de herstructurering (sloop, nieuwbouw, uitbreiding) van de aanwezige supermarkten.

6.5 Leens

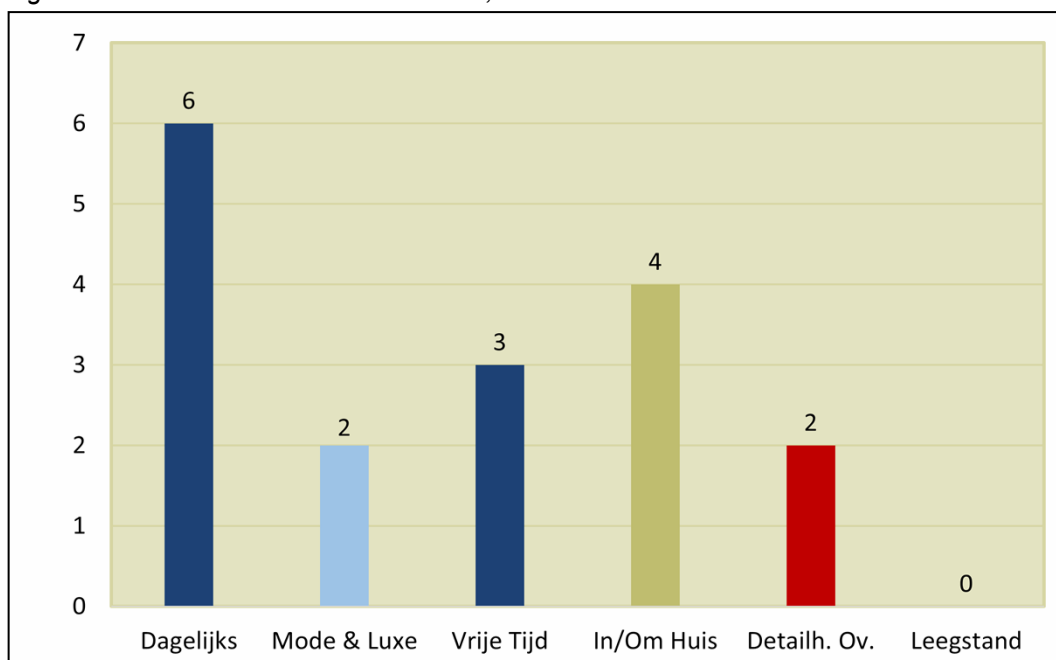
In Leens is in totaal 6.589 m² WVO in de detailhandel aanwezig, inclusief leegstand. De detailhandelsmeters zijn verdeeld over in totaal 17 verkooppunten. Figuur 6.16 en 6.17 geven per groep het aantal meters en het aantal verkooppunten weer.

Op basis van het aantal winkelmeters is de groep 'Dagelijks' het grootst (2.600 m² WVO), gevolgd door de groep 'In/Om Huis' (2.300 m² WVO). Het aantal verkooppunten in Leens is beperkt, maar ook hier zijn de meeste verkooppunten in de groep 'Dagelijks', namelijk 6.

