

Gemeente Het Hogeland



Gemeentelijke detailhandelsvisie 2019 met actieplan

Gemeente Het Hogeland

Gemeentelijke detailhandelsvisie 2019 met actieplan

Opdrachtgever: Gemeente Het Hogeland
Projectnummer: 0918.437
Datum: 5-3-2020

Broekhuis Rijs Advisering
Postadres: Wederik 1
9801 LX Zuidhorn
Tel. (0594-528358)
E-mail: info@broekhuisrijs.nl
Internet : www.broekhuisrijs.nl

Inhoud

1	Inleiding	4
2	Huidige demografische situatie Het Hogeland	7
	2.1 Huidige bevolkingsgegevens	
	2.2 Demografische ontwikkelingen	
3	Kwantitatieve analyse	11
	3.1 Algemeen	
	3.2 Relevant onderzoek	
	3.3 Distributieplanologische analyse	
4	Kwalitatieve analyse per winkelgebied	20
	4.1 Bedum	
	4.2 Winsum	
	4.3 Uithuizen	
	4.4 Uithuizermeeden	
	4.5 Warffum	
	4.6 Leens	
	4.7 Baflo	
	4.8 Zoutkamp	
	4.9 Overige dorpen	
5	Trends en ontwikkelingen	38
6	Structuur detailhandel en plan van aanpak	43
	6.1 Beleidskaders	
	6.2 Detailhandelsvisie	
	6.3 Plan van aanpak	
	a. Bedum	
	b. Winsum	
	c. Uithuizen	
	d. Uithuizermeeden	
	e. Warffum	
	f. Leens	
	g. Baflo	
	h. Zoutkamp	
	i. Overige dorpen en winkelvormen	

Bijlage 1: Verklarende woordenlijst

Bijlage 2: Leden begeleidingscommissie

Bijlage 3: Overzicht dagelijks aanbod gemeente Het Hogeland

Bijlage 4: Distributieplanologische analyses

Bijlage 5: Kaarten kernwinkelgebied Winsum, Bedum, Uithuizen en Leens

1 Inleiding

De gemeente Het Hogeland is op 1 januari 2019 ontstaan door samenvoeging van de voormalige gemeenten Bedum, Winsum, de Marne en Eemsmond. Binnen de nieuwe gemeente is de detailhandel een belangrijke sector. De detailhandel is niet alleen een belangrijke werkgever, maar ze draagt ook bij aan de leefbaarheid en de ruimtelijke kwaliteit van de centra en kernen in Het Hogeland. De winkelgebieden zijn gebieden waar mensen elkaar ontmoeten en hebben dus voor veel mensen een maatschappelijke betekenis.

In de sector detailhandel is sprake van een forse dynamiek. Naast demografische ontwikkelingen als vergrijzing, ontgroening en gezinsverdunning zijn er ook diverse andere ontwikkelingen waarneembaar, zoals schaalvergroting, 'blurring' en online winkelen. Er gebeurt zeer veel en de veranderingen gaan bijzonder snel.

Het is belangrijk om de sector detailhandel en de verzorgingsstructuur van de gemeente ook in de toekomst aantrekkelijk te houden. Om hiervoor te zorgen is een kader nodig om aantrekkelijke en levensvatbare centra te behouden. In een detailhandelsvisie voor de gemeente Het Hogeland wordt de visie op de detailhandel en de verzorgingsstructuur duidelijk weergegeven.

Binnen de nieuwe gemeente bevinden zich diverse winkelgebieden met verschillende functies en toekomstkansen. De behoefte aan een actuele detailhandelsvisie voor de nieuwe gemeente als geheel met daaraan gekoppeld een meerjarige uitvoeringsagenda is groot. Dit is van belang zowel om het verzorgingsniveau van haar inwoners op verschillende schaalniveaus te optimaliseren als om in te kunnen spelen op vragen en aanbiedingen van marktpartijen, waaronder ontwikkelaars, beleggers, eigenaren en winkelformules.

In de detailhandelsstructuurvisie voor de nieuwe gemeente zal zowel voor de hoofddorpen als voor de gemeente als totaal de visie op de detailhandel in beeld gebracht worden. In totaal worden acht dorpen (iets) uitgebreider beschreven dan de overige dorpen; deze dorpen zijn geselecteerd op basis van het aanbod aan detailhandel, en hierbij is zoveel mogelijk de link gelegd met de aanwezige centrumdorpen. Gezien het geringe aanbod aan winkels in Eenrum en Sauwerd zijn deze plaatsen niet apart vermeld. Zoutkamp is vanwege het aanbod in de detailhandel en vanwege de toeristische component opgenomen.

Op basis van de op te stellen visie kunnen de juiste randvoorwaarden voor het toekomstige beleid geformuleerd worden en kunnen concrete beleids- en actiepunten ingezet worden voor een gezond toekomstig detailhandelsbeleid. Het nieuwe beleid, zoals verwoord in dit document, is in samenwerking met de betrokken stakeholders opgesteld. Dit nieuwe beleid is ook een bouwsteen voor

de Omgevingsvisie Het Hogeland. In de uiteindelijke uitvoering van de visie zal ook de verbinding met andere sectoren gemaakt moeten worden, zoals de woningbouw en het toerisme.

Doelstelling

Het doel van het gezamenlijk (ondernemers en gemeente) opstellen van een detailhandelsvisie voor de nieuwe gemeente is meerledig;

- ❖ In de eerste plaats gaat het om het verkrijgen van inzicht in de actuele situatie van de detailhandel in Het Hogeland. Zowel de kwantitatieve (distributieplanologische ruimte) als de kwalitatieve positie van de winkelgebieden in de gemeente Het Hogeland wordt in kaart gebracht. Hierbij dient rekening gehouden te worden met de trends en ontwikkelingen in de detailhandel, de horeca, het vastgoed en de ontwikkelingen in de omliggende kernen. Deze ontwikkelingen worden ook in kaart gebracht.
- ❖ In de tweede plaats dient in de visie de positie van de winkelgebieden in de toekomstige voorzieningenstructuur van de gemeente en de regio duidelijk geformuleerd te worden.
- ❖ In de derde plaats moet duidelijk worden op welke wijze de winkelgebieden zich verder dienen te ontwikkelen tot toekomstbestendige centra.
- ❖ In de vierde plaats dient de visie een toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen en vragen in en vanuit de markt te zijn.

Vraagstelling

Op basis van de doelstelling zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

1. Wat is kwalitatief en kwantitatief de huidige stand van zaken van de detailhandel in de nieuwe gemeente Het Hogeland?
2. Hoe ziet de huidige detailhandelsstructuur van Het Hogeland eruit en wat is het verzorgingsgebied van de verschillende winkelgebieden?
3. Hoe functioneren de winkelgebieden (inclusief verblijfsruimte) afzonderlijk en ten opzichte van elkaar; welke zijn kansrijk en welke zijn kansarm?
4. Hoe ziet de SWOT-analyse van de detailhandel in Het Hogeland (met landelijke, regionale en lokale aspecten) eruit?
5. Wat is de toekomstig gewenste detailhandelsstructuur van de gemeente Het Hogeland?
6. Welke keuzes moeten gemaakt worden om de winkelgebieden in Het Hogeland toekomstbestendig te maken/houden en welke alternatieven zijn er voor kansarme gebieden? (Uitvoeringsagenda)
7. Hoe kunnen nieuwe vormen van detailhandel, zoals pop-upstores en combinaties van webwinkels, detail- en groothandel, een plek krijgen in Het Hogeland?
8. Wat zijn de segmenten waarin versterking/uitbreiding nodig of wenselijk is?

9. In welke detailhandelsgebieden moet deze versterking/uitbreiding plaatsvinden?
10. Hoe ziet het gewenste beleid voor (nieuwe) winkels in kleine dorpen eruit?

Leeswijzer

Om deze vragen te kunnen beantwoorden wordt in hoofdstuk 2 de huidige situatie van de gemeente Het Hogeland geschetst met de daarbij behorende demografische ontwikkelingen. Vervolgens worden in hoofdstuk 3 en 4 de kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de huidige detailhandel per winkelgebied weergegeven, inclusief een distributieplanologische analyse. Daarna worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen met betrekking tot de detailhandel in hoofdstuk 5 behandeld. Op basis van het voorgaande wordt in hoofdstuk 6 de toekomstige positie van de winkelgebieden geschetst en worden vanuit deze toekomstige positie de mogelijkheden voor versterking en profilering van de winkelgebieden aangegeven.

2 Huidige demografische situatie Het Hogeland

2.1 Huidige bevolkingsgegevens

Het Hogeland is een nieuwgevormde gemeente met ruim 48.000 inwoners, gelegen in het noorden van de provincie Groningen, met een lange grens aan de Waddenzee. De gemeente is samengesteld uit de voormalige gemeenten Bedum, Eemsum, de Marne en Winsum. Vanuit deze laatste gemeente zijn een paar kleine dorpen naar de gemeente Westerkwartier gegaan; dit zijn Ezinge, Feerwerd en Garnwerd.

Wat inwonertal betreft is Bedum de grootste kern, met een inwonertal van 8.595 inclusief de verspreide huizen rondom Bedum¹. De tweede kern op basis van inwonertal is Winsum, met 7.430 mensen. Ook Uithuizen kent nog een redelijk aantal inwoners, namelijk 5.450. De overige dorpen hebben minder inwoners maar een aantal hiervan hebben wel winkelveorzieningen. In figuur 2.1 wordt het overzicht van het inwonertal van de grootste kernen van de gemeente weergegeven. De kern Zoutkamp is meegenomen vanwege het belang van de voorzieningen voor de recreatie en het toerisme en omdat Zoutkamp ook heeft meegedaan aan het provinciale koopstromenonderzoek.

Figuur 2.1 Aantal inwoners gemeente Het Hogeland

Inwoners Het Hogeland	1-1-2018
Bedum	8.595
Winsum	7.430
Uithuizen	5.450
Uithuizemeeden	3.330
Warffum	2.180
Leens	2.015
Zoutkamp	1.195
Baflo	2.035
Overige dorpen	15.841
TOTAAL gemeente	48.071

Bron: CBS Statline

De overige dorpen tellen bij elkaar nog redelijk veel inwoners; de grotere dorpen zijn o.a. Ulrum, Usquert en Eenrum.

Het inkomensniveau van de provincie Groningen blijft achter bij het gemiddelde inkomen van geheel Nederland. Het inkomensniveau van de provincie Groningen ligt ongeveer 9% onder het Nederlands gemiddelde. Het inkomensniveau van de voormalige gemeenten van Het Hogeland is nogal verschillend. Dat van Winsum ligt ongeveer op het Nederlands gemiddelde, dat van Bedum ligt slechts 3%

¹ Bron inwoneraantallen 1-1-2018, CBS Statline

onder het Nederlands gemiddelde. Het inkomensniveau van Eemsmond ligt ongeveer op het Gronings gemiddelde en van De Marne hier iets boven. Het gemiddelde voor de gehele nieuwe gemeente zal naar verwachting boven het Gronings, maar onder het Nederlands gemiddelde liggen. Een verklaring hiervoor is dat binnen de gemeente een onderscheid gemaakt moet worden tussen de dorpen in de nabijheid van de stad Groningen, zoals Bedum en Winsum, en het noordelijke deel van de gemeente. In de forensendorpen als Bedum en Winsum is het inkomensniveau veelal wat hoger dan in het plattelandsgebied in het noorden van de gemeente.

Nieuwbouwplannen

De gemeente bestaat nog niet erg lang; mede hierdoor is er nog geen Woonvisie aanwezig. Deze staat wel op de agenda om zo snel mogelijk op te pakken. Het inwonertal is van 2018 naar 2019 licht gedaald volgens de voorlopige cijfers van 1 januari 2019. Zonder de 3 dorpen welke naar Westerkwartier zijn gegaan telden de gemeenten samen vorig jaar 48.071 inwoners. Per 1 januari 2019 is dit 47.813 (bron: site gemeente).

De verwachting voor de komende jaren is dat de meeste woningen nog gebouwd zullen worden in de grotere kernen, maar ook in de kleinere kernen is het voornemen om te voorzien in passende woningbouw.

De huidige woningvoorraad sluit onvoldoende aan bij de vraag die er is. Dit betekent in sommige gevallen dat een deel van de huidige consumenten naar elders verhuist. Hierdoor wordt het economisch draagvlak voor de winkels, met name buiten de hoofdkernen, minder. Vanwege de afname van het aantal bewoners per woning zal in het noordelijk deel van de gemeente zelfs met de toevoeging van woningen het inwonertal en het aantal consumenten niet gaan stijgen. Ook in Winsum daalt het inwonertal al; in Bedum zal het inwonertal voorlopig nog op peil blijven.

2.2 Demografische ontwikkelingen

Vergrijzing

Op dit moment is de grijze druk in Nederland 32,6% (1 januari 2019, CBS). Dat wil zeggen: tegenover elke honderd potentiële arbeidskrachten (20- tot 64-jarigen) staan bijna 33 personen van 65 jaar of ouder. Vijftig jaar geleden waren dit er slechts 14. De verwachting is dat de grijze druk de komende jaren nog verder gaat toenemen. Rond 2040 bereikt de vergrijzing met 50% haar hoogtepunt. Daarna neemt de grijze druk af omdat de naoorlogse generatie “babyboomers” dan overleden zal zijn. De vergrijzing die al is ingezet is dus structureel.

In vergelijking met de landelijke situatie is de grijze druk in Het Hogeland nu al 42,0%. De verwachting is dat deze druk in het verlengde van die in Nederland ook verder zal toenemen.

De gedachte dat vergrijzing samengaat met meer vrij besteedbaar inkomen en meer consumptieve bestedingen gaat lang niet altijd op. De zorg neemt een grotere hap uit het inkomen en er worden soms nieuwe hypothecaire verplichtingen aangegaan om de oude dag verzekerd te hebben. Ook worden keuzes gemaakt tussen aankopen in een winkel en een recreatief uitje. De grote uitgaven blijven vaak beperkt tot inrichting van het huis en de aanschaf van een auto.

Naar verwachting komen er wel steeds meer 65+-plussers met een hoger besteedbaar inkomen, onder meer als gevolg van dubbele pensioenen. Vitale senioren hebben in 2020 hun leven anders ingericht. Voor een deel verhuizen ze naar de rustige provincies of ze beschikken daar over een huis. Hun koopkracht verschuift mee van de grote stad naar de provincie. Waarschijnlijk zullen in de provincie (zoals het noorden van het land) deze mensen vooral kiezen voor kernen met voorzieningen als woonplaats, en veel minder voor de kleine dorpen zonder voorzieningen.

De effecten van de vergrijzing op de bestedingen zijn waarschijnlijk positief, maar blijven ook afhankelijk van de algehele economische ontwikkeling. In ieder geval betekent vergrijzing dat iedere ondernemer op de hoogte moet blijven van wensen en bestedingspatronen van ouderen zodat zijn producten en diensten beter kunnen worden afgestemd op de oudere consument. Dit uit zich onder andere in kleinere porties in de foodsector, branche specifieke aanpassingen, meer behoefte aan opticien- en audicien-producten en nieuwe winkelconcepten tot en met een ouderenwinkel.

Wanneer we kijken naar het aandeel 65+'ers in de gemeente Het Hogeland, dan is dit inderdaad iets groter dan het Nederlands gemiddelde. In Het Hogeland ligt dit percentage op 22,5 en landelijk is dit 18,8. Vooral in Uithuizen is sprake van een sterk vergrijsde bevolking, met name ook door de aanwezigheid van de nodige ouderenhuisvesting.

Ontgroening

Waar het aandeel ouderen toeneemt, daalt het aandeel van de werkzame bevolking en van de kinderen/jongeren. Dit laatste wordt ontgroening genoemd. Rond 2025 zal het aandeel 65+'ers in Nederland het aandeel jongeren inhalen. In de voormalige gemeenten, die nu de nieuwe gemeente Het Hogeland vormen, is dat al eerder gebeurd. De reden dat ontgroening hier apart vermeld wordt heeft te maken met het feit dat dit een behoorlijk effect kan hebben op de voorzieningen. Het is niet ondenkbeeldig, dat juist op het platteland het effect van ontgroening merkbaar zal zijn; de jongeren trekken sterker naar de grotere dorpen en steden toe. Daar zijn de voorzieningen voor hen volop aanwezig en zijn tevens passende woningen beschikbaar.

De groene druk (de verhouding van jongeren onder 20 jaar ten opzichte van de groep 20 tot 65-jarigen) is in de gemeente Het Hogeland iets groter (40,5%) dan

het Nederlands gemiddelde van 37,3%. Een belangrijke conclusie uit de inschatting van het toekomstige bevolkingsprofiel is dat de komende jaren steeds minder mensen (met arbeid) moeten zorgen voor steeds meer mensen zonder loon uit arbeid.

Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) in Het Hogeland bedraagt 27,0%, terwijl dit landelijk 28,4% is. Deze verschillen op totaalniveau zijn niet zo heel erg groot. Over het algemeen is te zien dat het aandeel jongeren in de voormalige gemeenten Bedum en Winsum redelijk hoog ligt en met name in de Eemsmond (vooral Uithuizen) en De Marne (Leens minder) laag. Er is in de gemeente Het Hogeland dus zowel sprake van vergrijzing als ontgroening.

Tabel 2.2 Leeftijdsopbouw gemeente en Nederland

	Het Hogeland	Nederland
0-25 jaar	27,0%	28,4%
25-65 jaar	50,5%	52,8%
> 65 jaar	22,5%	18,8%

Bron: CBS 2018

Krimp

In delen van Nederland is sprake van afname van de bevolking. Deze krimp zal in Noord-Nederland vooral plaatsvinden in een groot deel van Drenthe en het noordoosten en westen van Friesland. In de provincie Groningen heeft vooral het noorden en oosten hier mee te maken. Dit zien we ook terug in de gemeente Het Hogeland, en dan met name het noordelijke deel.