Figuur 6.16: Detailhandelsaanbod Leens, in m² WVO

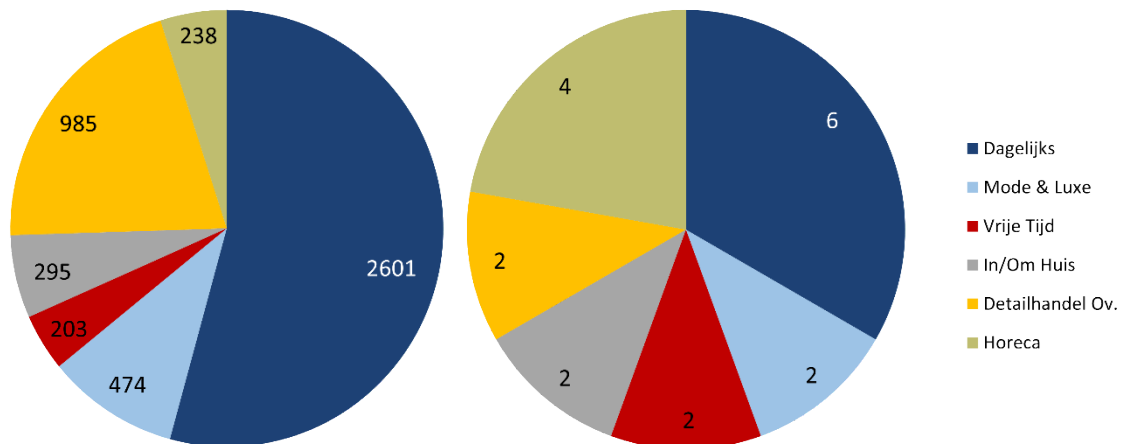


Figuur 6.17: Detailhandelsaanbod Leens, in aantal VKP



Wanneer we kijken naar het detailhandelsaanbod en horeca aanbod in alleen het centrum van Leens, zien we dat het grootste deel van het aantal meters in de groepen 'Dagelijks' en 'Mode & Luxe' vallen, namelijk 64%. Iets minder dan de helft van het aantal verkooppunten valt in deze groepen.

Figuur 6.18: Detailhandelsaanbod en horeca aanbod in centrum Uithuizen, in m² WVO en aantal VKP

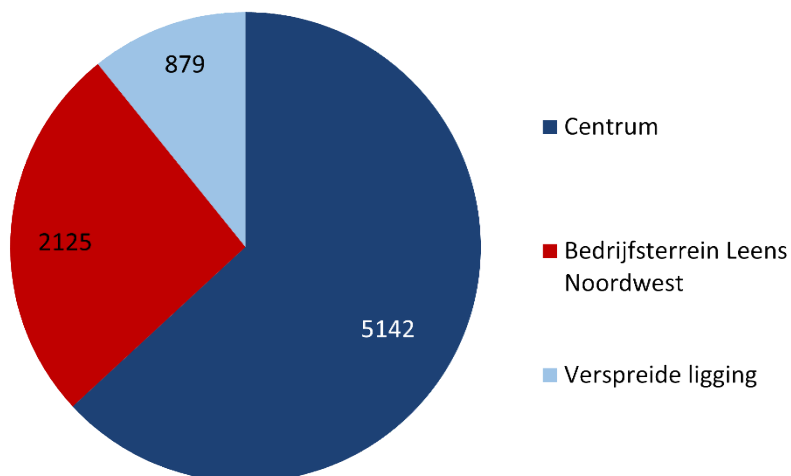


Wanneer we het totale aanbod in Leens bekijken (dus detailhandelsaanbod én het aanbod binnen de groepen 'Transport & Brandstof', 'Cultuur & Ontspanning', 'Horeca' en 'Diensten') zien we de verdeling van meters zoals weergegeven in figuur 6.19. In Leens zijn de volgende clusterings van bedrijvigheid te onderscheiden:

- Centrum (kernverzorgend centrum klein)
- Bedrijfsterrein Leens noordwest

De overige meters liggen verspreid in het dorp, ofwel binnen de bebouwde kom ofwel buiten de bebouwde kom.