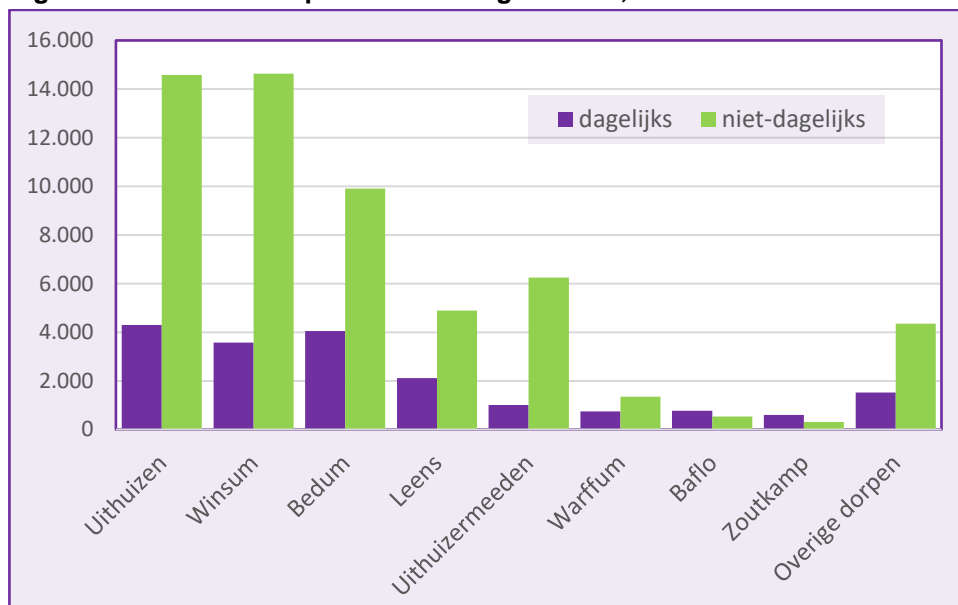
Voor de detailhandel in Het Hogeland kan de krimp steeds sterker voelbaar worden in de afname van het inwonertal in het verzorgingsgebied, en daarmee ook in een afname van de bestedingen. Dit zal in Het Hogeland niet alleen in het buitengebied het geval zijn, maar ook in de hoofdkernen van de gemeente. Alleen in Bedum blijft volgens de prognoses het inwonertal nog redelijk op peil. In alle overige kernen daalt het inwonertal; in Winsum is deze daling gering. Eén van de effecten van krimp is daarnaast dat de voorzieningen in de kleinere dorpen het steeds moeilijker krijgen en deels verdwijnen, hetgeen betekent dat de consumenten uit deze dorpen naar alternatieve aankoopplaatsen zullen uitwijken, zoals de stad Groningen, Appingedam en Delfzijl. Overigens liggen de echt grotere kernen voor het noordelijk deel wel op aanzienlijke afstand. De geïsoleerde ligging zorgt juist ook voor behoud van de nodige voorzieningen. Ook de ontwikkeling van de Eemshaven kan het aantal consumenten in het verzorgingsgebied zowel tijdelijk als structureel positief beïnvloeden.

3. Kwantitatief aanbod

3.1 Algemeen

In de Gemeente Het Hogeland is in totaal 82.697 m² winkelvloeroppervlak (wvo) aanwezig, waarvan bijna 75.000 m² wvo in de 8 grootste kernen is gevestigd (90% van het totaal). In figuur 3.1 is een overzicht van het aanbod in de gemeente gegeven, waarbij een onderscheid is gemaakt per winkelgebied naar dagelijkse en niet-dagelijkse sector.

Figuur 3.1 Aanbod per branche in gemeente, in m² wvo



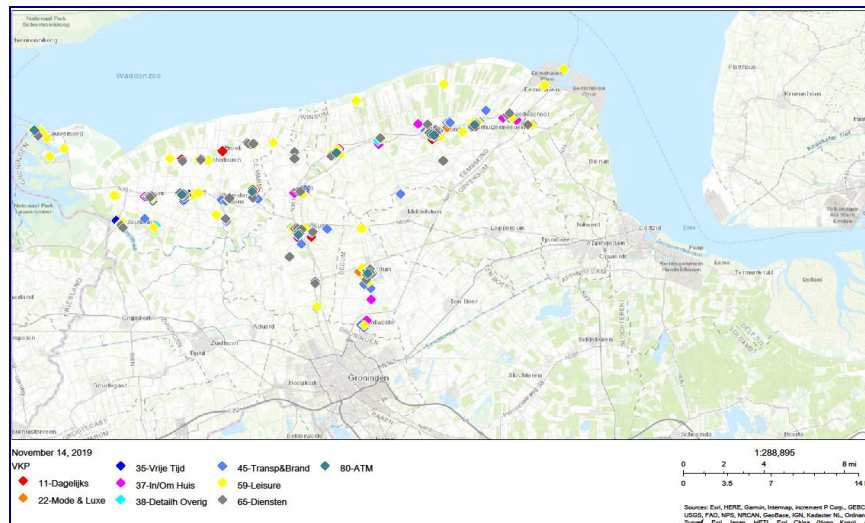
Bron: Locatus, februari 2019, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Uit figuur 3.1 zijn de winkelgebieden van Uithuizen, Winsum en Bedum goed herkenbaar als hoofdwinkelgebieden. Opvallend, maar herkenbaar, is verder het relatief grote aanbod niet-dagelijkse detailhandel in nagenoeg alle kernen. Het gaat dan vooral om aanbieders in de branches Doe-Het-Zelf (DHZ) en Wonen. In Winsum is een PDV-gebied op het Aanleg aanwezig met veel aanbod in de categorie In/Om Huis. In Uithuizen wel veel aanbod van volumineuze en perifere detailhandel, maar is geen sprake van een geconcentreerd aanbod. In de met name genoemde plaatsen is overal een kleine of grotere supermarkt aanwezig. In Eenrum en Kruisweg/Kloosterburen zijn eveneens supermarkten aanwezig. In de overige kernen is vooral sprake van solitair gevestigde winkels, verspreid in het gebied.

In figuur 3.2 is te zien waar overal winkelvestigingen in de gemeente aanwezig zijn. In diverse dorpen is een of meerdere winkels aanwezig, met een concentratie in de grotere. Er is sprake van een aanzienlijke spreiding over de dorpen. In de bijlage is een overzicht opgenomen met uitsluitend de winkels met

dagelijkse goederen. De dagelijkse behoeften kunnen in de hele gemeente over het algemeen dichtbij gekocht worden.

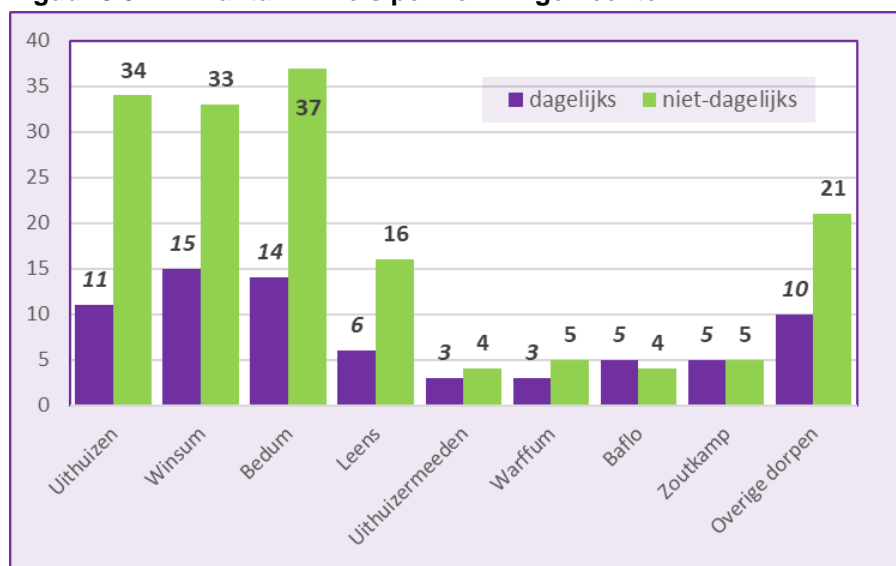
Figuur 3.2 Overzicht winkels in gemeente Het Hogeland



Bron: Locatus sept. 2019

In figuur 3.3 wordt *het aantal* winkels per sector en kern in de gemeente Het Hogeland weergegeven. Het Hogeland telt 231 winkelvestigingen, exclusief leegstaande panden. Wederom blijkt de belangrijke positie van de eerder genoemde drie winkelgebieden. Leens volgt als centrumdorf op afstand van deze drie regionale centra, maar kent niettemin een aanzienlijk aantal winkels. De overigen centrum- en woondorpen hebben 10 of minder dan 10 winkelvestigingen.

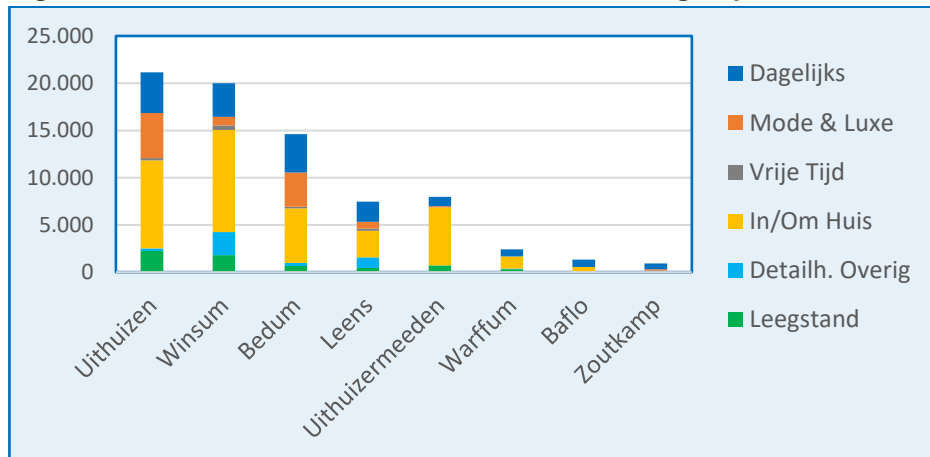
Figuur 3.3 Aantal winkels per kern in gemeente



Bron: Locatus, februari 2019, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Binnen de verschillende winkelgebieden in de gemeente is een duidelijk verschil waarneembaar in het aanbod onderverdeeld naar branches. In figuur 3.4 is een overzicht van de belangrijkste winkelgebieden naar detailhandelsgroepen weergegeven. Hierbij is ook de leegstand meegenomen. De omschrijving van de categorieën en de daarbij behorende branches wordt in bijlage 1 weergegeven.

Figuur 3.4 Detailhandelsaanbod in m² wvo, naar groep



Bron: Locatus, februari 2019, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Het dagelijks aanbod is in alle genoemde winkelgebieden aanwezig, maar niet overall even sterk. Het dagelijks aanbod wordt met name bepaald door de aanwezigheid van één of meer supermarkten, en door de omvang van deze supermarkt(en). Dit bepaalt voor een belangrijk deel ook de aantrekkingskracht van een winkelgebied.

In de categorie Mode & Luxe valt vooral het aanbod in Uithuizen en Bedum op; zij hebben duidelijk het grootste aanbod in deze branche. Hoe kleiner de plaats, hoe minder branches aanwezig zijn in de plaats. De enige uitzondering is Zoutkamp; deze plaats kent juist wel (een beperkt) aanbod in de branches mode en vrije tijd, ondanks het geringe inwonertal. Dit kan volledig verklaard worden door het hier aanwezige toerisme.

Figuur 3.5 Aanbod wvo per 1.000 inwoners

	Plaats	Gemiddeld
Uithuizen	3.850	1.766
Winsum	2.679	1.595
Bedum	1.703	1.595
Leens	4.163	1.063
Uithuizermeeden	2.795	1.172
Warffum	1.106	1.140
Baflo	809	1.140
Zoutkamp	749	1.063

Bron: Locatus februari 2019

Voor de grootste kernen geven we in figuur 3.5 een vergelijking met andere kernen van vergelijkbare omvang in Nederland ten aanzien van het totale aanbod.

Uit de figuur komt naar voren dat de meeste inwoners in de grotere plaatsen duidelijk meer aanbod hebben dan gemiddeld het geval is. De regiofunctie komt hierin ook naar voren.

Uit figuur 3.4 kwam al naar voren dat sommige kernen te maken hebben met leegstand. In figuur 3.6 laten we de leegstandspercentages per kern in Het Hogeland zien (momentopname februari 2019), met daarbij een onderscheid naar aantal verkooppunten en het aantal winkelmeters.

Figuur 3.6 Leegstandspercentages Het Hogeland

	m² wvo	# vkp
Uithuizen	7,4%	14,2%
Winsum	6,2%	7,0%
Bedum	3,0%	3,8%
Leens	4,1%	2,5%
Uithuizermeeden	6,2%	9,7%
Warffum	8,9%	10,0%
Baflo	0,0%	0,0%
Zoutkamp	0,0%	0,0%
Gemeente	6,7%	6,9%

Bron: Locatus februari 2019

In Winsum zijn er inmiddels 3 modezaken erbij gekomen, waardoor in het centrum de leegstand vrijwel is opgelost. Voor de hele gemeente ligt het leegstandspercentage op 6,7% respectievelijk 6,9%. Dit ligt nauwelijks boven het Nederlands gemiddelde van 6,6 of 6,8% (meters resp. verkooppunten). De plaatsen die hier boven zitten zijn Uithuizen, Uithuizermeeden (verkooppunten) en Warffum. Een leegstandspercentage van ca. 5% wordt gezien als frictieleegstand; er zullen altijd panden zijn die zo af en toe leegstaan door wisselingen in het aanbod. Als het leegstandspercentage zich boven de 5% bevindt is veelal sprake van langdurige of structurele leegstand en is er dus sprake van een probleem in meer of mindere mate. In Bedum en Leens ligt het leegstandspercentage op een laag niveau, terwijl in Zoutkamp en Baflo geen enkel pand leegstaat.

In Uithuizen staan in totaal 15 panden leeg; deze liggen met name in het brede centrumgebied. De leegstand hier vraagt om aandacht. In Uithuizermeeden en Warffum gaat het om slechts 3 respectievelijk 2 niet al te grote panden. De percentages liggen niettemin te hoog.

3.2 Relevant onderzoek

In 2016 en 2017 is een grootschalig koopstromenonderzoek² uitgevoerd in de provincie Groningen. Ook de voormalige gemeenten Winsum, Bedum, Eemsum en De Marne hebben daaraan deelgenomen met de kernen Winsum, Bedum, Uithuizen, Leens en Zoutkamp. Het onderzoek dateert inmiddels van enkele jaren geleden. Niettemin zijn de uitkomsten nog steeds relevant; eventuele verschillen zijn naar verwachting marginaal. In 2018 is een Koopstromenonderzoek uitgevoerd naar specifieke Perifere Detailhandels Vestigings gebieden in de provincie; vanuit Het Hogeland is het Het Aanleg hierin meegenomen. Voor uitvoerige uitkomsten verwijzen we naar deze twee rapportages. De belangrijkste uitkomsten geven we hier beknopt weer per kern.

Uithuizen

De koopkrachtbinding onder de inwoners van Uithuizen lag zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector op een relatief hoog niveau. De koopkrachtbinding dagelijks bedroeg 91% en niet-dagelijks 45%. Wanneer de inwoners van Uithuizen elders hun aankopen doen gaan ze vooral naar de stad Groningen. Het overgrote deel van alle bestedingen in Uithuizen is afkomstig van inwoners van de plaats zelf of uit de toenmalige gemeente Eemsum; dit betrof 95% respectievelijk 92% voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. De bezoeker gaf een redelijke waardering aan verschillende aspecten van het winkelgebied. Voor het parkeren en de bereikbaarheid gaf de bezoeker het hoogste cijfer. Voor de gezelligheid en de inrichting van de openbare ruimte werden lage waardering gegeven; ook voor het horeca-aanbod was dit het geval.

Winsum

De koopkrachtbinding onder de inwoners van Winsum lag in de dagelijkse sector op een relatief hoog niveau; in de niet-dagelijkse sector vrijwel op het gemiddelde. De koopkrachtbinding dagelijks bedroeg 86% en niet-dagelijks 39%. Wanneer de inwoners van Winsum elders hun aankopen doen gaan ze vooral naar de stad Groningen. Het overgrote deel van alle bestedingen in Winsum is afkomstig van inwoners van de plaats zelf of uit de toenmalige gemeente Winsum; dit betrof 80% respectievelijk 82% voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Van buiten de toenmalige gemeente waren bezoekers vooral afkomstig uit de gemeente De Marne. De bezoeker gaf een gemiddeld goede waardering aan de verschillende aspecten van het winkelgebied. Vooral de kwaliteit van de winkels en de bereikbaarheid kregen een hoog cijfer. Voor de inrichting van de openbare ruimte werd door bezoekers de laagste waardering gegeven.

PDV-gebied Winsum Het Aanleg

Dit winkelgebied is 12.700 m² vwo groot met 12 vestigingen in de detailhandel. Hiermee is het een van de kleinere PDV-gebieden van de provincie. Van alle bezoekers was 41% afkomstig uit Winsum zelf, en nog eens 18% uit de gemeente Winsum. Dat het gebied duidelijk een functie voor de huidige

² Koopstroomonderzoek Provincie Groningen 2017, Broekhuis Rijs Advisering

gemeente Het Hogeland vervult blijkt uit de herkomstgegevens; 32% van de bezoekers kwam uit de drie overige gemeenten. Over het algemeen was de consument tevreden over het winkelgebied; er werden relatief hoge waarderingen gegeven, met name voor de kwaliteit van de winkels en voor de bereikbaarheid en het parkeren. Het aanbod aan daghoreca (vrijwel afwezig) werd laag gewaardeerd.

Bedum

De koopkrachtbinding onder de inwoners van Bedum bleek in de dagelijkse sector op een relatief hoog niveau te liggen, namelijk op 89%. In de niet-dagelijks sector bedroeg de koopkrachtbinding 23%, hetgeen relatief laag is. Wanneer de inwoners van Bedum elders hun aankopen doen gaan ze vooral naar de stad Groningen. Andere kernen worden nauwelijks bezocht. Het overgrote deel van alle bestedingen in Bedum is afkomstig van inwoners van Bedum zelf; dit betrof 83% respectievelijk 66% voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Overige bestedingen waren onder meer afkomstig vanuit inwoners van de gemeente Winsum. De bezoeker gaf over het algemeen een goede waardering aan verschillende aspecten van het winkelgebied; voor de parkeermogelijkheden en de bereikbaarheid gaf de bezoeker een hoog cijfer. Voor de inrichting van de openbare ruimte gaf de bezoeker een lager cijfer. Ook het aanbod aan daghoreca werd laag gewaardeerd; dit aanbod is zeer beperkt aanwezig.

Leens

De koopkrachtbinding onder de inwoners van Leens lag in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector op een relatief hoog niveau. De koopkrachtbinding dagelijks bedroeg 76% en niet-dagelijks 32%. Wanneer de inwoners van Leens elders hun aankopen doen gaan ze vooral naar de stad Groningen, maar ook Winsum wordt wel bezocht. Het overgrote deel van alle bestedingen in Leens is afkomstig van inwoners van de plaats zelf of de rest van de gemeente De Marne; dit betrof 96% respectievelijk 95% voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Van deze bestedingen was ongeveer de helft afkomstig uit Leens en het overige uit de rest van de gemeente. De afgelopen jaren lijkt de positie van het winkelgebied sterker te worden, waarbij naar verhouding meer inwoners van buiten de plaats naar Leens komen. De bezoeker gaf een zeer hoge waardering aan de verschillende aspecten van het winkelgebied. Voor het parkeren en de bereikbaarheid gaf de bezoeker de hoogste cijfers. Voor het aanbod aan daghoreca werd een lage waardering gegeven; gezien het beperkte aanbod is dit goed verklaarbaar.

Zoutkamp

De koopkrachtbinding onder de inwoners van Zoutkamp lag in de dagelijkse sector met 45% op een iets hoger niveau dan gemiddeld. De koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector bedroeg slechts 5%, hetgeen gemiddeld is voor dergelijk kleine plaatsen. Wanneer de inwoners van Zoutkamp elders hun aankopen doen gaan ze vooral naar de stad Groningen, maar ook naar de rest van de voormalige gemeente (Leens), 'elders' (o.a. Friesland) en Winsum. Het overgrote deel van de dagelijkse bestedingen in Zoutkamp is afkomstig van

inwoners van de plaats zelf (73%) of de rest van de voormalige gemeente De Marne (26%). Het winkelgebied werd door de bezoeker redelijk goed gewaardeerd. De hoogste waardering was hier voor het aanbod in de daghoreca. Een lage waardering was er voor het aantal winkels; gezien het beperkte aanbod is dit goed verklaarbaar.