Figuur 6.19: Verdeling bedrijvigheid in Leens, in m²

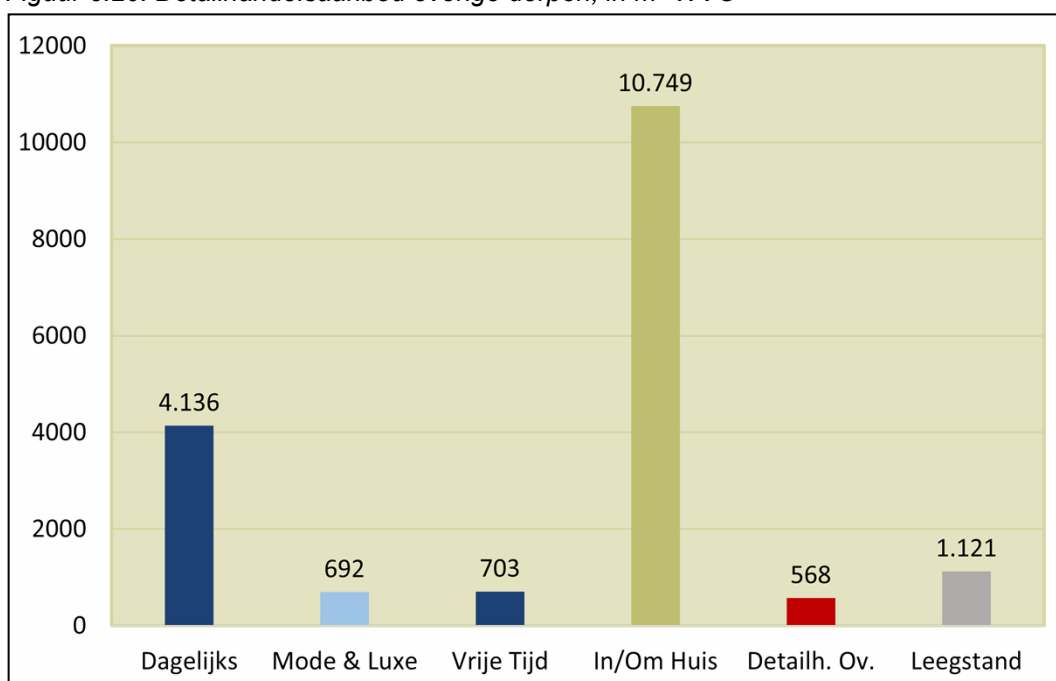


6.6 Overige dorpen

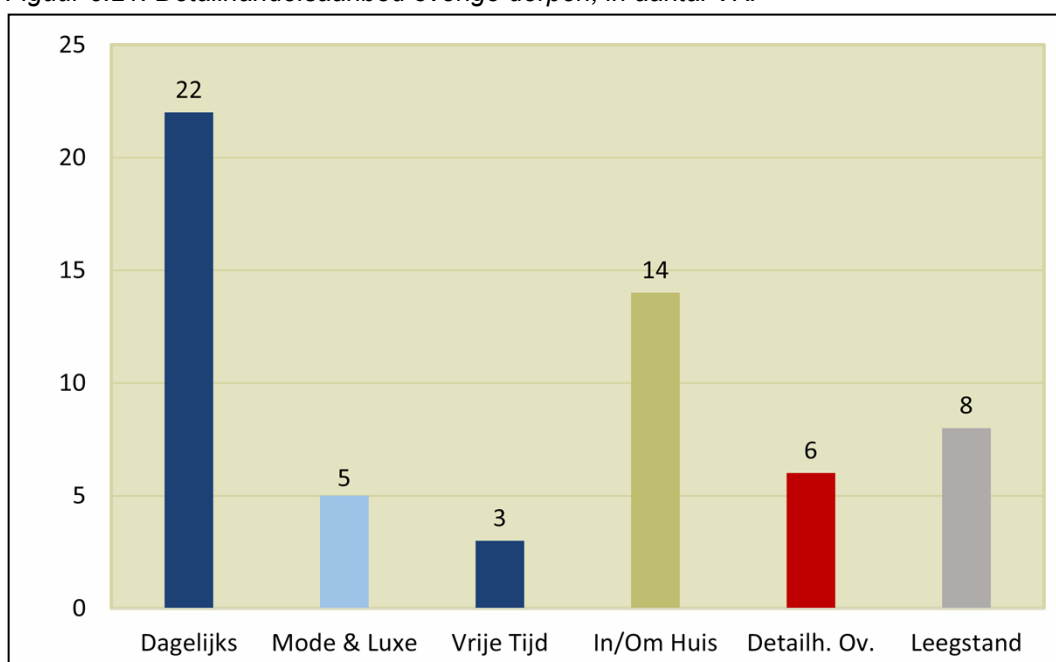
In de overige dorpen is in totaal 17.969 m² WVO in de detailhandel aanwezig, inclusief leegstand. De detailhandelsmeters zijn verdeeld over in totaal 58 verkooppunten. Figuur 6.20 en 6.21 geven per groep het aantal meters en het aantal verkooppunten weer.

Op basis van het aantal winkelmeters is de groep 'In/Om Huis' veruit het grootst. De groep 'Dagelijks' volgt op ruime afstand met circa 4.100 m² WVO. Wanneer we kijken naar het aantal verkooppunten, valt op dat de groep 'Dagelijks' de meeste verkooppunten heeft. Het aantal verkooppunten in de groep 'In/Om Huis' is aanzienlijk minder.