3.3 Distributieplanologische analyse

In verschillende distributieplanologische onderzoeken (dpo's) uit het verleden werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke distributieve berekeningen echter genuanceerd worden beoordeeld. Een distributieve berekening geeft een indicatie van overbewinkeling of uitbreidingspotenties, maar kan niet exact tot op de m² uitrekenen wat economisch haalbaar is.

Bij de 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, de omvang van het verzorgingsgebied (het aantal inwoners), de mate waarin de inwoners hun aankopen doen in het betreffende winkelgebied (de koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (de koopkrachtoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² verkoopvloeroppervlak) en de benodigde omzet per m² (vloerproductiviteit) een rol. Wanneer een ondernemer met een lage vloerproductiviteit te maken heeft, is de exploitatie weinig rendabel. Omgekeerd levert een hoge vloerproductiviteit een winstgevende situatie op. Bij de distributieplanologische analyse maken we onderscheid tussen de dagelijkse en de niet-dagelijkse sector.

Voor de berekening gaan we uit van de inwonergegevens, zoals die hiervoor zijn weergegeven. Tevens maken we gebruik van de uitkomsten van het koopstromenonderzoek, voor zover het in de betreffende plaats voorradig is. Voor de cijfers van omzet per hoofd en vloerproductiviteit is uitgegaan van de meest recente gegevens van Panteia, die 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.

In bijlage 4 is de volledig uitgewerkte berekening voor de zeven kernen weergegeven. We volstaan hier met de belangrijkste bevindingen per kern.

- *Uithuizen*

In Uithuizen is zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector sprake van een fors aanbod. De vraag- en aanbodsituatie zijn niet in evenwicht. Uit de som komt een 'overschot' aan meters naar voren van ruim 2.200 in de dagelijkse sector en zelfs 10.500 in de niet-dagelijkse sector. Een toevoeging van nieuwe detailhandelsmeters zal altijd kwalitatief onderbouwd moeten worden; het zonder meer toevoegen van winkelmeters is niet gewenst. In Uithuizen zijn 4

supermarkten aanwezig. In de niet-dagelijkse sector is een fors mode-aanbod, maar ook in de overige branches is het aanbod royaal. Voor veel ondernemers zal sprake zijn van een lagere vloerproductiviteit dan wenselijk is. Voor Uithuizen geldt dat kwantitatieve toevoegingen niet gewenst zijn, tenzij op kwalitatieve gronden sprake is van een duidelijke versterking van het aanbod en de winkelstructuur.

- *Winsum*

In Winsum is vraag en aanbod in de dagelijkse sector min of meer in evenwicht. In de niet-dagelijkse sector ligt dit anders. Uit de som komt een 'overschot' aan meters naar voren van 9.500 in de niet-dagelijkse sector. Dit kan verklaard worden door het grootschalige perifere aanbod op Het Aanleg. Bij het aanbod in deze grootschalige perifere sector is de vloerproductiviteit veel lager dan bij modezaken. Het is in zo'n situatie niet eenvoudig om duidelijke uitspraken te kunnen doen over de vloerproductiviteit, maar wij verwachten dat de overall vloerproductiviteit voor veel ondernemers lager zal zijn dan wenselijk is. Ook hier geldt dan dat kwantitatieve toevoegingen niet gewenst zijn, tenzij op kwalitatieve gronden sprake is van een duidelijke versterking van het aanbod en de winkelstructuur.

- *Bedum*

In Bedum is in de dagelijkse sector sprake van een beperkt rekenkundig overaanbod. In de niet-dagelijkse sector is het overaanbod iets groter. Uit de som komt een 'overschot' aan meters naar voren van ongeveer 1.000 m² in de dagelijkse en ruim 6.000m² in de niet-dagelijkse sector. Opvallend is dat Bedum, na Zoutkamp, relatief gezien de kleinste winkelpanden van de grotere kernen heeft. Hierdoor zou de vloerproductiviteit ook hoger moeten liggen. Op basis van onze berekeningen is dit echter niet het geval. Ook in Bedum worden in de niet dagelijkse sector lagere vloerproductiviteit behaald dan wenselijk is. Evenals in de voorgaande plaatsen geldt ook hier dat kwantitatieve toevoegingen niet gewenst zijn, tenzij op kwalitatieve gronden sprake is van een duidelijke versterking van het aanbod en de winkelstructuur.

- *Leens*

In Leens is in de dagelijkse sector sprake van een beperkt overaanbod. Met twee supermarkten en aanvullend aanbod is rekenkundig een te groot aanbod van ruim 1.000 m². In de niet-dagelijkse sector is het overaanbod duidelijk groter; dat bedraagt ruim 3.500 m². Ook in Leens zullen derhalve diverse ondernemers met een lage vloerproductiviteit te maken hebben. Evenals in de vorige plaatsen zal ook hier het accent op structuurversterking dienen te liggen en niet op toevoegingen.

- *Uithuizermeeden*

In Uithuizermeeden is vraag en aanbod in de dagelijkse sector in evenwicht. In de niet-dagelijkse sector is sprake van een fors overaanbod; gezien de omvang van de plaats is het lastig om hierover in absolute termen iets te zeggen. Op

basis van een distributieve rekensom kan wel worden geconcludeerd dat er meer dan voldoende winkelmeters aanwezig zijn. Dit betekent niet dat er direct gesaneerd moet worden. Bij de aanwezige winkels hoeven momenteel mogelijk niet alle kosten (huisvestingslasten en personeelskosten) doorgerekend te worden. Het probleem doet zich veelal pas voor bij opvolging.

- *Warffum*

In Warffum is in feite dezelfde situatie aanwezig als in Uithuizermeeden. Er is in beide sectoren sprake van een beperkt overaanbod, maar op basis van deze cijfers kunnen niet direct conclusies worden getrokken.

- *Baflo*

In Baflo is in absolute termen sprake van een gering aanbod, maar wel met een supermarkt van redelijke omvang. Vraag en aanbod zijn min of meer in evenwicht in Baflo.

- *Zoutkamp*

In Zoutkamp is in absolute termen sprake van een nog geringer aanbod. Hierdoor is het steeds moeilijker om op basis van een rekensom aan te geven of er sprake is van een overaanbod of dat er juist ruimte in de markt aanwezig is voor uitbreiding. Het huidige winkelaanbod is rekenkundig in evenwicht. Wel speelt hier het toerisme een grote rol van betekenis. Dankzij het toerisme, en de extra bestedingen in de detailhandel, wordt in Zoutkamp de markt (vraagzijde) iets verruimd.

4. Kwalitatieve analyse per winkelgebied

De gemeente Het Hogeland is een grote, uitgestrekte gemeente met een lange grens aan de Waddenzee. De afstand van de west- naar de oostkant bedraagt al snel zo'n 50 kilometer. Er is niet één centrale grote plaats in het midden, maar er zijn meerdere kernen van redelijke omvang. Elk deel van de gemeente heeft zo zijn eigen hoofdkern, terwijl de trekkracht van de stad Groningen op het hele gebied groot is.

Vanwege de ligging ten opzichte van de stad Groningen heeft de kern Uithuizen een (beperkt) regionale functie. Zowel Winsum als Bedum en Leens in meer of mindere mate hebben een bovenlokale functie. Bovendien heeft Winsum ook een grootschalig perifeer winkelgebied met een bovenlokale functie. De overige dorpen met voorzieningen hebben een lokale verzorgingsfunctie. Alternatieven van flinke omvang zijn met uitzondering van de stad Groningen niet in de buurt aanwezig.

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de kwalitatieve positie van die verschillende winkelgebieden, die het grootste aanbod in de detailhandel hebben. De beschreven winkelgebieden/plaatsen hebben allen meer dan 1.000 m² vvo aan detailhandel in de plaats. Alleen Zoutkamp zit net onder die grens; vanwege de toeristische component is deze kern ook opgenomen. De bestaande winkelstructuur wordt besproken en tevens worden de sterke en zwakke punten genoemd.

4.1 Bedum

Bedum ligt op ongeveer 10 kilometer ten noordoosten van de stad Groningen, en ligt van de hoofdkernen het dichtstbij deze stad. Het winkelgebied in Bedum heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie.

Winkelstructuur

De winkels in Bedum zijn over drie verschillende gebieden verspreid. Het historische centrumgebied ligt tussen de Grotestraat en de Kleinestraat. Als trekkers zijn hier onder meer de Hema aanwezig in de niet-dagelijkse sector en de Plus-supermarkt in de dagelijkse sector. Blokker aan de Kleinestraat is gesloten, waardoor het centrum nu een trekker minder heeft. Het Veen winkelcentrum presenteert zich naar buiten toe als het winkelhart van Bedum. Dit winkelcentrum ligt aan de Burchtstraat. In dit overdekte en introverte centrum liggen een aantal belangrijke trekkers, zoals Action, Zeeman en Kruidvat; tevens is hier een supermarkt van Jumbo aanwezig. Op iets grotere afstand van het centrum ligt aan de Stationsweg een cluster met Aldi (wordt momenteel iets vergroot) en Scapino als trekkers, genaamd Beemshop. Aan de Stationsweg bevinden zich verspreid ook nog meerdere winkels. Dit betekent dat in Bedum het aanbod nogal verspreid over de plaats aanwezig is. De wekelijkse markt wordt in het historische centrum gehouden.

Het belangrijkste parkeerbronnepunt in het historische centrum is gelegen bij de Plus. Daarnaast is het beperkt mogelijk om langs te parkeren in de Grotestraat; deze straat kent eenrichtingsverkeer. Bij het Veen winkelcentrum ligt een royaal parkeerterrein, met een grote parkeercapaciteit. Bij winkelcentrum Beemshop is eveneens sprake van een groot parkeerterrein.

Langs de Plus-supermarkt is een voetgangersdoorsteek vanuit de Grotestraat naar het parkeerterrein aan de Kleinestraat. Hoewel de Grotestraat de meeste sfeer kent, is de Kleinestraat drukker. Het historische centrum heeft de uitstraling van een echt centrum, waar het gezellig is en waar ook horeca ter ondersteuning aanwezig is. De overige twee winkelgebieden zijn vooral functioneel ingericht, waar gezelligheid duidelijk op het tweede plan komt.

Figuur 4.1 Centrumgebied Bedum



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

SWOT-analyse

Bedum kent een sterk winkelaanbod, zowel dagelijks als niet-dagelijks. Er zijn moderne supermarkten aanwezig, en in de niet-dagelijkse sector is met de Hema en Action ook sprake van de nodige aantrekkingskracht. Het grote nadeel is dat het aanbod sterk verspreid is over het dorp. Niettemin is het historische centrum ook echt het centrum met sfeer en beleving. Ook de weekmarkt wordt hier gehouden. Door een gerichte aanpak van het centrum, waar momenteel aan wordt gewerkt kan met name de kwaliteit van het centrum nog behoorlijk verbeterd worden. De uitstraling en het sfeerbeeld van het historische centrum kan worden versterkt. Daar waar mogelijk is een verplaatsing van ondernemers vanuit het tussengebied wenselijk.

In Bedum als geheel ligt de leegstand op een relatief laag niveau; toch is een plaats als Bedum kwetsbaar voor de landelijke ketens. Veel ketens hebben het lastig en dreigen failliet te gaan of snijden in het aantal winkels; juist in plaatsen

met de omvang van Bedum lopen hierdoor risico's. Blokker en Op=Op zijn hiervan recente voorbeelden. Het is overigens niet zo dat er helemaal geen ketens meer interesse hebben in kernen van de omvang van Bedum. In speciale groeisectoren zoals optiek en horen is dit nog wel het geval. Een voorbeeld hiervan is de komst van Pearle.

Sterkte	Zwakte
Sterk dagelijks en niet-dagelijks aanbod	Verspreid aanbod
Parkeren Veen en Aldi	Erg royaal niet-dagelijks aanbod
Geringe leegstand	Parkeren historisch centrum
Actieve ondernemersvereniging	Presentatie en profilering winkels
Aantrekkelijk historisch centrum	
Kansen	Bedreigingen
Benutten water in het centrum	Nabijheid stad Groningen
Beleving toevoegen	Bedrijfsopvolging
Verdere concentratie	Achterblijven investeringen
Samenwerking	Online shopping

Het parkeren is op dit moment bij de winkelgebieden buiten het centrum royaal. In het historische centrum is het niet slecht, maar minder optimaal dan bij de andere centra. Met de aanpak van het historische centrum en de omgeving wordt daar in planvorming momenteel aan gewerkt; invoering van een blauwe zone wordt onderzocht voor de Kleinestraat. De randvoorwaarden voor het centrum dienen goed te zijn om de trekkracht voldoende op peil te houden, anders is de stap naar een alternatief winkelgebied (in bijvoorbeeld de stad Groningen) maar klein.

Door het beter bij het centrum benutten van het Boterdiep kan de sfeer en beleving van heel Bedum worden verbeterd. Vooral de route tussen Veen en het oude centrum biedt hiervoor kansen. In het actieplan voor het centrum van Bedum zoals dat met ondernemers uit Bedum is opgesteld worden hiervoor concrete voorstellen gedaan. Dit geldt ook voor het versterken van de presentatie en profilering van de winkels in het centrum en de verdere professionalisering van het ondernemerschap. In het plan van aanpak worden de aanbevelingen uit dit actieplan meegenomen.

Buiten het centrum en de twee winkelcentra zijn nog diverse andere winkels aanwezig. Het is te overwegen of deze ondernemers naar het centrum te verhuizen zijn; hierdoor kunnen winkels veel beter van elkaar gaan profiteren, en wordt het centrum verder versterkt. Ook is het voor de toekomst van belang om te voorkomen dat zich hier ongewenste ontwikkelingen gaan voordoen. Ruimte voor verhuisbewegingen blijft aanwezig in het centrum van Bedum.

De weekmarkt is een toegevoegde waarde voor het centrum van Bedum. De weekmarkt zorgt voor sfeer en gezelligheid en voor extra consumenten uit de regio. Op marktdagen worden wel veel parkeerplaatsen door de markt in beslag genomen. Naast de weekmarkt zijn er door de week ook standplaatsen met bijvoorbeeld vis bij Veen. De aanwezige horeca ondersteunt de detailhandel in het centrum en kan mogelijk, bij de aanpak van de openbare ruimte, verder worden versterkt.

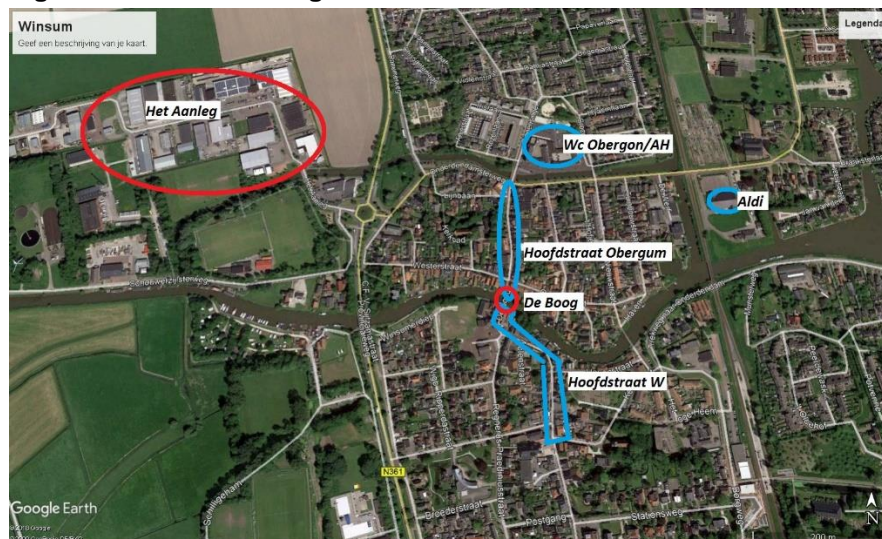
4.2 Winsum

Winsum ligt zo'n 15 kilometer ten noorden van de stad Groningen; het is na Bedum qua grootte de tweede kern van de gemeente. Het winkelgebied van Winsum heeft eveneens een bovenlokale verzorgingsfunctie voor de kern zelf en de direct omliggende dorpen. Bovendien kent het Aanleg in Winsum een ruime bovenlokale functie; de bezoekers van dit grootschalige gebied komen uit een tamelijk groot gebied.

Winkelstructuur

De meeste winkels in Winsum liggen in het centrumgebied. Dit wordt vooral gevormd door de Hoofdstraat-West en Hoofdstraat-Obergum. Als trekkers zijn hier onder meer een Blokker en Kruidvat aanwezig. Direct ten noorden van het centrum ligt een recentelijk gerenoveerd winkelcentrum, waar een moderne AH-supermarkt de grote trekker is. Ook Etos, Gall & Gall en TerStal zijn hier gevestigd. Bij het winkelcentrum ligt een royaal parkeerterrein. In het centrumgebied kan men langsparkeren, terwijl bij de Boog (bibliotheek) een parkeerterrein ligt. Aan de Onderdendamsterweg, ten oosten van de spoorlijn, is een Aldi-supermarkt met eigen parkeervoorziening gevestigd.

Figuur 4.2 Centrumgebied Winsum



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

De winkels van Winsum liggen, in het echte historische centrumgebied, redelijk geconcentreerd bij elkaar. Toch is de afstand van de zuidzijde naar de noordzijde niet gering. De eerder aanwezige leegstand is met de komst van drie modezaken vrijwel opgelost. Met betrekking tot het functioneren van het centrum speelt de Boogbrug een belangrijke rol. Deze Boogbrug is momenteel alleen voor fietsers en voetgangers toegankelijk is. Voor auto's is het niet mogelijk om eenvoudig van de ene naar de andere kant te rijden. Dit heeft tot gevolg dat vaak slechts één deel van het centrum wordt bezocht. Bovendien is de entree voor autoverkeer van het centrum aan de noordzijde een zeer lastige. Via een route langs smalle straten kan de Hoofdstraat-Obergum worden bereikt.

Het centrumgebied is zeer karakteristiek en sfeervol, mede ook dankzij het Winsumerdiep. Water nodigt altijd uit, hoewel het niet echt betrokken wordt bij het winkelen. Horecagelegenheden in het centrum versterken de aantrekkelijkheid van het gehele gebied. Ook de stimuleringsregeling voor het verbeteren en invullen van (leegstaand) vastgoed in het centrum heeft de afgelopen jaren zijn positieve resultaten opgeleverd. De kwaliteit van het centrum is sterk verbeterd.

Buiten het centrumgebied, net over het spoor aan de Onderdendamsterweg is de Aldi supermarkt gevestigd met een ruime eigen parkeervoorziening. Hiermee is ook het discount segment van de supermarkten in Winsum ingevuld.

SWOT-analyse

Sterkte	Zwakte
Winkelaanbod	Uitgestrekt winkelgebied
Het Aanleg	Parkeren centrum
Actieve ondernemers	Geen eenheid
Sfeer en historie	Verkeersstructuur
Kansen	Bedreigingen
Concentratie	Nabijheid stad Groningen
Toerisme en recreatie	Aantal inwoners (en vergrijzing)
Samenwerking	Bedrijfsopvolging
	Online shopping

Kenmerkend voor het centrum is, dat het vooral doelgericht bezocht wordt; ofwel voor de dagelijkse boodschappen ofwel voor de overige winkels. Hierbij wordt veelal een deel van het centrum bezocht. De spreiding van de winkels is dermate groot dat de moeite niet genomen wordt om overal langs te gaan.