Figuur 6.20: Detailhandelsaanbod overige dorpen, in m² WVO



Figuur 6.21: Detailhandelsaanbod overige dorpen, in aantal VKP



Conclusie aanbodgegevens

De in totaal 76.225 m² WVO in gemeente Het Hogeland ligt grotendeels in de drie grootste kernen. Winsum, Bedum en Uithuizen zijn samen goed voor circa 2/3^e van het totale detailhandelsaanbod. Vanuit de aanbodanalyse valt een aantal dingen op:

- Er is relatief weinig leegstand in de gemeente.
- In Winsum, Bedum en Leens hebben de groepen 'Dagelijks', 'Mode & Luxe' en 'In/Om Huis' veruit het grootste aanbod, zowel in aantal meters als in aantal verkooppunten. In Leens is er een beperkt aanbod in de modische sector. In de overige dorpen in de gemeente bestaat het aanbod hoofdzakelijk uit winkels in de groepen 'Dagelijks' en 'In/Om Huis'.
- In Winsum, Bedum, Uithuizen en Leens bestaat het centrumaanbod (in m² WVO) in alle gevallen voor meer dan de helft uit winkels in de groepen 'Dagelijks' en 'Mode & Luxe'. Hieruit blijkt dat de supermarkten, vers speciaalzaken, drogisterijen en modische winkels een dragende functie hebben voor de centrumgebieden.
- Qua verdeling van de bedrijvigheid in de vier kernen is een divers beeld te zien:
 - In Winsum is het centrum (incl. Obergon) goed voor 7.200 m². Daarnaast is er ruim 13.000 m² aan aanbod te vinden op het Aanleg.
 - Het centrum van Bedum en het Veen zijn samen goed voor driekwart van het totale aantal meters. Het overige kwart is te vinden op voornamelijk het bedrijventerrein.
 - In Uithuizen ligt het overgrote deel van de meters in het centrumgebied. Daarnaast is er nog 5000 m² aanwezig op de bedrijventerreinen en is er nog redelijk wat aanbod met een verspreide ligging.
 - In Leens ligt meer dan de helft van het aantal meters in het centrum en daarnaast is er nog 3.000 m² aanwezig op het bedrijventerrein of op een verspreide locatie.

7 Distributieplanologische analyse

Bij een distributieve berekening gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de:

- **Omzet van winkels** per hoofd van de bevolking;
- Omvang van het verzorgingsgebied (**aantal inwoners**);
- Mate waarin inwoners hun aankopen doen in het betreffende gebied (**koopkrachtbinding**);
- Mate waarin omzet van elders toevloeit (**koopkrachttoevloeiing**).

Aan de aanbodzijde spelen de volgende factoren een rol:

- De omvang van het aanbod (**vierkante meter winkelvloeroppervlak**);
- De benodigde omzet per vierkante meter (**vloerproductiviteit**).

In onderstaande berekeningen gaan we uit van de beschikbare inwonersgegevens van het CBS¹³. De percentages voor de koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing zijn afkomstig uit het recentelijk verschenen Koopstromenonderzoek voor de provincie Groningen¹⁴. Voor de cijfers van omzet per hoofd en vloerproductiviteit is uitgegaan van de meest recente gegevens van onderzoek van Panteia¹⁵, dat op basis van gegevens van Locatus en het CBS deze gegevens jaarlijks verstrekt. De omzetgegevens zijn gecorrigeerd voor het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente. Dit inkomen ligt in gemeente Het Hogeland namelijk iets lager dan het Nederlands gemiddelde. Voor de vloerproductiviteit gaan we uit van het landelijke kengetal, gecorrigeerd met 10%. Bekend is dat in het noorden van het land en bij noordelijke winkelketens de vloerproductiviteit vaak lager ligt door een andere opbouw van de kostenstructuur. Het aantal winkelmeters is afkomstig uit de retail database van Locatus¹⁶.

In onderstaande paragrafen worden de distributieve berekeningen gegeven voor gemeente Het Hogeland en voor de dorpen Winsum, Bedum, Uithuizen en Leens.

NB. Door grote onderlinge verschillen in type winkelgebieden, branches en winkelformules moeten distributieve berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. Een distributieve berekening geeft een indicatie van overbewinkeling of uitbreidingspotenties, maar kan niet exact tot op de vierkante meter berekenen wat economisch haalbaar is. Het gaat om theoretische tekorten of overschotten in de marktruimte.