Daarnaast zijn winkelcentrum Obergum (blauwe zone) en de Aldi prima bereikbaar, en zij bieden veel van de dagelijks benodigde artikelen. Het deel ten zuiden van de brug mist voor de aantrekkingskracht ook een volwaardige supermarkt. Belangrijk is dat er een beter verblijfsklimaat gecreëerd wordt,

waarbij de parkeersituatie ook in ogenschouw wordt meegenomen. Tevens is dan wellicht sprake van eenrichtingsverkeer, vanaf de noordzijde richting het zuiden. In het kader van de aanvulling met de subsidieregeling “Plus op de vier centra Het Hogeland” liggen hier kansen voor Winsum.

Bij het totaalpakket van Winsum hoort duidelijk ook Het Aanleg, en in mindere mate (qua winkelomvang) ook Lombok; het grootschalige gebied Het Aanleg voorziet duidelijk in een behoefte van de klanten. De samenwerking van Het Aanleg met het centrum kan nog beter. De afstand tussen beide winkelgebieden is groot, maar combinaties tussen ondernemers kunnen bezoekers wel stimuleren om ook het andere gebied te bezoeken. Het toerisme speelt nog een ondergeschikte rol voor de detailhandel en horeca in Winsum; toch liggen hier wel degelijk kansen. Winsum is een sfeervolle plaats met volop mogelijkheden aan het water.

Voor de versterking van de sfeer en de beleving in het centrum is het zeer wenselijk dat er evenementen en activiteiten worden georganiseerd. De Stichting Promotie Winsum houdt zich hier mee bezig en verdient zoveel mogelijk ondersteuning van alle betrokkenen.

Evenals in Bedum geldt ook voor Winsum dat het gevoelig is voor de landelijke ketens, die vooral in dit soort plaatsen aanwezig zijn. Feit is ook dat ze vaak een relatief grotere oppervlakte kennen dan de lokale ondernemers; hierdoor valt het sterk op als er inderdaad een winkelketen vertrekt. Vooralsnog is hiervan geen sprake in Winsum.

4.3 Uithuizen

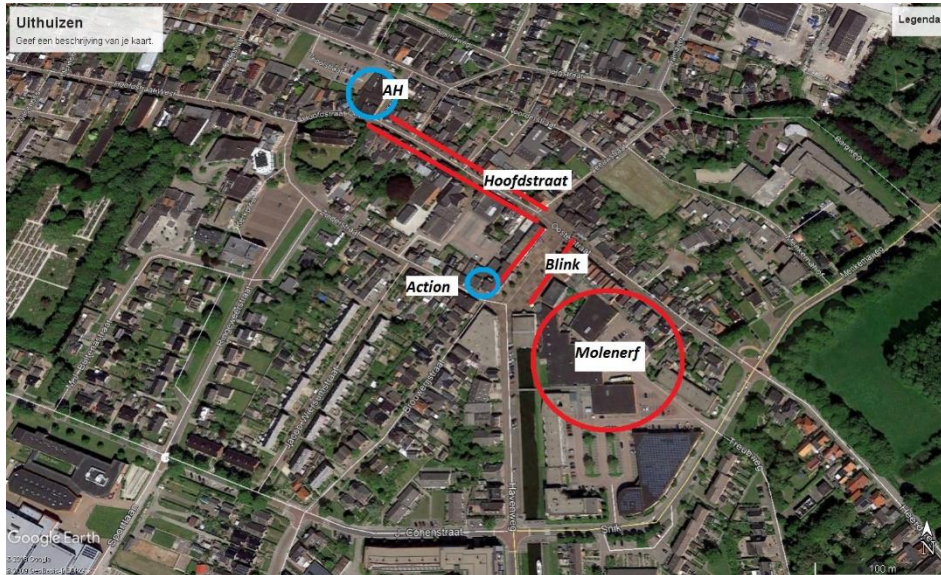
Uithuizen ligt in het noordoosten van de provincie en gemeente. Het is één van de hoofddorpen met een (beperkt) regionaal verzorgende functie. De plaats telt minder inwoners dan Winsum en Bedum, maar het kent wel een groot winkelaanbod en veel kleinere kernen er omheen. De afstand tot de stad Groningen bedraagt meer dan 25 kilometer. Vooral door deze grote afstand heeft Uithuizen een eigen positie in de omgeving verworven.

Winkelstructuur

In Uithuizen liggen de meeste winkels aan de Hoofdstraat Oost, de Blink en het Molenerf. Daarnaast zitten er nog enkele winkels aan de Hoofdstraat-West. Belangrijke trekkers aan de Hoofdstraat Oost zijn o.a. de supermarkt van AH, Hema en Blokker. Aan de Blink zijn Action, Kruidvat en Ter Stal gevestigd. Aan het Molenerf zijn de supermarkten van Jumbo, Aldi en Lidl gevestigd. Vanaf het Molenerf is er nog geen goede zicht- en looproute naar de Blink, maar daar wordt momenteel, in het kader van de aanpak van het centrum volop aan gewerkt. In de Hoofdstraat zelf zijn de trekkers redelijk verspreid over de straat, maar ook staan hier panden leeg en zijn diverse panden met andere functies ingevuld. Dit

zorgt voor een onderbreking van het winkelfront, hetgeen niet aantrekkelijk is voor bezoekers.

Figuur 4.3 Winkelgebied Uithuizen



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

In de Hoofdstraat is langsparkeren mogelijk. De overige parkeergelegenheid ligt achter de Hoofdstraat en bij de supermarkten. Wat sfeer en gezelligheid betreft heeft de Hoofdstraat het nodige te bieden. Het eigen karakter van Uithuizen komt hier het best tot uiting. Op dit moment wordt gewerkt aan het terugbrengen van het water op de Blink. Met de herinrichting van de openbare ruimte wordt de uitstraling Blink sterk veranderd, van een groot, stenig en kale openbare ruimte naar een sfeervol verblijfsgebied. Wat wel goede aandacht vraagt is een goede functionele invulling van de (nieuwe) wand en heldere zicht- en looplijnen. Het Molenerf is een functionele parkeerruimte voor met name de aanwezige supermarkten en overige winkels aan het Molenerf, maar die met de nieuwe plannen ook beter kan werken als bronpunt voor het hele centrum.

De huidige locatie van de Albert Heijn en omgeving verdient de komende periode, zowel qua functionele invulling als inrichting en uitstraling extra aandacht. Het versterken van dit bronpunt van het centrum met een extra winkeltrekker en een forse verbetering van de looproutes en zichtlijnen (mogelijk door sloop van enkele panden, staat gepland) en een verbetering van de inrichting van de openbare ruimte is gewenst.

SWOT-analyse

In Uithuizen zijn vier supermarkten aanwezig, zowel fullservice als discount. Van deze 4 zijn er 3 rond de 1.000 m² vwo groot, de 4^e (Aldi) is aanzienlijk kleiner. Dit betekent dat er kwalitatief geen sterk supermarktaanbod is. Hierdoor is het aannemelijk dat de consument sneller uitwijkt naar aankopen via het internet. In

principe zou het beter zijn wanneer er 3 moderne supermarkten van voldoende oppervlakte zouden zijn. Helaas is dit niet het geval en ook niet realistisch om te verwezenlijken. De verdeling van de supermarkten over het centrum is evenmin ideaal. Drie supermarkten zitten aan de oostzijde bij het Molenerf, terwijl AH alleen aan de westkant van het centrum zit. In de aanpak van het centrum wordt momenteel in beeld gebracht of de Aldi mogelijk naar de omgeving van de Albert Heijn kan worden verplaatst.

Sterkte	Zwakte
4 supermarkten	Verdeling supermarkten
Fors recreatief/mode-aanbod	Veel leegstand
Afstand tot grote kernen	Sfeer in centrum
	Presentatie en profilering winkels
	Omgeving Albert Heijn
Kansen	Bedreigingen
Inrichting openbare ruimte	Online shopping
Samenwerking ondernemers	Vergrijzing en ontgroening
Aanpak locatie Albert Heijn en omgeving	
Verplaatsen ondernemers van buiten kernwinkelgebied naar binnen	

Verder is in Uithuizen sprake van een fors modisch aanbod; hierin komt de regionale verzorgingsfunctie van de kern voor de omgeving naar voren. Het aanbod is echter wel erg royaal; mogelijk dat mede hierdoor (deels storende) leegstand aanwezig, een leegstand die momenteel op een te hoog niveau ligt.

De markt biedt op de zaterdag een toegevoegde waarde aan het centrum van Uithuizen. Met de herinrichting van de Blink wordt ook nagedacht over een goede nieuwe locatie voor de markt. Voor wat betreft de locatie van de markt pleiten wij voor een zoveel mogelijk directe relatie tussen de winkels en de ambulante handel. De locatie De Blink voldoet daaraan. Te allen tijde moet voorkomen worden dat de markt "los" van het centrum gaat functioneren.

Vanwege de grote afstand tot andere kernen met een bovenlokale functie heeft Uithuizen de huidige positie opgebouwd. Het is echter niet eenvoudig om deze positie te behouden. Eén van de bedreigingen is afkomstig van het online shoppen. Wanneer het centrum niet aantrekkelijk genoeg is voor een bezoek is het gemakkelijk om vanaf de bank producten te bestellen. Een andere bedreiging betreft het beperkte inwonertal, dat bovendien daalt en vergrijsst. Ondernemers zullen ook op de vergrijzing kunnen en moeten inspelen. Het is erg belangrijk dat de randvoorwaarden voor het functioneren van het winkelgebied optimaal ingevuld worden. Het professionaliseren van het ondernemerschap is naast de fysieke aanpak van het centrum een noodzakelijk aandachtspunt. De huidige presentatie en profilering van de winkels blijft achter en de samenwerking tussen

ondernemers, op basis van een helder DNA-profiel, kan ondernemers extra omzet opleveren.

Voor de versterking van de sfeer en de beleving in het centrum is het zeer wenselijk dat er evenementen en activiteiten worden georganiseerd. De Stichting Ondernemersfonds Uithuizen houdt zich hier mee bezig en verdient zoveel mogelijk ondersteuning van alle betrokkenen.

Buiten het kernwinkelgebied (zoals aan de Hoofdstraat-West) zijn nog enkele winkels gevestigd; onderzoek naar mogelijke verplaatsing richting het kernwinkelgebied is aan te raden.

Na de herinrichting van het centrum dient het centrum ook zodanig interessant te zijn dat de bezoekers aan de Menkemaborg ook verleid worden om een bezoek te brengen aan het centrum. Hiervoor zal de looproute tussen de borg en het centrum nog eens goed bekeken moeten worden.

4.4 Uithuizerveeden

Uithuizerveeden is een dorp, dat op slechts 5 kilometer van Uithuizen ligt. Het centrum, met vooral het aanbod aan dagelijkse goederen, heeft een lokale verzorgingsfunctie. Dit geldt echter niet voor de grote meubelzaak Scherer Meubelcentrum. Dit bedrijf heeft een regionaal verzorgende functie. Vanwege het doelgerichte bezoek aan deze onderneming zullen de overige winkelvoorzieningen echter maar weinig merken van de regionale trekkracht van Scherer.

Winkelstructuur

Figuur 4.4 Centrum Uithuizerveeden



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Nagenoeg alle winkels van Uithuizermeeden bevinden zich in het centrum. Het centrum bestaat uit de Hoofdstraat in en nabij het Johan van Veenplein. De belangrijkste trekker hier is de supermarkt van Coop. Deze supermarkt is ongeveer 1.000 m² wvo groot, hetgeen prima is voor een plaats met de omvang van Uithuizermeeden.

Aanvullend is het dagelijks aanbod uiterst beperkt. Dat geldt ook voor de niet-dagelijkse sector; de grote meubelzaak Scherer zit iets verder van het centrale plein af. In de omgeving van het plein zijn wel enkele horecavoorzieningen. Tenslotte kan nog gemeld worden dat op zaterdagochtend de weekmarkt gehouden wordt op het plein. Desondanks blijft hier dan voldoende parkeergelegenheid over. In Uithuizermeeden is wel sprake van leegstand. Deze ligt op een te hoog niveau; met het transformeren van winkelruimte naar woningen is reeds een start gemaakt.

SWOT-analyse

Sterkte	Zwakte
Moderne supermarkt	Weinig aanvullend aanbod
Aanwezigheid horeca	Beperkt draagvlak
Scherer Meubelcentrum	Leegstand
Kansen	Bedreigingen
Transformatie winkelfunctie	Online shopping
	Aantal inwoners

Zoals voor veel dorpen is ook voor Uithuizermeeden de aanwezigheid van een supermarkt – van redelijke omvang – van groot belang. Verder is er weinig aanvullend aanbod op winkelgebied. Wel is er de nodige horeca te vinden, wat vooral ook een functie voor toeristen heeft. Het consumenten draagvlak is echter gering; het aantal inwoners is beperkt en ook van buiten het dorp zullen relatief weinig mensen naar Uithuizermeeden gaan voor hun boodschappen. Dit aantal zal bovendien afnemen; de bevolking in de omgeving is al sterk vergrijsd.

Inmiddels wordt al gewerkt aan het transformeren van leegstaande winkelpanden naar andere functies. Voor de toekomst is dit de juiste oplossing. Gezien het inwonertal en de groei van het online shoppen neemt het draagvlak de komende tijd eerder af dan toe.

4.5 Leens

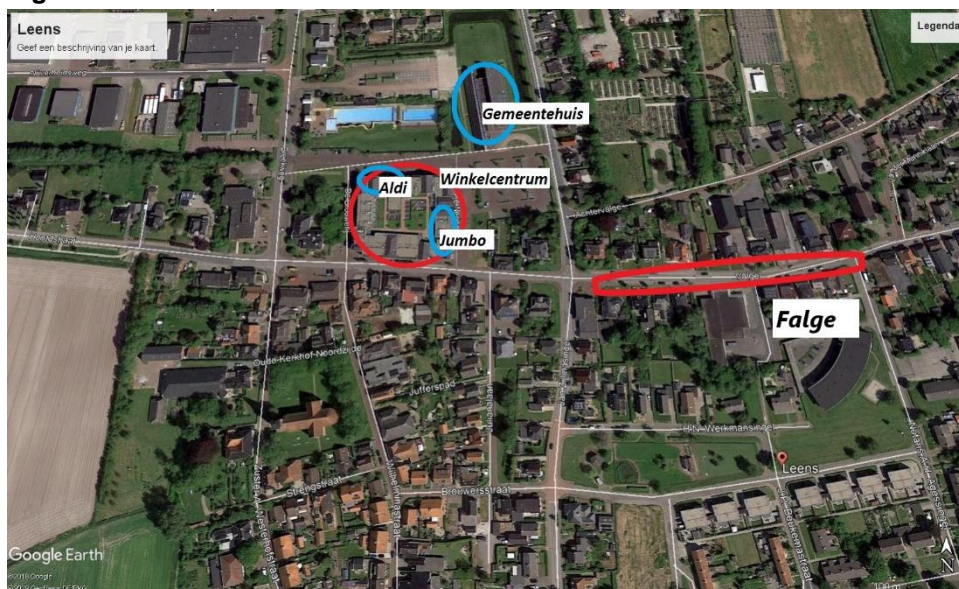
Leens ligt in het noordwesten van de gemeente en provincie. De afstand tot de stad Groningen bedraagt meer dan 25 kilometer; naar Winsum – dat op de route ligt – is de afstand 13 kilometer. De doorgaande route (N361) naar Lauwersoog

loopt langs Leens. Evenals in Winsum, Bedum en Uithuizen is ook in Leens een locatie voor het gemeentehuis gebleven na de samenvoeging van de gemeenten. De keuze die in de voormalige gemeente De Marne is gemaakt voor het bouwen van het winkelcentrum in Leens heeft ertoe geleid dat de verzorgingsfunctie van Leens bovenlokaal is. Van het oorspronkelijke plan is alleen de eerste en grootste fase uitgevoerd. De mogelijkheid tot verdere uitbreiding (en daarmee concentratie) is nog aanwezig. In een groot gebied rondom Leens zijn weinig (winkel-) voorzieningen aanwezig; in sommige gevallen een buurtsuper. Vooral vanwege de nabije aanwezigheid van het Lauwersmeergebied en de diverse accommodaties speelt het toerisme een belangrijke rol in de voormalige gemeente De Marne en in Leens.

Winkelstructuur

In het centrum van Leens is het winkelcentrum met de twee supermarkten (Jumbo en Aldi) het hart van de bewinkeling geworden. Dit winkelcentrum ligt aan de Hoofdstraat en de Nije Nering en wordt omringd door een royaal parkeerterrein. Verder liggen verspreid langs de Hoofdstraat nog andere winkels, zoals een Marskramer en een modezaak. Deze winkels liggen enigszins verspreid langs de doorgaande weg. Buiten het centrale winkelgebied liggen ook nog verschillende winkels. Naast de supermarkten is in de dagelijkse sector tevens een bakker, een DA-drogist en een apotheek aanwezig. In de niet-dagelijkse sector is in de diverse branches veelal wel een winkel aanwezig, waardoor het aanbod redelijk compleet is. Er zijn diverse winkels op het gebied van plant & dier aanwezig.

Figuur 4.5 Centrum Leens



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Het winkelcentrum is als een blok gebouwd, waarbij Jumbo en Aldi elk aan een kant zitten, met andere winkels er tussenin. Ze hebben echter geen zichtrelatie

met elkaar en evenmin met de Hoofdstraat. Door de opzet van het winkelcentrum zijn verbindingen ook zeer lastig te leggen; de winkels kunnen hierdoor ook moeilijk profiteren van elkaars nabijheid. In het winkelcentrum 'De Marren' is nog wel sprake van enige leegstand.

De bibliotheek is momenteel gevestigd aan de rand van het winkelcentrum; zij zal binnenkort dit pand moeten verlaten en elders onderdak moeten vinden.

Onderzocht is of het winkelcentrum de Marren een optie zou kunnen zijn.

Uiteindelijk is hier niet toe besloten. De bibliotheek gaat in de loop van 2020 naar de centrale hal van het gemeentehuis in Leens. Daarmee zouden de huidige huurders van het winkelcentrum in principe kunnen blijven zitten.

SWOT-analyse

Sterkte	Zwakte
Supermarkten	Locatie weekmarkt
Aanbod redelijk geconcentreerd	Samenhang winkels winkelcentrum
Gemeentehuis	
Positie in omgeving	
Kansen	Bedreigingen
Samenwerking ondernemers	Online shopping
Toerisme, recreatie en natuur	Aantal inwoners en vergrijzing
Verdere concentratie	Opvolging
Mogelijkheden fase 2 en 3	
Signing vanaf N361/marketing	

Het aanwezige aanbod voor frequent benodigde goederen in Leens bevindt zich redelijk geconcentreerd bij elkaar, op een goed bereikbare locatie. Toch liggen diverse winkels verspreid over de plaats; verdere concentratie zou hier gewenst zijn. De supermarkten zijn nog van voldoende oppervlakte, zijn modern, en vullen elkaar goed aan. Tegenwoordig zijn supermarkten evenwel groter; vandaar ook de plannen van zowel Jumbo als Aldi om uit te breiden. Door de omvang van de plannen zal niet alleen de leegstand worden opgelost, maar zullen mogelijk ook niet alle gebruikers kunnen blijven zitten. Aanvullend aan de supermarkten is sprake van een beperkt, maar redelijk compleet aanbod. In het winkelcentrum is het daarbij wel jammer dat de winkels nauwelijks een relatie met elkaar hebben. Aan de Valge, oostelijk van het winkelgebied, staat al jaren de voormalige supermarkt van Golf leeg. Zoals alle supermarkten gaat het om een relatief groot pand van ruim 700 m². Inmiddels lijkt er een nieuwe invulling voor te zijn gevonden met een "Op=Op"-achtige formule.

De nieuwe gemeente heeft vier gemeentelijke locaties opengehouden, dus ook in Leens. Dit is voor Leens van groot belang; het gemeentehuis ligt direct naast het winkelcentrum.

De aanwezigheid van de weekmarkt is, ook juist voor de bezoekers uit de regio, heel belangrijk. De huidige locatie voldoet niet echt. Momenteel worden parkeerplaatsen bezet door de markt, waar ze juist nodig zijn als parkeerplaats

voor bezoekers. Hierdoor kunnen de winkels en de markt onvoldoende van elkaar profiteren. Veel bezoekers doen hun boodschappen op de fiets of met de auto. De invoering van een blauwe zone is onderwerp van studie op dit moment. Het ontbreken van adequaat openbaar vervoer in de regio is voor ondernemingen ook een probleem. Een supermarkt heeft veel personeel nodig, dat niet allemaal uit Leens zelf afkomstig is. Omdat het openbaar vervoer niet heel uitgebreid aanwezig is, belemmert dit soms de inzet van jongeren.

Samenwerking tussen ondernemers is in plaatsen als Leens erg belangrijk; het is aan te bevelen om zoveel mogelijk het totaalpakket van Leens onder de aandacht te brengen van bezoekers. Ook samenwerking van de ondernemers met die uit de andere dorpen in de gemeente is wenselijk.

Net als in veel andere dorpen in de gemeente geldt ook in Leens dat het consumenten draagvlak gering is en verder zal afnemen. In het dorp is sprake van forse vergrijzing, het inwonertal zal verder gaan dalen, en de groei van het online shoppen zal blijven. Hier staat tegenover dat er duidelijke kansen aanwezig zijn in het toerisme, met name het kleinschalige toerisme. Het aantal dagrecreanten vanuit het Lauwersmeergebied ligt boven de 1 miljoen. Het aantal overnachtingen per jaar in de voormalige gemeente De Marne bedroeg 250.000 (aantal via toeristenbelasting). Voor deze bezoekers is een compleet en geconcentreerd aanbod een sterk punt. Bij de bouw van het huidige winkelcentrum (fase 1) is ook een fase 2 en 3 in gedachten gehouden. Mogelijk liggen hier in de toekomst kansen voor het verder concentreren van het huidige aanbod in Leens, door verplaatsingen van ondernemers van buiten het huidige winkelgebied. De bereikbaarheid via de N361 is goed; het verwijzen naar het winkelgebied laat nog te wensen over.

4.6 Warffum

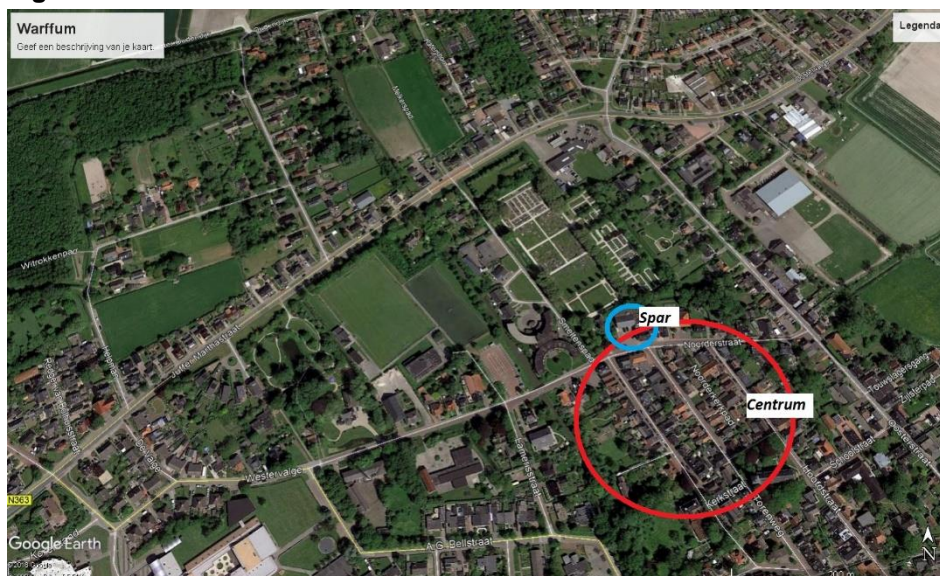
Warffum ligt ten noorden van Winsum, aan de weg (N363) van Ranum naar Roodeschool. De afstand tot de stad Groningen bedraagt meer dan 20 kilometer; naar Winsum is de afstand 10 kilometer. Warffum ligt tevens aan de spoorlijn Groningen- Eemshaven, en heeft ook een station. De winkels van Warffum kennen een lokale verzorgingsfunctie.

Winkelstructuur

In Warffum kan nauwelijks gesproken worden van een winkelstructuur; de aanwezige winkels liggen verspreid door het dorp. Voor de dagelijkse voorzieningen is de Spar aan de Noorderstraat de belangrijkste winkel. Deze winkel is naar moderne maatstaven aan de kleine kant. Verder zijn in het dorp o.a. een modezaak, hobbywinkel en bloemen- en dierenzaak aanwezig. Alle winkels worden vooral doelgericht bezocht. De afstanden in het dorp zijn gering, zodat het geen probleem mag zijn dat de winkels niet direct naast elkaar zijn gelegen. In het dorp staan enkele panden leeg; hierdoor liggen de leegstandspercentages meteen hoog. In het straatbeeld zijn meer voormalige

winkels zichtbaar, die inmiddels een transformatie naar een andere functie (veelal wonen) hebben doorgemaakt.

Figuur 4.6 **Centrum Warffum**



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

SWOT-analyse

Zoals voor veel dorpen is ook voor Warffum de aanwezigheid van een supermarkt van groot belang. Verder is er weinig aanvullends op winkelgebied. Wel is er de nodige horeca te vinden, wat vooral ook een functie voor de toeristen heeft. Warffum heeft als plaats het nodige te bieden voor toeristen. Extra inkomsten vanuit het toerisme zorgen vaak voor de noodzakelijke aanvulling van de omzet. Het consumenten draagvlak is echter gering; het aantal inwoners is beperkt en ook van buiten het dorp zullen relatief weinig mensen naar Warffum gaan voor hun boodschappen. Dit aantal zal bovendien afnemen; de bevolking is al sterk vergrijsd.

Sterkte	Zwakte
Supermarkt	Nauwelijks aanvullend aanbod
Horeca aanbod	Leegstand
Kansen	Bedreigingen
Historie/toerisme	Online shopping
	Gering draagvlak

Nog sterker dan de hiervoor besproken plaatsen in de gemeente geldt ook in Warffum dat het consumenten draagvlak gering is en verder zal afnemen. In het dorp is sprake van forse vergrijzing en ontgroening, het inwonertal zal verder gaan dalen, en de groei van het online shoppen zal blijven.

4.7 Baflo

Baflo ligt tussen Winsum en Warffum, aan de weg (N363) van Ranum naar Roodeschool. De afstand tot de stad Groningen bedraagt bijna 20 kilometer; naar Winsum is de afstand slechts 5 kilometer. Baflo ligt tevens aan de spoorlijn Groningen- Eemshaven, en heeft ook een station. De winkels van Baflo kennen een lokale verzorgingsfunctie.

Winkelstructuur

De bewinkeling in Baflo is vooral aanwezig langs de Heerestraat, waar ook de supermarkt gevestigd is, en de Sijsmaweg. Ook elders in de plaats zijn nog enkele winkels aanwezig.

De supermarkt ligt redelijk centraal in het dorp, met parkeergelegenheid direct ernaast. Aan de overkant is het dorps huis gevestigd. Ook de apotheek is in deze straat aanwezig. In feite zijn diverse functies dichtbij elkaar gelegen in het dorp. Naast de supermarkt is aanvullend nog onder meer een bakker en slager aanwezig. Verder is een woninginrichtingszaak en een fietsenzaak aanwezig. Elders in het dorp zijn o.a. kwekerijen gevestigd. Alle winkels worden vooral doelgericht bezocht. In het dorp staan geen panden leeg.

Figuur 4.7 Centrum Baflo



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

SWOT-analyse

Evenals voor Warffum is ook voor Baflo de aanwezigheid van een supermarkt van groot belang. Verder is in het dorp nog een gevarieerd winkelaanbod, terwijl ook andere functies aanwezig zijn. Het horeca-aanbod is beperkt. Met de historische ambiance en mogelijkheden voor het toerisme is dat jammer. Extra inkomsten voor de ondernemers zijn wenselijk, aangezien het eigen verzorgingsgebied relatief beperkt is. Op korte afstand liggen bovendien diverse andere kernen met een aanbod aan winkels. Het consumenten draagvlak is gering en zal in de toekomst eerder af- dan toenemen gezien de vergrijzing. Een sterk punt in het dorp is de goede samenwerking tussen de ondernemers en het saamhorigheidsgevoel. Naast het geringe draagvlak is vooral de groei van het online shoppen een bedreiging voor Baflo.

Sterkte	Zwakke
Supermarkt	Beperkt verzorgingsgebied
Gevarieerd aanbod	Horeca, detailhandel ondersteunend
Historie	
Saamhorigheidsgevoel ondernemers	
Kansen	Bedreigingen
Historie/toerisme	Online shopping
	Gering draagvlak

4.8 Zoutkamp

Zoutkamp ligt op de grens van de provincies Groningen en Friesland. Het Lauwersmeer ligt vlakbij; bovendien is er via de sluis bij Lauwersoog verbinding met de Waddenzee. Naast de garnalen is het toerisme van groot belang voor het dorp. Zoutkamp zelf is een klein dorp met een inwonertal van bijna 1.200. De afstand tot de stad Groningen bedraagt meer dan 30 kilometer; naar Leens is de afstand 8 kilometer. Het winkelgebied van Zoutkamp heeft een lokale verzorgingsfunctie, met een duidelijke toeristische component.

Winkelstructuur

Zoutkamp heeft een centrum, dat direct tegen het water en de haven aanligt. De aanwezige winkels zijn allen nabij het water en centrum gevestigd. De belangrijkste straten zijn de Sluisweg en de Dorpsstraat/het Dorpsplein.

Figuur 4.8 Centrum Zoutkamp



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Op het gebied van de detailhandel is hier de belangrijkste winkel, te weten de Sparsupermarkt, gevestigd. Deze supermarkt is evenwel gering in oppervlakte. Aanvullend zijn een bakker en slager aanwezig, tegenover de supermarkt. Het is mogelijk om langs de straat te parkeren. Horeca is in de vorm van een cafetaria ook bij de Spar aanwezig, maar verder vooral bij de sluis en langs het water.

SWOT-analyse

Sterkte	Zwakte
Supermarkt	Geïsoleerde ligging
Horeca	Beddencapaciteit
Ambiance/water	
Kansen	Bedreigingen
Toerisme	Online shopping
Samenwerking tussen sectoren	Gering draagvlak

De aanwezigheid van dagelijkse voorzieningen, waaronder een kleine supermarkt en bakker en slager is van groot belang voor een plaats als Zoutkamp. Het ligt relatief ver van andere plaatsen verwijderd. Bovendien is het toerisme een factor van belang. Het toerisme is een belangrijke pijler voor het kunnen functioneren van de aanwezige winkels; het onderzoeken van de beddencapaciteit in de omgeving is wenselijk om verdere mogelijkheden voor recreatie en toerisme in beeld te brengen. In Zoutkamp zijn diverse horecavoorzieningen aanwezig. Juist in een toeristische plaats zijn deze van groot belang. De sluis, de haven en het water brengen van nature veel sfeer in

een plaats. De grootste kansen voor een plaats als Zoutkamp liggen dan ook in het toerisme; hiervoor is het goed als de verschillende ondernemers goed met elkaar samenwerken, over de grens van de eigen sector heen. De 'blurring' kan hier goed toegepast worden; het gaat dan om horeca en detailhandel, maar ook dienstverlening en het toerisme kunnen hierin een rol spelen. Op basis van een goede afstemming onderling kunnen ondernemingen elkaar versterken en kan de omzet verhoogd worden.

Evenals in de andere kleinere dorpen komen de bedreigingen van de kant van het online shoppen en van het geringe consumentendraagvlak. Dit laatste speelt in Zoutkamp nog sterker, aangezien het een beperkt achterland heeft.

4.8 Overige dorpen

Voor de overige dorpen geldt dat er weinig tot geen winkelvoorzieningen aanwezig zijn. In het centrumdorp Eenrum is wel een kleine supermarkt aanwezig (een CoopCompact); verder is het aanbod beperkt. In totaal is ruim 600 m2 wvo aanwezig, verdeeld over 4 winkels. In het centrumdorp Sauwerd is de Dorpswinkel gevestigd. In deze en alle overige dorpen is (beduidend) minder dan 1.000 m2 wvo aanwezig, verdeeld over 1 of enkele winkels. Deze winkels zijn van grote waarde voor de leefbaarheid in het dorp. Verder is in Kruisweg/Kloosterburen ook nog een kleine supermarkt aanwezig.

Voor het overige gaat het vooral om solitaire winkels met hun eigen trekkracht, zoals o.a. het tuincentrum in Zuidwolde. In deze kleinere dorpen zal de nadruk met name op de leefbaarheid liggen, waarbij de detailhandel mogelijk een onderdeel kan zijn. Het gaat evenwel ook om overige voorzieningen zoals een dorpshuis, een school, een huisarts of een fysiotherapeut. Op meerdere plekken wordt door de bewoners, samen met de gemeente, er alles aan gedaan om de laatste voorziening in stand te houden. Dit soort lokale initiatieven zijn voor de sociale cohesie van dorpen prima, maar kunnen niet voorkomen dat het vaak de laatste strohalm is om een voorziening (semi)commercieel overeind te houden. Dorpen waar de laatste winkelvoorziening is verdwenen blijven leefbare dorpen. Zeker met de aankopen via internet en bezorgdiensten zijn alternatieven voor aankopen in beeld te brengen. Overigens bestaat voor diverse dorpen een dorpsvisie of gebiedsagenda; op basis hiervan worden kunnen initiatieven vanuit het dorp opgestart worden.

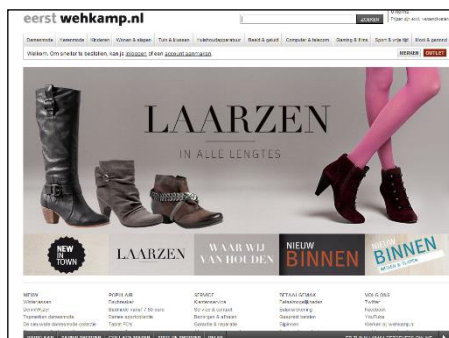
5 Trends en ontwikkelingen in de detailhandel

Op landelijk niveau spelen trends die ook op regionaal of lokaal niveau zichtbaar zijn. Diverse trends zullen vroeg of laat gevolgen hebben voor het te voeren gemeentelijke detailhandelsbeleid. De belangrijkste trends geven we hier weer. Voor de demografische ontwikkelingen verwijzen we naar hoofdstuk 2.2.

Diversiteit bezoekmotieven

De dynamiek in de detailhandel is groot. Vraag en aanbod zijn sterk in ontwikkeling. Ontgroening en vergrijzing veranderen de samenstelling van de bevolking. Door de veranderende economische bestedingsmogelijkheden per doelgroep en de toenemende mobiliteit en vrije tijd worden steeds hogere eisen gesteld aan het aanbod. Ontwikkelingen in communicatie, informatica en logistiek maken nieuwe formules en afzetkanalen mogelijk (factory outlet, e-commerce). Naast schaalvergroting (fusies, grotere units, filialisering en ruimere openingstijden) vindt verdere specialisatie plaats naar doelgroepen en producten. Formules volgen elkaar steeds sneller op, het trekkerbeeld in centra wijzigt en nieuwe buitenlandse formules komen op de markt. Ook vervallen de grenzen tussen detailhandel, horeca en andere aanbieders. Nieuwe integrale vormen van vrijetijdsbesteding (leisure) ontstaan.

Deze nieuwe vorm van tijdsbesteding is het sterkst waarneembaar in de winkelcentra van grote steden. Ook winkelcentra van kleinere kernen die meer bieden dan de dagelijkse voorzieningen kunnen van deze trend profiteren. De mate waarin een centrum als gezellig wordt ervaren, een goede samenstelling van het winkelaanbod, branchering, aanwezigheid van horeca en een gunstige verkeerssituatie (bereikbaarheid, parkeren en veiligheid) zijn daarvoor belangrijke voorwaarden.



Thuiswinkelen

De opkomst van het gebruik van internet voor het doen van aankopen is de afgelopen jaren sterk blijven stijgen. In 2007 bedroegen de bestedingen ongeveer 5 miljard, in 2013 ruim 10 miljard euro, en in 2018 inmiddels ruim 23 miljard euro. De groei is de afgelopen jaren derhalve steeds sneller gegaan.

Bij het online shoppen wordt onderscheid gemaakt in producten en diensten (o.a. tickets, reizen). Voor de retail zijn vooral de onlineproducten van belang. Deze

laten een veel sterkere groei zien dan de diensten. Inmiddels zijn de bestedingen aan producten ook hoger dan die aan diensten. Het aandeel bestedingen, dat online gedaan wordt aan producten is van bijna 8% in 2014 gestegen naar inmiddels 13 à 17% in 2018. Behalve de branches mode en speelgoed laat ook de food sector – hoewel in absolute zin nog klein - sterke groeipercents zien. Het via het internet bestellen en vervolgens het ophalen van de bestellingen bij Pick-up-points wordt steeds normaler. Ook de bezorgservices en maaltijdboxen spelen hierin een grote rol.

De 'social media' vervullen een steeds belangrijker rol in het leven van een consument. De smartphone is onontbeerlijk geworden. Potentiële consumenten kunnen op elke gewenste plek altijd van de meeste actuele aanbiedingen op de hoogte gehouden worden en kunnen daar vervolgens ook naar handelen. De social media worden volledig geïntegreerd in de online proposities. Zij dichten de kloof tussen het online en offline aanbod. Winkels maken inmiddels veel gebruik van de technische mogelijkheden; apps bieden vele kansen.

Hoewel de komst van het internet aanvankelijk heeft geleid tot het deels verdwijnen van bepaalde soorten winkels (fotozaken, reisbureaus), zien we nu ook een omgekeerde trend ontstaan. Enkele online-aanbieders kiezen ervoor om ook met een fysieke winkel in de stad aanwezig te zijn. Coolblue is hier een goed voorbeeld van.