¹³ Regionale kerncijfers Nederland (CBS Statline, 2023) & Kerncijfers wijken en buurten (CBS Statline, 2022)

¹⁴ Koopstromenonderzoek Provincie Groningen (BRDG Advies en I&O Research, 2023)

¹⁵ Omzetkengetallen 2022 (Panteia, 2023)

¹⁶ Retail Database Benelux (Locatus, juli 2023)

7.1 Gemeente Het Hogeland

Op basis van de omzet per hoofd, het aantal inwoners, de binding en toevloeiing van koopkracht, de vloerproductiviteit en het aanwezige winkelaanbod is er gemeentebreed een 'overschot' aan winkelmeters. Zowel in de dagelijkse, recreatieve als doelgerichte sector zijn meer meters aanwezig dan op basis van bovenstaande factoren verwacht zou worden. Dit theoretische overschot komt voornamelijk in de doelgerichte sector sterk naar voren, met circa 24.000 m² meer oppervlak dan verwacht zou worden.

Wanneer inwoners van gemeente Het Hogeland hun doelgerichte aankopen niet in de eigen gemeente doen, gaan ze voornamelijk naar de gemeente Groningen (31%). Omgekeerd komt de meeste toevloeiing in de doelgerichte sector vanuit de gemeentes Groningen (9%), Eemsdelta (7%) en Westerkwartier (3%).

Gemeente Het Hogeland	Dagelijks	Recreatief	Doelgericht
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.626	€ 937	€ 1.130
Inwoners	48.298	48.298	48.298
Koopkrachtbinding (%)	89%	28%	39%
Omzet verzorgingsgebied	€ 112,3 mln.	12,8 mln.	€ 21.093.593
Toevloeiing koopkracht (%)	10%	13%	21%
Omzet toevloeiing	€ 12,5 mln.	1,9 mln.	€ 5.607.158
Totale omzet	€ 124,7 mln.	14,7 mln.	€ 26.700.751
Vloerproductiviteit	€ 7.223	€ 2.374	€ 1.497
Potentieel winkelaanbod m ²	17.271	6.180	17.831
Aanwezig winkelaanbod m ²	19.071	11.306	41.519
Ruimte/tekort in markt	-1.800	-5.126	-23.687

7.2 Winsum

In Winsum lijken vraag en aanbod in de dagelijkse en recreatieve sector redelijk in evenwicht met elkaar. Beide sectoren laten een beperkte marktruimte zien van circa 800 en 200 m². In de doelgerichte sector is een ander beeld te zien; er zit ongeveer 7.000 m² verschil tussen het aanwezige winkelaanbod en het potentiële winkelaanbod. Dit wordt grotendeels veroorzaakt door de aanwezigheid van diverse grootschalige winkels op PDV-locatie Het Aanleg. Op deze locatie ligt circa 90% van het totale doelgerichte aanbod (o.b.v. m² WVO) in Winsum.

Winsum	Dagelijks	Recreatief	Doelgericht
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.626	€ 937	€ 1.130
Inwoners	7.365	7.365	7.365
Koopkrachtbinding (%)	92%	34%	45%
Omzet verzorgingsgebied	€ 17,7 mln.	€ 2,4 mln.	€ 3,7 mln.
Toevloeiing koopkracht (%)	46%	55%	60%
Omzet toevloeiing	€ 15,1 mln.	€ 2,9 mln.	€ 5,6 mln.
Totale omzet	€ 32,8 mln.	€ 5,2 mln.	€ 9,3 mln.
Vloerproductiviteit	€ 7.223	€ 2.334	€ 1.497
Potentieel winkelaanbod m ²	4.541	2.237	6.240
Aanwezig winkelaanbod m ²	3.713	2.055	13.219
Ruimte/tekort in markt	828	182	-6.979

7.3 Bedum

In Bedum is in alle sectoren een theoretisch 'overschot' aan winkelmeters te zien. In de dagelijkse sector gaat het om een beperkt verschil van 600 m² tussen het aanwezige winkelaanbod en het potentiële winkelaanbod. In de recreatieve en doelgerichte sector gaat het om grotere verschillen van respectievelijk circa 1.600 en 3.700 m².