Schaalvergroting

Voor kleinschalige winkelcentra is het steeds moeilijker aan de toenemende eisen van de consument te voldoen. Er vindt een schaalvergroting plaats in de voorzieningenstructuur. De consument verwacht een completer assortiment, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. De noodzakelijk benodigde massa (=aantal m² wvo) voor een winkelgebied neemt toe. Ook op het niveau van de winkel vindt dit proces plaats: tien jaar geleden was een supermarkt van 600 à 800 m² wvo voldoende groot, tegenwoordig heeft een fullservice supermarkt het dubbele nodig. Ondernemers hebben daardoor soms een groter pand nodig om zich te huisvesten. Deze extra ruimte is in de bestaande compacte, historische centra vaak beperkt beschikbaar. Mede gezien de gewenste bereikbaarheid voor de consument en een efficiënte bevoorrading wordt de vraag naar een vestiging buiten bestaande winkelcentra steeds groter.

Branchevervaging en blurring

Sterk samenhangend met de schaalvergroting is de trend van de branchevervaging. Eenieder kent de voorbeelden in zijn eigen omgeving; bouwmarkten verkopen ook planten, tuincentra verkopen ook huishoudelijke artikelen, supermarkten verkopen ook mediaproducten. Hier is sprake van een onomkeerbaar proces. Ook tussen sectoren treedt vervaging op, horecaconcepten met detailhandelsverkoop en omgekeerd komen steeds meer in beeld ('blurring'). Meerdere disciplines worden onder een dak aangeboden,

zoals retail, horeca, cultuur en vermaak. Een al langer bestaand voorbeeld is de bakker met lunchroom, maar ook in het kader van de behoefte aan beleving (zie verderop) komen steeds meer nieuwe concepten in beeld.

Toenemende concurrentie van winkelgebieden

De detailhandel heeft te maken met een toenemend aantal vierkante meters aan winkelruimte. De groei van winkelruimte is veel groter dan de groei van de bevolking en de bestedingen. De uitbreiding van het aantal vierkante meters en de komst van nieuwe, vaak in de periferie van steden gelegen winkelgebieden kan leiden tot extra (verdringings-)concurrentie. Het legt in tijden van stagnerende bestedingen een grote druk op de vloerproductiviteit. Afnemende vloerproductiviteit en de druk op marges kunnen het rendement van de detailhandel ondermijnen.

Identiteit en authenticiteit, beleving

De laatste jaren zijn identiteit en authenticiteit belangrijke thema's in het ruimtelijk beleid, en een middel om een gebied onderscheidend vermogen te geven. Hierdoor kan een stad, wijk of regio op de kaart en in de markt geplaatst worden. De consument is door de toegenomen mobiliteit en behoefte aan andere vormen van tijdsbesteding bereid om langere afstanden af te leggen naar aantrekkelijke winkelcentra. Het onderscheid tussen het doen van boodschappen – efficiënt aankopen doen – en shoppen is steeds duidelijker geworden. Wanneer de consument ervoor kiest om te gaan shoppen, zijn de omgeving, sfeer en ambiance heel belangrijk. Deze 'beleving' van een winkelgebied wordt bepaald door diverse elementen. Het gaat dan onder andere om de servicegraad, de parkeergelegenheid, de inrichting van de openbare ruimte, de aanwezigheid van evenementen, de kwaliteit van de (dag)horeca, technologische snufjes zoals gratis wifi en apps met aanbiedingen. Bij parkeren gaat het niet alleen om de beschikbaarheid van een parkeerplaats, maar ook of deze gratis is, voldoende maatvoering heeft en op welke afstand van de winkel hij ligt. Dit alles draagt sterk bij aan het realiseren van een eigen identiteit van een stad of kern.

Wegvallen van het middensegment

Juist het afgelopen jaar hebben we gezien dat de afhankelijkheid van een keten of franchiseformule risico's met zich meebrengt. Diverse bedrijven hebben te kampen gekregen met een faillissement. Met name het middensegment heeft hier hinder van ondervonden. De profilering is niet altijd meer de juiste, waardoor de bedrijfseconomische situatie voor meerdere ketens nijpender is geworden. Bij een onvoldoende onderscheidend eigen gezicht zijn reeds diverse formules omgevallen. De omgevallen formules beperken zich niet alleen tot middelgrote spelers, maar ook de grote formules met weinig eigen profilering hebben het erg lastig. Bekende voorbeelden die moeilijke tijden doormaken zijn onder meer Hema en Blokker, maar zij hebben het tij (voorlopig) nog kunnen keren. Voor onder meer V&D is dit helaas niet gelukt. Doordat sommige eigenaren meerdere

formules hebben zien we ook dat door herprofilering formules wegvallen of worden toegevoegd aan een andere formule.

Merkontwikkeling

Steeds vaker zijn in het straatbeeld winkels van een bepaald merk te vinden. Merk(en)winkels gaan zich gedragen als retailers; bv. Mexx, Puma, Diesel. Daarentegen gaat de ontwikkeling ook de andere kant op; bv. HEMA is min of meer een merk geworden.

Wijzigend trekkerbeeld

Tot in de jaren '90 van de vorige eeuw waren vooral de Nederlandse warenhuizen belangrijke ankerpunten in de verzorgingsstructuur. Het succes van de drie grote Nederlandse warenhuizen (V&D, Bijenkorf en HEMA) is de afgelopen tijd echter zeer wisselend geweest; V&D is inmiddels verdwenen. Nieuwe winkelketens bepalen nu eveneens looproutes in winkelgebieden. De positionering van formules als de Mediamarkt en Zara is voor de winkelstructuur zeer belangrijk.

Sanering supermarkten

In de supermarktbranche is Albert Heijn in 2003 gestart met een prijsverlagingsslag. Andere supermarkten volgden snel met prijsverlagingen. Deze langdurige strijd tussen supermarkten heeft geleid tot een saneringsslag binnen de supermarktsector, die nog altijd gaande is. Naast het verdwijnen van de kleinere supermarkten zijn ook diverse supermarktformules, waaronder Edah, Konmar, Nieuwe Weme, C1000 en EmTé verdwenen. Een verdere reorganisatie van de branche is niet ondenkbaar. Dit zal gevolgen hebben voor de supermarktstructuur in de bestaande winkelgebieden.

Opvolgingsproblematiek

De komende jaren bereiken veel ondernemers de pensioengerechtigde leeftijd. Veel zelfstandige ondernemers hebben de laatste jaren echter problemen met de opvolging van hun bedrijf. Het automatisme van 'overdracht van vader op zoon' verdwijnt. Dat betekent uiteindelijk dat veel winkels leeg komen te staan of van gedaante veranderen. Zowel in grote als kleine kernen speelt dit, maar de effecten zijn niet overal gelijk. In grotere plaatsen komt wellicht een filiaalbedrijf in het pand, mede afhankelijk van de locatie van de winkel. In kleinere kernen met een beperkt draagvlak ontstaat vaker leegstand. De ondernemer heeft door de vaak lage vaste lasten het nog lang kunnen volhouden, maar voor een nieuwe start na overname is de exploitatie niet meer rendabel te maken. Behalve leegstand in een dorp geeft dit voor de ondernemer nog meer problemen, aangezien het pand vaak ook dienstdeed als pensioenvoorziening. Ook kan het gevolgen hebben voor de lokale werkgelegenheid. Omdat er in de noordelijke provincies relatief veel kleine dorpen zijn, speelt deze problematiek hier sterker dan elders in het land.

Financiering en huurniveau

Bij gewenste investeringen in een onderneming - of het nu gaat om de start van een onderneming, een vergroting, of een interieuraanpassing - lopen ondernemers vaak aan tegen een financieringsprobleem. Banken blijken veelal niet, of alleen tegen zeer forse tarieven, bereid tot financiering. Ook bij beleggers staat het noorden van het land niet boven aan het lijstje om te gaan investeren. Alternatieve vormen van financiering komen steeds meer in beeld. Crowdfunding en kredietunies bieden nieuwe financieringskansen voor ondernemers. Maar niet alleen de financiering roept problemen op; ook de huurprijzen geven vaak aanleiding tot discussies. De afgelopen jaren zijn op diverse locaties de huurniveaus gedaald, maar niet in alle gevallen is het huurprijsniveau aangepast aan de huidige werkelijkheid. Bovendien blijkt bij onderhandelingen over de huurprijs dat vastgoedpartijen vaak te weinig flexibel zijn om tot een acceptabele constructie voor de huur te komen.

6. Plan van aanpak per winkelgebied/kern

In dit hoofdstuk geven we eerst aan welke kaders een rol spelen bij het opstellen van een visie en een uitvoeringsagenda per plaats. Vervolgens beschrijven we de toekomstige detailhandelsstructuur voor de gemeente Het Hogeland. Daarna gaan we per kern en winkelgebied in het plan van aanpak.

Naast deze acties per winkelgebied zijn er ook acties die in gezamenlijkheid opgepakt kunnen worden.

6.1 Kaders

De hieronder genoemde Europese, landelijke en provinciale kaders zijn van invloed op het gemeentelijk beleid. De gemeenteraad hierop geen invloed. Voor de vaststelling van de uitvoeringsagenda is het van belang om met de genoemde kaders rekening te houden. Na de bovengemeentelijke kaders gaan we in op de gemeentelijke kaders.

Europese/landelijke kaders

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 het discriminatieverbod en de eisen van noodzakelijkheid en evenredigheid.

1. Non-discriminatie betekent dat het verboden is om bedrijven of personen te beperken op grond van de nationaliteit.
2. Branchebeperkingen zijn alleen mogelijk als er algemene belangen zijn die worden gediend. Algemeen belangen kunnen belangen zijn t.a.v. milieu, volksgezondheid of openbare veiligheid. Onder milieu wordt ook het stedelijk milieu of de ruimtelijke ordening gevat.
3. 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.

Om leegstand te voorkomen en leefbaarheid te behouden is het mogelijk een brancheringregeling op te nemen in een detailhandelsvisie en bestemmingplannen. Een rechtszaak tussen de gemeente Appingedam en Visser Vastgoed dit jaar over de Europese Dienstenrichtlijn en een brancheringregeling voor een woonplein heeft deze zomer duidelijk gemaakt dat onder strikte voorwaarden en juiste onderbouwing branchering mogelijk is.

Ladder voor Duurzame Verstedelijking

In 2012 is het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) gewijzigd en is hier de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' aan toegevoegd; de Ladder is gewijzigd per 1 juli 2017. 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 ontwikkeling mogelijk maken, motiveren volgens de Ladder.

Regionale kaders

Provinciale Omgevingsvisie 2016-2020

De provincie Groningen wil inzetten op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Dit wil ze doen door de positie van de kernwinkelgebieden te versterken en perifere vestigingen te beperken. In de "Omgevingsvisie provincie Groningen 2016-2020" staat de wens om te komen tot (regionale) detailhandelsvisies. De visie over detailhandel dient, aldus de omgevingsvisie, bij voorkeur de volgende aspecten te bevatten:

- Streven naar goed evenwicht tussen vraag en aanbod;
- Streven naar concentratie van de (grootschalige) voorzieningen;
- Inzicht geven in de positie en het perspectief van de verschillende winkelgebieden;
- Alternatieven voor kansarme gebieden (herstructurering, sloop, functieverandering); aandacht besteden aan de ruimtelijke effecten van online detailhandel;
- Toetsingskader voor nieuwe ontwikkelingen.

Provinciale Retaildeal

Sinds de start van de landelijke Retailagenda in februari 2015 hebben in oktober 2016 alle provincies, waaronder Groningen, een provinciale retaildeal gesloten. Hierin zijn afspraken tussen marktpartijen en overheden vastgelegd om bestaande winkelgebieden gezond te houden. Doel van de Retailagenda is winkelgebieden compacter en aantrekkelijker te maken. Een belangrijk onderdeel in het Noorden gaat over de samenwerking op een aantal onderdelen. Belangrijk is de informatieoverdracht van provincie naar gemeenten. In het kader hiervan is onder meer het Koopstromenonderzoek en de daaruit voortkomende data gefaciliteerd door de provincie. Daarnaast ondersteunt de provincie het opstellen van (regionale) detailhandelsvisies. Tevens is de versterking van het ondernemerschap een belangrijk thema.

Gemeentelijke kaders

Coalitieakkoord

In de collegeprogramma 2019-2022 'Doar gruit en bluit' van de gemeente Het Hogeland is economie een belangrijk thema. Een van de tien hoofddoelstellingen voor het college is om economische kansen te creëren en te benutten. Als onderdeel hiervan is onder meer opgenomen om in het najaar van 2019 het retail- en winkelbeleid op te stellen. Tevens is aangegeven om in 2020 een nota toerisme en recreatie in 2020 op te stellen. Uiteindelijk is het voornemen om in

2020 een omgevingsvisie vast te stellen, alsmede een woonvisie. Hiermee kan de samenhang tussen de verschillende sectoren ook onder de aandacht worden gebracht.

Toekomstvisie Ruimte

In mei 2017 is een visie op de nieuwe gemeente Het Hogeland samengesteld. Hierin is al aangegeven dat het belangrijk is om integraal naar de verschillende onderwerpen te kijken. T.a.v. de demografie is vermeld, dat men moet anticiperen op veranderingen. Ouderen stellen andere eisen aan de kwaliteit van woningen en de woonomgeving. Naast een aantrekkelijke leefomgeving is duidelijk dat voorzieningen steeds meer geconcentreerd aanwezig zijn in de centrumdorpen en regionale centra in de gemeente. Uitgangspunt is dat de voorzieningen ook vanuit de woondorpen goed bereikbaar zijn, maar dat het ook onvermijdelijk is dat er keuzes gemaakt dienen te worden. Het aantal en de omvang van de voorzieningen in relatie tot de gewenste kwaliteit en de leegstand zijn belangrijke thema's in deze visie. De nieuwe gemeente wenst te stimuleren dat ondernemers de ruimte krijgen om in de recreatieve en toeristische sectoren samen te werken en te investeren.

Economische visie van de nieuwe gemeente, september 2018

Vooruitlopend op de nieuwe gemeente is in 2018 gekeken naar de economische bouwstenen in de gemeente. Behalve algemene thema's (o.a. van burgerparticipatie naar overheidsparticipatie, regularm werken) is ook de detailhandel en de leefbaarheid in de dorpen aan bod gekomen. De dorpen vormen het zwaartepunt van de gemeente; hier komen alle thema's als leefbaarheid en ondernemersklimaat ook samen. Het detailhandelsaanbod is aanwezig in de grotere centrumdorpen. Voor de kleinere dorpen is belangrijk om in te zetten op het ondersteunen van ondernemers, zodat nieuwe kansen geboden worden.

Centrumplannen

In de centra Winsum, Bedum en Uithuizen is vanuit de gemeenten die nu Het Hogeland vormen eerder al gestart met de uitvoering van de zogenaamde centrumplannen.

Met een extra impuls van middelen uit het Nationaal Programma Groningen (NPG) kunnen nog meer plannen dan tot nu toe gepland worden uitgevoerd; dat wordt een Plus op de centrumplannen genoemd. Het gaat dan vooral om

- leegstaande winkels in de centra een nieuwe invulling geven en streven naar compacte centra, door subsidiering van verplaatsingen van winkels van buiten de centra naar in de centra en/of van omvorming van winkels buiten de centra naar levensloopbestendige woningen of andere bestemming
- het exterieur en (eventueel) het interieur van winkels in de centra met subsidie opknappen
- de kwaliteit van het openbaar gebied vergroten

- beleving (terug) brengen in de centra, zoals het water dat terugkomt op De Blink in Uithuizen
- winkelverkoopvloeroppervlakte (WVO) terugbrengen door het uit de markt nemen van vierkante meters
- versterken van de structuren van de winkelgebieden en het versterken van relaties tussen verschillende winkelgebieden
- invulling van centrumlocaties (zoals het Boogplein in Winsum)
- Inzet van (een) centrummanager(s)

Voor Uithuizerveen is al gestart met een centrumplan (met de titel 'Dynamiek aan het Lint'). In Uithuizerveen gaat het vooral om de transitie van leegkomende of leegstaande winkelruimte naar levensloopbestendige woningen. Ook in dit dorp kan met de inzet van NPG gelden meer dan eerder gepland worden uitgevoerd.

6.2 Visie detailhandelsstructuur gemeente

Het doel van de visie voor de detailhandel is met name om de positie van de winkelgebieden in de toekomstige voorzieningenstructuur van de gemeente en de regio duidelijk neer te zetten. Tevens geeft de structuur aan hoe de winkelgebieden zich verder kunnen ontwikkelen tot toekomstbestendige centra. Het visiedocument is dan ook kaderstellend voor de detailhandelsbranche. De raad geeft daarmee de grenzen aan waarbinnen ondernemers hun plannen kunnen maken en uitvoeren, en de gemeente faciliteert waar mogelijk en nodig. Vaak is dat de openbare ruimte. Plannen van ondernemers en dorpen waar het gaat om winkelvoorzieningen in relatie tot de leefbaarheid worden zoveel mogelijk door de gemeente gefaciliteerd.

De gemeentelijke detailhandelsvisie is opgebouwd vanuit een aantal algemene belangrijke uitgangspunten. Deze basisuitgangspunten zijn:

- Begrenzing winkelgebieden definiëren

Voor de vier grotere winkelgebieden is de begrenzing van de centrumgebieden al bepaald. Wij pleiten ervoor om deze begrenzing periodiek tegen het licht te houden en waar nodig te actualiseren. Alleen binnen de reeds vastgelegde begrenzing is vestiging en uitbreiding van detailhandel toegestaan. Een geconcentreerd aanbod is aantrekkelijker voor zowel de bezoekers als de ondernemers; bezoekers kunnen eenvoudig alle boodschappen doen en ondernemers kunnen van elkaars nabijheid profiteren. Wanneer het aanbod erg gespreid aanwezig is, is de aantrekkingskracht van een alternatief (een grotere kern in de omgeving) groter, aangezien daar in één keer alle aankopen gedaan kunnen worden.

Buiten de begrenzing van de winkelgebieden is alleen de reeds aanwezige detailhandel toegestaan. Als een winkel sluit of hier vertrekt en niet wordt ingevuld dient de functie detailhandel gesaneerd te worden. Uitbreiding van detailhandel buiten bestaande winkelgebieden is niet toestaan.

Voor enkele andere kernen met een relatief geconcentreerd aanbod in de gemeente is het mogelijk ook gewenst om een begrenzing aan te geven; hierbij valt te denken aan Uithuizermeeden, Zoutkamp, Warffum en Baflo. Ook hier geldt dat nieuwe winkels buiten de begrensde winkelgebieden dan niet worden toegestaan. Voor eenieder is het dan duidelijk waar de mogelijkheden voor vestiging liggen, en waar geen detailhandel is toegestaan. Vestiging van een winkel in één van de andere dorpen zal maatwerk zijn; ter voorkoming van zelfstandige nieuwe winkelgebieden is het gewenst om terughoudend met de oppervlakte om te gaan. In deze plaatsen speelt de compleetheid van het totale aanbod een grotere rol dan de compactheid.

Eerstverantwoordelijke: gemeente

- Terugdringen overaanbod; werken aan compacte centra:

In de gemeente is sprake van een fors aanbod aan winkelmeters. Om die reden is het niet gewenst dat er zonder onderbouwing kwantitatieve toevoegingen (van vierkante meters wvo) plaatsvinden, tenzij er sprake is van een duidelijke versterking van het aanbod en de winkelstructuur. In sommige centrumplannen is wel sprake van toevoeging van meters. In die gevallen is er echter ook sprake van een versterking van het aanbod en/of van de winkelstructuur. Het is gewenst en noodzakelijk om zoveel mogelijk het aantal meters terug te dringen, zodat de leegstand op een acceptabel niveau blijft. Verdere concentratie van het aanbod in compacte centra (zie ook het punt hiervoor) is aan te bevelen. Hiertoe bestaan een aantal mogelijkheden:

- Veegactie bestemmingsplan voor leegstaande winkelpanden; door de detailhandelsbestemming van deze lege panden af te halen kan op papier het aantal meters detailhandel worden teruggedrongen. Hiermee wordt voorkomen dat nieuwe toetreders zich vestigen op niet-gewenste locaties. Na een jaar van leegstand vervalt de bestemming detailhandel op het pand; de gemeente dient hierop te handhaven.
- Transformatie van functie detailhandel/ centrumdoeleinden naar een passende andere functie; eigenaren van een winkel kunnen een verzoek doen om de bestemming detailhandel te veranderen in een bestemming die passend is. Veelal is hiervoor maatwerk gewenst. De gemeente kan hierin een actieve rol spelen, door na een jaar de bestemming in het bestemmingsplan daadwerkelijk aan te passen. Bij iedere transformatie neemt het aantal winkelmeters af; in kernwinkelgebieden is een gesloten winkelfront wel zoveel mogelijk gewenst. In centrumgebieden (mede afhankelijk van de omvang van de kern) zal een afweging gemaakt dienen te worden tussen leegstand accepteren of bewoning (en dus geen winkelfront) toestaan in het kader van de leefbaarheid en combinatie van functies;
- Verplaatsing van winkels; hoewel is aangegeven, dat ondernemers buiten de begrenzing van een winkelgebied mogen blijven zitten, kunnen er redenen zijn om toch te verplaatsen naar het begrensde gebied. Dit leidt direct tot een compacter winkelgebied. Het achterblijvende pand

kan dan getransformeerd worden naar een niet-detailhandelsbestemming.

Eerstverantwoordelijke: gemeente

- Concentratie overige centrumvoorzieningen in huidige winkelgebieden;

Voor de bestaande winkelgebieden is het belangrijk dat de nadruk op de kwaliteit van het winkelgebied wordt gelegd, en niet op kwantiteit. Het winkelaanbod kan worden ondersteund met andere centrumfuncties. Dit zal de leefbaarheid en de toekomstbestendigheid ten goede komen. De combinatie van centrumfuncties maakt dat de functie van een dorp sterk blijft. Hoe kleiner de plaats, hoe belangrijker de combinatie van functies wordt. Het aantrekkelijk houden van centra met overige centrumfuncties, zoals een bibliotheek, een buurtcentrum, of een medisch centrum biedt ondersteuning aan de ondernemers met een detailhandelszaak. Nadrukkelijk dient hier ook gekeken te worden naar de verbinding van de detailhandel met andere sectoren, zoals het toerisme, de zorg en woningbouw.

Eerstverantwoordelijke: alle betrokken partijen

- Concentratie grootschalig aanbod in huidige winkelgebieden;

In de gemeente is sprake van één winkelgebied, dat specifiek bestemd is voor het grootschalige en perifere aanbod, namelijk Het Aanleg. Potentiële nieuwe toetreders zullen dan ook zoveel mogelijk naar Het Aanleg verwezen worden als vestigingslocatie. Daarnaast kennen enkele andere plaatsen ook winkels met dit type aanbod, zoals een bouwmarkt, tuincentrum of meubelzaak. Gezien de grote afstanden in de gemeente is het evenwel niet gewenst om te streven naar een concentratie van al het aanbod op Het Aanleg. Wel ligt het voor de hand om binnen een plaats zoveel mogelijk een geconcentreerd aanbod na te streven. Waar op dit moment al grootschalig aanbod aanwezig is kan het vanuit de spreidingsgedachte uiteraard gevestigd blijven.

Eerstverantwoordelijke: alle betrokken partijen

- Benutten van de toeristisch recreatieve potentie van de gemeente;

De sector toerisme en de recreatie is voor meerdere dorpen in de gemeente Het Hogeland reeds van groot belang. De mogelijkheden die toerisme en recreatie bieden zijn echter nog lang niet allemaal in beeld gebracht, laat staan benut. De nabijheid van het Lauwersmeer gebied en de eigen kwaliteit van de verschillende dorpen bieden kansen. Een slimme strategische ontwikkelingsvisie kan ondernemers kansen bieden. Hierbij kan bijvoorbeeld gedacht worden aan het aanbieden van arrangementen (verblijfsaccommodatie- horeca – detailhandel) en het aanreiken van de grotere kernen als slecht weer voorziening voor alle toeristen in de omgeving.

Eerstverantwoordelijke: alle betrokken partijen

- Vaststellen van eigen DNA per kern ten behoeve van marketingstrategie

Een belangrijke gezamenlijke opgave omvat het oppakken van een marketingstrategie. Hierbij is het eigen onderscheidende vermogen (het DNA van

de kern) leidend. Het duidelijk formuleren van de eigen identiteit van een kern geeft houvast bij alle promotionele activiteiten. Binnen de gemeente kunnen ondernemers hier veel van elkaar leren. Naast een duidelijke marketingstrategie per winkelgebied kunnen ondernemers uit de verschillende winkelgebieden elkaar ook ondersteunen door middel van het uitwerken van samenwerkingsmodules.

Eerstverantwoordelijke: ondernemersverenigingen

- Professionalisering ondernemerschap

Binnen de gehele gemeente Het Hogeland is het verstandig om te werken aan het verder professionaliseren van het ondernemerschap. Hierbij gaat het onder andere om de presentatie en profilering van de ondernemers, de wijze van benutting van de social media, het collectief neerzetten van een dorp als gezamenlijk warenhuis en de klantvriendelijkheid. Een instrument dat goed kan worden ingezet om te komen tot verbetering en professionalisering van het ondernemerschap en de collectieve verbetering van de (winkel)centra betreft het inzetten van het ondernemersfonds.

Eerstverantwoordelijke: ondernemersverenigingen

- Gezamenlijke aanpak nodig van alle betrokkenen:

In een winkelgebied gaat het om een samenspel van alle betrokkenen; dan is de kans op het toekomstbestendig houden van een gebied of dorp het grootst. Naast de ondernemers zelf gaat het dan onder meer om de gemeente, vastgoedeigenaren en vertegenwoordigers van andere functies als dienstverlening, culturele en maatschappelijke voorzieningen en de bewoners. Een actieve rol in de uitvoeringsagenda per winkelgebied is het uitgangspunt.

Eerstverantwoordelijke: alle betrokken partijen

- Leefbaarheid versterken:

De detailhandel heeft raakvlakken met diverse andere beleidsterreinen, zoals de horeca en toerisme, maar ook wonen en overige maatschappelijke, medische en culturele voorzieningen. Voor de leefbaarheid in met name de kleinere dorpen is het van groot belang dat gezocht wordt naar verbindingen tussen de diverse sectoren of beleidsterreinen. Door de juiste combinaties te vormen ontstaat een sterker dorp, wat ten goede komt aan de leefbaarheid.

Eerstverantwoordelijke: gemeente, ondernemers en inwoners

6.3 Plan van aanpak per winkelgebied

a. Bedum

- Concentreren waar mogelijk

Op dit moment zijn in Bedum naast het echte centrum nog twee winkelgebieden aanwezig. De kans om dit terug te brengen naar twee winkelgebieden in totaal is niet erg realistisch. Daarom zal alles in het werk gesteld moeten worden om dan

ook het aanbod in de detailhandel te beperken tot deze drie gebieden. Waar mogelijk is verdere concentratie absoluut gewenst, waarbij de prioriteit bij het oorspronkelijke centrum dient te liggen. Hier zijn de kansen op een aangename winkelomgeving veruit het grootst.

Eerstverantwoordelijke: alle betrokken partijen

- Inrichting openbare ruimte en verbinden winkelgebieden

De inrichting van de openbare ruimte is in de Grotestraat de afgelopen jaren aangepakt, en is hierdoor ook verbeterd. Kansen liggen er in het tot stand brengen van verbindingen tussen de winkelgebieden; de Molenweg kan hierin een belangrijke rol vervullen. De mogelijkheden van het water worden op dit moment amper benut.

Eerstverantwoordelijke: gemeente, samen met ondernemers

- Verbeteren parkeren

In het oude centrum van Bedum is het parkeren onvoldoende gereguleerd. Het lang-parkeren belemmert de parkeermogelijkheden voor consumenten die het centrum bezoeken. Momenteel wordt een proef met regulering van het parkeren met behulp van een blauwe zone voorbereid. Dit kan voldoende lucht bieden aan de parkeerproblematiek. De norm voor parkeren ligt bij winkelgebieden op 85% bezettingsgraad. Als deze norm meerdere keren per week wordt overschreden dan is er sprake van een probleem.

Eerstverantwoordelijke: gemeente

- Optimalisering weekmarkt

De weekmarkt wordt momenteel gehouden op het parkeerterrein aan de Kleinestraat. De weekmarkt wordt op donderdag op dit parkeerterrein gehouden. De markt zorgt voor veel sfeer en gezelligheid in het dorp, en er komen veel (regio)bezoekers op af. Maar het parkeren en de markt komen op deze drukke momenten met elkaar in conflict. Onderzoek naar de meest wenselijke locatie van de weekmarkt is gewenst.

Eerstverantwoordelijke: gemeente, ondernemers en markt

- Beleving toevoegen

Waar de twee winkelgebieden Veen en Stationsweg vooral doelgericht bezocht worden, is in het oude centrum de beleving van belang, omdat bezoekers hier juist ook naar toe komen om te shoppen, de markt te bezoeken en iets te drinken/eten. Het verblijfsklimaat is met de herinrichting al verbeterd, maar er liggen nog meer kansen ter versterking, waarbij ook het Boterdiep een rol kan spelen.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers, eigenaren en gemeente

- Presentatie en profilering winkels

Een belangrijk onderdeel voor het creëren van sfeer in een plaats is de uitstraling van de afzonderlijke panden. Hierin is nog winst te behalen in Bedum. Inmiddels is als onderdeel van het totale centrumplan van Bedum gekozen voor een

aanpak van de panden. Hiervoor zal een onderzoek worden opgestart waarbij de presentatie en profilering van de afzonderlijke panden wordt beoordeeld.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Marketing op basis van DNA

Het centrumgebied van Bedum heeft nu al veel te bieden; met het centrumplan wordt het gebied nog verder versterkt. De volgende stap is om het onderscheidende vermogen van Bedum duidelijk naar voren te laten komen middels een uitgekiende marketing.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

b. Winsum

- Compacter centrum

Het centrumgebied van Winsum bestaat uit een lang lint van winkels, die onderbroken worden door andere functies en open stukken. Het loopt vanaf winkelcentrum Obergum via de Hoofdstraat Obergum door over de Boogbrug tot aan de kruising van de Hoofdstraat W met de Kerkstraat. Hier liggen de meeste winkels redelijk geconcentreerd, maar de afstand is lang. Een verdere concentratie is gewenst, zowel verplaatsing vanuit elders in Winsum als binnen het centrum. Dit proces is inmiddels ook opgestart; de ingestelde subsidieregeling maakt de uitvoering eenvoudiger.

Eerstverantwoordelijke: gemeente

- Looproutes en zichtlijnen versterken

Omdat de huidige verkeerssituatie erg de aandacht trekt is het belangrijk dat de zichtlijnen en looproutes helder zijn voor de bezoeker. Op dit moment is het winkelgebied niet in z'n geheel goed te overzien en zijn looproutes niet ondersteunend. Goede bewegwijzering en signing ed. kan behulpzaam zijn voor bezoekers.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Verkeers- en parkeersituatie verbeteren

In het kader van Winsum centrumplan 2.0 is gekeken naar de verkeerssituatie in Winsum. Deze is op dit moment verre van optimaal. Bovendien zijn de parkeerlocaties niet altijd goed vindbaar. Er zijn diverse plannen verder uitgewerkt; op dit moment ziet het er naar uit dat de Hoofdstraat Obergum eenrichtingsverkeer gaat worden, van noord naar zuid. Tevens wordt dan ook de parkeersituatie verder aangepakt; dit betreft zowel uitbreiding als een betere toegankelijkheid en bereikbaarheid.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers met gemeente

- Meer samenwerking met Het Aanleg en Lombok

Winsum heeft als enige kern in de gemeente ook een grootschalig winkelgebied in de plaats, namelijk Het Aanleg. Hier zijn diverse winkels aanwezig, die aanvullend zijn op het centrum. Elders in de plaats ligt nog bedrijventerrein Lombok met eveneens een enkele winkel. Het totaalpakket van Winsum is hiermee duidelijk groter dan uitsluitend het centrumgebied. De ondernemers kunnen beter van elkaar profiteren door samenwerking te zoeken.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Mogelijkheden relatie water versterken, toeristisch recreatief profiel versterken

Winsum kent een historisch centrum, met bovendien een water door het centrum heen. In een tijd waarin beleving en sfeer steeds belangrijker worden is dit een sterk pluspunt. Hier liggen derhalve goede mogelijkheden om ook het toeristisch recreatieve profiel te versterken. Vanuit de NPG-middelen is geld beschikbaar voor het verbeteren van de openbare ruimte. Een sterkere relatie met het water maakt hier zeker deel vanuit. Ondernemers uit de detailhandel, de horeca en het toerisme kunnen met arrangementen en samenwerkingsvormen elkaar hier versterken.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers vanuit alle sectoren

- Marketing op basis van DNA, naar alle doelgroepen waaronder toeristen recreanten

Evenals Bedum heeft Winsum de bezoeker veel te bieden. Maar de kansen worden nog niet ten volle benut. Het onderscheidende vermogen van Winsum is in principe groot, maar moet nog duidelijk verteld worden. Ook de eigen ondernemers moeten hiervan overtuigd raken. Zodra het centrumplan 2.0 in uitvoering is zal ook de marketing opgepakt dienen te worden.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

c. Uithuizen

- Supermarktaanbod meer in evenwicht brengen optimaliseren

Met vier supermarkten in de kern is sprake van een sterk en gevarieerd aanbod, kwalitatief is dit onvoldoende het geval. Van de vier is de Aldi het kleinst in omvang, maar ook de overige zijn naar moderne maatstaven niet echt groot. Bovendien is binnen het centrum geen evenwichtige verdeling; aan het Molenerf (oostzijde centrum) liggen 3 supermarkten, en aan de westzijde 1. Een optimalisatieslag voor de supermarkten – waar overigens al aan gewerkt wordt – is gewenst.

Eerstverantwoordelijke: supermarktondernemers, in overleg met gemeente

- Aanpak Albert Heijn locatie en omgeving tot sterk bronpunt centrum

Aan de westzijde ligt de supermarkt van AH; deze supermarkt is ook te klein om de klant voldoende te kunnen bieden. Ook het parkeren is hier niet voldoende

(kwantitatief en kwalitatief). Om dit als bronpunt te versterken voor het hele centrum is een gebiedsgerichte totaalaanpak gewenst. Het zou hierbij goed zijn als de Aldi supermarkt naar dit bronpunt verplaatst. Hiervoor bestaan diverse plannen; de uitvoering vraagt enige tijd vanwege de complexe situatie. Niettemin is een sterke aanpak van dit gedeelte noodzakelijk om het centrum als geheel voldoende trekkracht te laten behouden.

Eerstverantwoordelijke: alle betrokken partijen

- Gerichte aanpak leegstand

In het centrum van Uithuizen is de nodige leegstand aanwezig; enkele panden liggen op strategische, opvallende locaties. Omdat tussen de winkels ook diverse andere functies aanwezig zijn wordt het winkelfront op meerdere plekken onderbroken. Leegstand valt hierdoor sneller op. Door het centrum zo compact mogelijk te maken, en in te zetten op verplaatsing van ondernemers van buiten het centrum, kan de leegstand zo concreet mogelijk aangepakt worden.

Eerstverantwoordelijke: alle betrokkenen

- Sfeer en beleving de Blink versterken

In de verbinding tussen het Molenerf en de winkels in de Hoofdstraat is de Blink heel belangrijk. De laatste jaren vervulde de Blink deze rol niet; het was een ongezellig plein, waar de verblijfskwaliteit laag was. De looproutes en zichtlijnen tussen de twee delen van het centrum waren ook niet goed. Er wordt nu gewerkt aan plannen om het water terug te brengen op de Blink; met deze grootschalige herinrichting van de openbare ruimte met water en groen is een eerste stap gezet naar een sterker centrumgebied van Uithuizen, waar meer eenheid en sfeer aanwezig is. Hierdoor zal het prettiger zijn voor bezoekers om te verblijven.

Eerstverantwoordelijke: gemeente

- Presentatie en profilering panden

Naast de herinrichting van de openbare ruimte is de uitstraling van de afzonderlijke (winkel)panden een belangrijk onderdeel voor het creëren van sfeer in een plaats. Tussen enkele 'pareltjes' liggen ook panden, die zich beter dan nu kunnen presenteren. Een analyse van de panden naar hoe ze zich presenteren en profileren (offline en online) kan een eerste aanzet zijn voor een versterking van de uitstraling van de totale winkelstraat.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Professionalisering ondernemers

In het winkelgebied van Uithuizen is de samenwerking tussen ondernemers voor verbetering vatbaar. Hierbij gaat het om samenwerking tussen detaillisten, maar ook tussen horeca, dienstverlening en winkels. Juist in een winkelgebied als Uithuizen kunnen de ondernemers goed van elkaar profiteren. Ook het leggen van relaties met de Menkemaborg kan het centrum verder versterken

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Marketing op basis van DNA

Het verzorgingsgebied van Uithuizen is omvangrijk; het winkelgebied kent dan ook een regionale verzorgingsfunctie. Er is sprake van bedreigingen vanwege de demografische situatie (met name vergrijzing), maar ook vanuit het onlinekanaal. Een duidelijke marketingstrategie om de bezoekers toch naar het centrum te krijgen (in plaats van dat zij op de bank bestellen) is van groot belang voor de toekomst; een goede samenwerking tussen de ondernemers is dan een eerste vereiste.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

d. Uithuizermeeden

- Samenwerking en professionalisering ondernemers

Evenals in Uithuizen is ook in het winkelgebied van Uithuizermeeden de samenwerking tussen ondernemers voor verbetering vatbaar. Hierbij gaat het om samenwerking tussen detaillisten, maar ook tussen horeca, dienstverlening en winkels. Hoe kleiner de plaats, hoe groter de afhankelijkheid wordt van het samen optrekken. Met een professionele samenwerking tussen de ondernemers kan men het aanbod van Uithuizermeeden beter verkopen, en men kan beter van elkaar profiteren.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Transformatie winkelfunctie naar wonen

In Uithuizermeeden is sprake van een gemengd milieu, met diverse functies. Tussen de winkels zijn diverse andere functies vertegenwoordigd, zodat niet alle panden met een bestemming detailhandel (of centrum) gevuld zijn met een winkel. Wanneer de mogelijkheid of de wens zich voordoet tot transformatie van een winkelpand naar een andere functie, dan kan dit bijdragen aan het terugdringen van het teveel aan winkelmeters in Uithuizermeeden en aan het voorkomen van leegstand. Hiermee blijft de leefbaarheid op peil. Na de ontwikkeling van de dorpsvisie is met alle partijen een gebiedsagenda ontwikkeld, die de koers aangeeft voor de komende 10 jaren. Deels ligt de verantwoordelijkheid voor de uitvoering bij het dorp, deels bij de gemeente, deels bij maatschappelijke partners.

Eerstverantwoordelijke: eigenaar; uitvoeren wijziging bestemmingsplan: gemeente

e. Leens

- Concentratie versterken

Het winkelgebied van Leens is redelijk compact; met name de supermarkten liggen op korte afstand van elkaar. Toch liggen ook in Leens niet alle winkels in het centrale deel; hierdoor kunnen ze niet voldoende van elkaar profiteren. In de plaats zijn er mogelijkheden tot verdere concentratie aanwezig. Met name de

locaties die in beeld zijn (geweest) als de tweede en derde fase van de centrumontwikkeling bieden mogelijk kansen. Het gaat hierbij niet alleen om winkelfuncties, maar ook om andere winkel ondersteunende functies. Om te onderzoeken hoeveel belangstelling hiervoor is en hoe groot de kans van slagen is, wordt aanbevolen om een gebiedsgerichte ontwikkeling te onderzoeken. De OBL heeft hier inmiddels een aanvang mee gemaakt.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers/OBL; vervolgens gemeente en vastgoedpartijen

- Samenhang winkelgebied en samenwerking versterken

De samenhang tussen de verschillende winkels en de samenwerking tussen ondernemers in Leens is niet optimaal. Dankzij mogelijke nieuwe ontwikkelingen liggen er kansen op verbetering. Ook wanneer deze nieuwe ontwikkeling niet van de grond komt, of nog enige tijd duurt, is het aan te bevelen om zoveel mogelijk samen te werken, om op die manier het totaalaanbod van Leens onder de aandacht te brengen.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Weekmarkt optimaliseren (vanwege bezetting belangrijke parkeerplaatsen)

De weekmarkt is een flinke trekker voor het centrum van Leens. De markt wordt gehouden op het parkeerterrein bij het winkelcentrum. De druk op het P-terrein is evenwel dermate groot, dat bezoekers dan juist ook wegblijven. De omzet van de ondernemers in de plaats ligt op marktdagen lager dan normaal, waar het tegenovergestelde nagestreefd wordt. Het invoeren van een blauwe zone kan wellicht verbetering geven; de vraag blijft of dit op de marktdag voldoende soelaas biedt. Onderzocht kan worden of een andere locatie in het centrum van Leens de beide krachten kan verbinden.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers, marktwezen en gemeente

- Marketing op basis van DNA (toerisme, N361)

Leens heeft een bezoeker veel te bieden. Naast de winkels is de borg Verhildersum en Doe Zoo insectenwereld een potentieel bezoekdoel. De bezoekers komen niet alleen uit de plaats en directe omgeving zelf, maar ook veel toeristen (met name vanuit het Lauwersmeergebied) bezoeken de plaats. Door het product Leens duidelijk te beschrijven en te communiceren is met een uitgekiende marketingstrategie meer resultaat te bereiken. Een goede signing en overleg over het landbouwverkeer maakt hier onderdeel van uit.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

f. Warffum

- Ontwikkelen arrangementen voor alle doelgroepen

Het winkelaanbod in Warffum is beperkt. Samenwerking tussen alle ondernemers en sectoren is daarom van groot belang om de voorzieningen zo lang mogelijk op

peil te houden. Warffum heeft een duidelijke eigen identiteit, die met alle ondernemers uitgedragen kan worden. Het samen ontwikkelen van arrangementen kan daardoor met name de niet-lokale bezoeker meer bieden dan uitsluitend de dagelijkse boodschappen.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Kunst en cultuur breed wegzetten

Zoals meerdere plaatsen in de gemeente heeft ook Warffum een rijke historie. De kunst en cultuur is duidelijk aanwezig in het dorp. Door dit duidelijker te profileren kan het onderscheidend vermogen van de plaats verder versterkt worden.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

g. Baflo

- Behoud winkelaanbod en optimaliseren randvoorwaarden voor winkels

Evenals in andere kleinere dorpen geldt ook voor Baflo dat het belangrijk is dat de randvoorwaarden voor de aanwezige winkels goed zijn ingevuld. Dan gaat het onder meer om de bereikbaarheid en voldoende en kwalitatief goede parkeergelegenheid, zeker bij een supermarkt. Momenteel is de bereikbaarheid bij de supermarkt goed, maar laat de parkeersituatie te wensen over. De druk op het parkeerterrein ligt erg hoog, hetgeen ook de veiligheid niet ten goede komt. Een oplossing voor het probleem is evenwel niet eenvoudig te realiseren.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Versterken looproutes en signing; aanpak inrichting openbare ruimte;

Het dorp Baflo is overzichtelijk, maar toch zouden de verbindingen tussen de winkels en overige voorzieningen (inclusief toeristische trekpleisters en kunst/historische attracties) beter met elkaar verbonden kunnen worden. Dit kan middels arrangementen, maar ook fysiek. Door de inrichting van de openbare ruimte, de Heerestraat, hier meer op in te richten (signing, looproutes) is enige winst te behalen. Wellicht is samenwerking in profilering met Warffum mogelijk.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers; uitvoering openbare ruimte: gemeente

h. Zoutkamp

- Ontwikkelen arrangementen voor alle doelgroepen

Zoutkamp is een klein, maar hecht dorp waar op diverse fronten goed samengewerkt wordt, juist ook tussen de diverse sectoren. Dit is nodig om voor onder meer de bezoekers van buiten Zoutkamp aantrekkelijke arrangementen samen te stellen, waar uiteindelijk iedereen van kan profiteren.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

- Brede samenwerking en profilering

Over het algemeen werken diverse ondernemers van Zoutkamp al goed samen; de saamhorigheid is groot. Ook samenwerking tussen de verschillende sectoren (zoals tussen detailhandel en horeca, detailhandel en dienstverlening) is van belang om het totaalaanbod aan de consument zo helder mogelijk te maken. Het vermarkten van het “warenhuis” Zoutkamp met aandacht voor het speciale DNA van Zoutkamp is zeer belangrijk.

Eerstverantwoordelijke: ondernemers

i. Overige dorpen en winkelvormen

In enkele andere dorpen zijn voorzieningen op het gebied van detailhandel aanwezig, maar niet overal is dit het geval. In kleine kernen is een centrale ontmoetingsplaats heel belangrijk. Dit is vaak een supermarkt, maar niet overal is deze nog aanwezig. Daar waar ze zijn moeten deze worden gekoesterd en moet ook de kwaliteit van de openbare ruimte worden behouden. Upgrading van die kwaliteit vindt dan minder plaats om de retail te versterken, maar meer om de omgevingskwaliteit van een kern te verhogen.

Het is voor het behoud van leefbaarheid aan te bevelen om zoveel mogelijk de verschillende functies (detailhandel, horeca, dienstverlening, dorps huis, onderwijs, kinderopvang, kindcentra, bibliotheek ed.) aan elkaar te koppelen, en zo mogelijk ook fysiek. Hoe sterker het cluster van voorzieningen, hoe groter de saamhorigheid en kans op levendigheid in het dorp. Winkels zijn een ontmoetingsplek en zorgen voor een goede bereikbaarheid van de voorzieningen. Een bij-effect van een dorp dat strijdt voor het behoud van de laatste winkel is dat dat het zelf-organiserend vermogen van een dorp versterkt. Een goed voorbeeld hiervan is bijvoorbeeld in het centrumdorp Sauwerd aanwezig. Met de huidige onlinemogelijkheden kunnen boodschappen aan huis worden bezorgd, maar er kan ook gedacht worden aan een centraal pick-up-point voor allerlei zaken. Dat kunnen de boodschappen zijn, maar ook een stomerijservice, apotheekdienst, bibliotheekruimte enz. Een dorps huis kan zo een centrale rol vervullen, maar dat kan ook een zorgcentrum of een huisartsenpost/fysiopraktijk zijn.

De mogelijkheden en het succes van dergelijke nieuwe concepten zijn over het algemeen sterk afhankelijk van de aanwezige ondernemers, uit welke branche dan ook. Bij het verdwijnen van de laatste winkel (of de dreiging hiervan) in een dorp is het goed om het dorp wel de ruimte te bieden om zelf initiatieven te ondernemen; belangrijk is dat de voorzieningen bereikbaar blijven. Bovendien vergroot dit het zelf-organiserend vermogen.

In plattelandsgemeenten komt het nogal eens voor dat er sprake is van de verkoop van producten vanuit een agrarisch bedrijf. Ook komt het wel voor dat er, in meer of mindere mate, sprake is van de verkoop van producten vanaf een bedrijventerrein. Gezien het belang van het in standhouden van de verschillende winkelgebieden en de problemen waar zij mee te maken hebben is het niet

wenselijk om detailhandel buiten winkelgebieden (in kernen waar winkelgebieden zijn begrenst) toe te staan. De verkoop van eigen producten vanuit agrarische bedrijven kan in beperkte mate worden toegestaan. Dit zal echter moeten gaan om een beperkte oppervlakte.

Detailhandel op bedrijventerreinen kan alleen als ondergeschikte nevenactiviteit van een bedrijf; in andere situaties is – afhankelijk van de branche en omvang – een locatie in het centrum of op een perifere locatie aan te bevelen. Hierbij gaat het dan ook om de ter plaatse vervaardigde producten. Dit geldt ook voor ateliers en verkoop van andere zelf gefabriceerde producten.

Winkels in het buitengebied zijn hier veelal al jarenlang gevestigd; vaak gaat het om een combinatie van productie en verkoop (zoals ook bij agrarische bedrijven), soms productie en verkoop via internet, soms vinden ook proeverijen plaats. Waar op dit moment detailhandel is gevestigd – al dan niet ondergeschikt – kan de huidige situatie gehandhaafd blijven. Buiten de benoemde winkelgebieden zijn uitsluitend kleinschalige winkels (bijvoorbeeld van maximaal 100 m²) gewenst. Het gaat hier vooral om het creëren van de mogelijkheid van een broedplaats en om de levendigheid op het platteland in stand te houden, en niet om het ontstaan van nieuwe winkelgebieden. Overige nieuwe detailhandel toevoegen is niet gewenst; hiervoor adviseren we om de bestaande structuur te benutten.

Detailhandel op bedrijventerreinen kan alleen als duidelijk ondergeschikte nevenactiviteit van een bedrijf. Hierbij gaat het dan ook om de ter plaatse vervaardigde producten. Groothandel is veelal ook op bedrijventerreinen gevestigd. Webwinkels met verkoopactiviteiten (met toonbank en/of showroom) zijn in feite winkels, en vallen onder de normale detailhandelsstructuur; deze behoren thuis in de aangewezen winkelgebieden. Een webwinkel zonder toonbank en/of kassa, met uitsluitend een afhaal- en retourfunctie, kan ook elders gevestigd worden.

Pop-up-winkels of outletstores zijn in principe 'normale' detailhandelsactiviteiten, en behoren om deze reden dan ook zoveel mogelijk in de bestaande structuur te worden opgenomen. Wanneer het om reguliere detailhandel gaat betreft dit de bestaande winkelgebieden; in geval van een grootschalige pop-up zou dit – afhankelijk van de branche – ook op een PDV-gebied kunnen zijn.

In diverse kernen vindt ook middels een vent- of standplaatsvergunning verkoop van producten plaats aan de consument. Hiervoor zijn door de gemeente aparte regels en voorwaarden opgesteld. In veel gevallen betreft het verkoop van producten die verder niet of in beperkte mate in een kern aangeboden worden. Voorbeelden hiervan zijn de weekmarkten in de grotere dorpen. Hierdoor kan een 'kraam' een meerwaarde hebben voor een dorp. Dit is evenwel niet overal het geval. Wanneer het om 'meer van hetzelfde' gaat – zeker in kernen met een beperkt draagvlak – is de toegevoegde waarde gering. Zowel voor bestaande ondernemers als voor deze tijdelijke ondernemers is onderscheidend vermogen

van belang. Het is aan te bevelen om het aantal en type vergunningen per kern nog eens kritisch te onderzoeken.

Eerstverantwoordelijke: gemeente

Bijlage 1 Verklarende woordenlijst

Dagelijkse artikelen	Levensmiddelen (food) en artikelen voor de persoonlijke verzorging.
Niet-dagelijkse artikelen	Alle artikelen die niet onder dagelijks vallen (o.a. kleding, elektronica, huishoudelijke artikelen, DHZ-artikelen, bruin- en witgoed, wonen, vrije tijdsartikelen)
Food	Voedings- en genotmiddelen
Frequent benodigd non-food	Huishoudelijke artikelen, drogist, parfumerie
Modisch recreatief	Kleding, schoenen, lederwaren
Overig recreatief	Warenhuis, juwelier, optiek, hobby, media, sport, antiek
Doelgericht non-food	Doe-het-zelf, wonen, bruin- en witgoed, plant & dier, auto & fiets
Overige detailhandel	2 ^e hands artikelen, audicien, erotiek
Koopkrachtbinding	De mate waarin inwoners uit een bepaald gebied (kern of gemeente) hun bestedingen in dat betreffende gebied doen.
Koopkrachtafvoer	De mate waarin inwoners uit een bepaald gebied hun bestedingen buiten dat gebied doen.
Koopkrachttoevoer	De mate waarin bestedingen in het betreffende gebied afkomstig zijn van inwoners van buiten dat gebied.
Wvo=winkelvloeroppervlak	Winkelvloeroppervlak dat voor de consument toegankelijk is (dus exclusief kantoren, magazijnen, ed.)
Koopstromen	Koopkrachtbewegingen tussen kernen, gemeenten of winkelgebieden door binding, afvoer en toevoer van koopkracht.
Vloerproductiviteit	Gemiddelde detailhandelsomzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak
PDV	Een Perifere Detailhandels Vestiging (PDV)-locatie is zo genoemd vanwege de ligging aan de rand, oftewel perifeer. Typische vestigingen op deze locaties zijn de ABC-groepen (auto's, boten, caravans), maar in de detailhandel betreft het met name de groep In/Om Huis, soms aangevuld met Overige Detailhandel.

Bouwmarkten, tuincentra en woonwinkels hebben allemaal een grote oppervlakte nodig om hun waren te kunnen uitstallen. Ze passen om die reden niet in het centrum. Ook passen ze vanwege hun aard en omvang niet in de traditionele winkelcentra. Vanwege de omvang is in sommige gevallen dan ook een minimale oppervlakte vereist aan winkels om op een PDV-locatie gevestigd te mogen worden.

Bijlage 2 Leden begeleidingscommissie

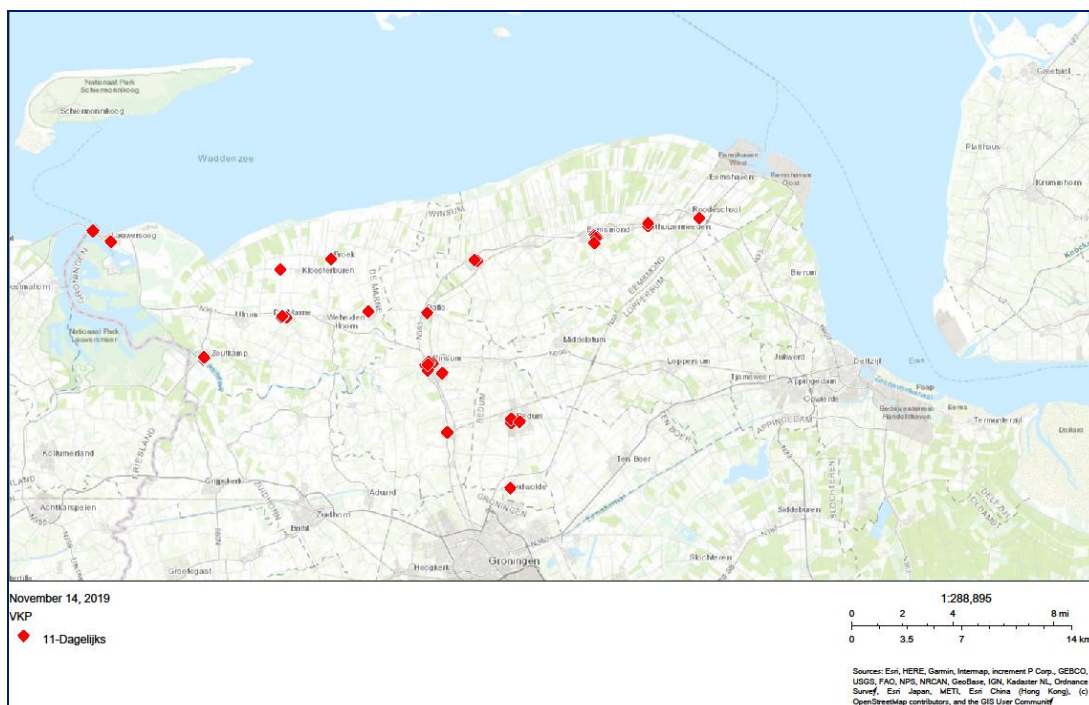
Op verzoek van de gemeente is een begeleidingscommissie ingesteld, om het proces om te komen tot een detailhandelsvisie zo optimaal mogelijk te laten verlopen. Vanuit elke kern met detailhandel is verzocht tot deelname aan deze bijeenkomsten. Voor zover aanwezig is dit via de ondernemersverenigingen verlopen. In alfabetische volgorde zijn dit:

- Koopcentrum De Scheve Toren (Bedum): André van Haag
- Ondernemersbelangen Leens: Herbert Schouten, Raymond Degenhart en Jan Ekster
- Handelsvereniging Uithuizen: Bertil Sietsema
- Ondernemersvereniging Eemsmond-Noord: René Lijnema/Henri de Weert
- Ondernemersvereniging Winsum: Joop Veldhuis
- Ondernemersvereniging oud Baflo: André Meinema, Johanna Davids

Vanuit de gemeente Het Hogeland is het proces begeleid door:

- De heer J. Samplonius

Bijlage 3 Overzicht dagelijks aanbod gemeente Het Hogeland



Bijlage 4 Distributieplanologische berekening per kern

Bedum	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.512	€ 2.106
Inwoners	8.595	8.595
Koopkrachtbinding (%)	89%	23%
Omzet verzorgingsgebied	€ 19.218.538	€ 4.163.108
Toevloeiing koopkracht (%)	17%	34%
Omzet toevloeiing	€ 3.936.327	€ 2.144.631
Totale omzet	€ 23.154.865	€ 6.307.739
Vloerproductiviteit	€ 7.634	€ 1.819
Potentieel winkelaanbod m²	3.033	3.468
Aanwezig winkelaanbod m²	4.047	9.911
Tekort in markt	-1.014	-6.443

Winsum	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.519	€ 2.127
Inwoners	7.430	7.430
Koopkrachtbinding (%)	86%	39%
Omzet verzorgingsgebied	€ 16.093.909	€ 6.164.306
Toevloeiing koopkracht (%)	35%	34%
Omzet toevloeiing	€ 7.797.184	€ 2.588.877
Totale omzet	€ 24.759.861	€ 9.339.858
Vloerproductiviteit	€