Bedum	Dagelijks	Recreatief	Doelgericht
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.626	€ 937	€ 1.130
Inwoners	8.840	8.840	8.840
Koopkrachtbinding (%)	89%	29%	17%
Omzet verzorgingsgebied	€ 20,8 mln.	€ 2,4 mln.	€ 1,7 mln.
Toevloeiing koopkracht (%)	26%	37%	30%
Omzet toevloeiing	€ 7,3 mln.	€ 1,4 mln.	€ 0,7 mln.
Totale omzet	€ 28,1 mln.	€ 3,8 mln.	€ 2,4 mln.
Vloerproductiviteit	€ 7.223	€ 2.447	€ 1.498
Potentieel winkelaanbod m ²	3.885	1.536	1.606
Aanwezig winkelaanbod m ²	4.485	3.183	5.294
Ruimte/tekort in markt	-600	-1.647	-3.688

7.4 Uithuizen

In Uithuizen is een soortgelijk beeld te zien als in Bedum. In de dagelijkse sector zijn vraag en aanbod goed op elkaar afgestemd met slechts 65 m² verschil tussen het aanwezige winkelaanbod en het potentiële winkelaanbod. In de recreatieve en doelgerichte sector is ook hier een redelijk fors 'overschot' waar te nemen van respectievelijk circa 2.100 en 3.300 m².

Uithuizen	Dagelijks	Recreatief	Doelgericht
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.626	€ 937	€ 1.130
Inwoners	5.465	5.465	5.465
Koopkrachtbinding (%)	95%	28%	44%
Omzet verzorgingsgebied	€ 13,7 mln.	€ 1,4 mln.	€ 2,7 mln.
Toevloeiing koopkracht (%)	55%	68%	65%
Omzet toevloeiing	€ 16,7 mln.	€ 3,0 mln.	€ 5,0 mln.
Totale omzet	€ 30,3 mln.	€ 4,5 mln.	€ 7,7 mln.
Vloerproductiviteit	€ 7.223	€ 2.447	€ 1.497
Potentieel winkelaanbod m ²	4.201	1.826	5.153
Aanwezig winkelaanbod m ²	4.136	3.950	8.424
Ruimte/tekort in markt	65	-2.124	-3.271

7.5 Leens

In Leens bestaat er zowel in de dagelijkse als recreatieve sector een redelijk evenwichtige situatie tussen vraag en aanbod. Met allebei circa 300 m² 'overschot' is er slechts een kleine afwijking tussen het aanwezige winkelaanbod en het potentiële winkelaanbod. In de doelgerichte sector is echter een groter verschil waar te nemen, namelijk ruim 2.000 m².

Leens	Dagelijks	Recreatief	Doelgericht
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.626	€ 937	€ 1.130
Inwoners	2.030	2.030	2.030
Koopkrachtbinding (%)	82%	20%	34%
Omzet verzorgingsgebied	€ 4,4 mln.	€ 0,4 mln.	€ 0,8 mln.
Toevloeiing koopkracht (%)	74%	59%	58%
Omzet toevloeiing	€ 12,4 mln.	€ 0,6 mln.	€ 1,1 mln.
Totale omzet	€ 16,7 mln.	€ 0,9 mln.	€ 1,9 mln.
Vloerproductiviteit	€ 7.223	€ 2.232	€ 1.497
Potentieel winkelaanbod m ²	2.319	423	1.240
Aanwezig winkelaanbod m ²	2.601	723	3.265
Ruimte/tekort in markt	-282	-300	-2.025

7.6 Conclusie distributieplanologische analyse

Gemeentebreed is het aanwezige winkelaanbod fors groter dan het potentiële winkelaanbod (dat berekend is op basis van de omzet per hoofd, het aantal inwoners, de koopkrachtbinding en -toevloeiing en de vloerproductiviteit). Ook in de afzonderlijke kernen zien we voornamelijk tekorten in de markt ('overschotten' qua aantal winkelmeters). Alleen in Winsum en Uithuizen bestaat een (zeer) beperkte theoretische ruimte in de markt in de dagelijkse en/of recreatieve sector. In de andere kernen zijn enkel beperkte of grote 'overschotten' te zien. We kunnen de distributieve analyse van de vier kernen als volgt samenvatten:

- In de dagelijkse sector gaat het om slechts beperkte afwijkingen tussen vraag en aanbod. De verschillen variëren tussen een tekort in de markt van 600 m² tot ruimte in de markt van 800 m²;
- In de recreatieve sector gaat het om wat grotere afwijkingen tussen vraag en aanbod. De verschillen variëren tussen een tekort in de markt van 2.100 m² tot ruimte in de markt van 200 m²;
- In de doelgerichte sector gaat het om flinke afwijkingen tussen vraag en aanbod. In zowel Winsum, Bedum, Uithuizen als Leens is er een ruimer winkelaanbod in de doelgerichte sector aanwezig dan verwacht zou worden op basis van de diverse factoren. De verschillen variëren tussen een tekort in de markt van 2.000 m² (Leens) tot een tekort in de markt van 7.000 m² (Winsum). Winsum heeft met circa 13.000 m² het grootste doelgerichte aanbod, maar tegelijkertijd dus ook het grootste overaanbod in deze sector.

8 Effectenanalyse centrumgebieden

Het wel of niet toestaan van brancheverruiming op PDV/GDV-locaties heeft impact op zowel de PDV/GDV-locaties zelf als op de centrumgebieden van de grotere plaatsen in gemeente Het Hogeland. In onderstaande tabel wordt per scenario weergegeven wat de impact is op zowel de PDV/GDV-locaties als op de centrumgebieden. Onder de centrumgebieden verstaan we de kernwinkelgebieden van Winsum, Bedum, Uithuizen en Leens.

Tabel 8.1: Effectenanalyse

	Effect op PDV/GDV-locaties	Effect op centrumgebieden
Scenario 0: Niks veranderen	Geen	Geen
Scenario 1: In/Om Huis optimaliseren	Positief	Beperkt negatief
Scenario 2: Verruiming met Vrije Tijd en/of Detailhandel Overig	Positief	Beperkt negatief
Scenario 3: Verruiming met Mode/Luxe	Beperkt positief	Zeer negatief
Scenario 4: Volledig vrije branchering excl. Dagelijks	Beperkt positief	Zeer negatief
Scenario 5: Volledig vrije branchering incl. Dagelijks	Positief	Zeer negatief

Scenario 0: Niks veranderen

- In dit scenario worden geen brancheverruiming doorgevoerd. Het huidige beleid blijft van kracht, waardoor er op de korte en middellange termijn geen veranderende effecten zijn op de PDV/GDV-locaties. Op de korte termijn is er geen effect op de centrumgebieden.
- Het effect op de kern als geheel kan op termijn negatief zijn, omdat het risico ontstaat dat bepaalde ondernemingen wegtrekken op het moment dat ze geen geschikte locatie in het centrumgebied kunnen vinden.

Scenario 1: In/Om Huis optimaliseren

- In dit scenario wordt de branche verruimd door het toestaan van alle hoofdbranches binnen de groep 'In/Om Huis'. Het gaat dan om Plant & Dier (o.a. bloemenwinkels), Bruin & Witgoed (o.a. telecomzaken en elektronicawinkels), Auto & Fiets (o.a. fietsenwinkels), Doe-Het-Zelf (o.a. bouwmarkten) en Wonen (o.a. woninginrichtingszaken en keukenzaken). Meerdere van voorgenoemde branches zijn momenteel al toegestaan op de PDV/GDV-locaties of bedrijventerreinen. Het optimaliseren van het aanbod in 'In/Om Huis' gaat dus om de branches die momenteel nog niet zijn toegestaan.

- Op het moment dat alle branches binnen de groep 'In/Om Huis' toegestaan worden, zal dit mogelijk negatieve effecten hebben op de centrumgebieden. Bepaalde randvoorwaarden moeten ervoor zorgen dat niet zomaar alle winkels naar buiten kunnen trekken. De kracht van de centrumgebieden moet gewaarborgd blijven.
- Dit scenario is voor de PDV/GDV-locaties positief. Door de aanwezigheid van een diversiteit aan winkels is het voor consumenten aantrekkelijker om het gebied te bezoeken.

Scenario 2: Brancheverruiming met Vrije Tijd en/of Detailhandel Overig

- In dit scenario worden de hoofdbranches Sport & Spel (o.a. speelgoedwinkel en sportzaak), Hobby (o.a. winkels in muziekinstrumenten), Media (o.a. boekhandel) en de groep Detailhandel Overig (o.a. kringloopwinkels) toegestaan op PDV/GDV-locaties en bedrijventerreinen. Enkele van voorgenoemde branches zijn momenteel al toegestaan op de PDV/GDV-locaties of bedrijventerrein (bijv. op Het Aanleg in Winsum).
- Op het moment dat alle branches binnen de groep 'Vrije Tijd' en/of 'Detailhandel Overig' toegestaan worden, zal dit negatieve effecten hebben op de centrumgebieden. Bepaalde randvoorwaarden moeten ervoor zorgen dat niet zomaar alle winkels naar buiten kunnen trekken. De kracht van de centrumgebieden moet gewaarborgd blijven.
- Dit scenario is voor de PDV/GDV-locaties positief. Door de aanwezigheid van een diversiteit aan winkels is het voor consumenten aantrekkelijker om het gebied te bezoeken.

Scenario 3: Brancheverruiming met Mode & Luxe

- In dit scenario wordt de gehele groep 'Mode & Luxe' toegestaan op de PDV/GDV-locaties en bedrijventerreinen. Dit betekent dat o.a. warenhuizen, kledingzaken, schoenenwinkels en juweliers zich mogen vestigen op de perifere locaties.
- Op het moment dat ook Mode & Luxe toegestaan wordt, zal dit zeer negatieve effecten hebben op de centrumgebieden. Winkels in deze groep vormen een belangrijke drager van het centrumaanbod en zijn essentieel om recreatief te kunnen winkelen. Door winkels in de groep 'Mode & Luxe' de mogelijkheid te geven zich op perifere locaties te vestigen, zal de impact op centrumgebieden zeer negatief zijn en ligt verschralling op de loer. Bovendien wordt het risico op structurele leegstand een stuk groter.
- Dit scenario is voor de PDV/GDV-locaties beperkt positief. Door de aanwezigheid van diverse branches is het voor consumenten aantrekkelijker om het gebied te bezoeken.

Scenario 4: Volledig vrije branchering excl. Dagelijks

- In dit scenario zijn bijna alle detailhandelsbranches toegestaan op de PDV/GDV-locaties, met uitzondering van de dagelijkse sector. Dit betekent dat bijvoorbeeld supermarkten, vers speciaalzaken en drogisterijen niet toegestaan zijn op de PDV/GDV-locaties, maar alle overige detailhandelsbranches wel.
- Op het moment dat bijna alle detailhandelsbranches toegestaan worden, zal dit zeer negatieve effecten hebben op de centrumgebieden. Op deze manier wordt ruimte geboden aan ondernemingen om naar buiten te trekken, waardoor de centrumgebieden meer kans hebben op verschralling.

- Voor de PDV/GDV-locaties is het toestaan van bijna alle detailhandelsbranches beperkt positief. Door de aanwezigheid van diverse branches is het voor consumenten aantrekkelijker om het gebied te bezoeken.

Scenario 5: Volledig vrije branchering incl. Dagelijks

- In dit scenario zijn alle detailhandelsbranches toegestaan op de PDV/GDV-locaties, inclusief de dagelijkse sector. Dit betekent dat bijvoorbeeld supermarkten, vers speciaalzaken en drogisterijen ook toegestaan zijn op de PDV/GDV-locaties.
- Op het moment dat alle detailhandelsbranches toegestaan worden, zal dit zeer negatieve effecten hebben op de centrumgebieden. Op deze manier wordt ruimte geboden aan ondernemingen om naar buiten te trekken, waardoor de centrumgebieden meer kans hebben op vershraling. Het toestaan van supermarkten versterkt de negatieve effecten, aangezien ze een grote trekkracht hebben en in centrumgebieden voor aanzienlijke bezoekersstromen zorgen. Het kunnen doen van combinatiebezoeken (naar de supermarkt in combinatie met het bezoek aan een andere winkel) is voor centrumgebieden van groot belang.
- Voor de PDV/GDV-locaties is het toestaan van alle detailhandelsbranches positief. Door de aanwezigheid van diverse branches is het voor consumenten aantrekkelijker om het gebied te bezoeken. Zeker wanneer er een supermarkt aanwezig is, kunnen deze gebieden een grote trekkracht ontwikkelen.

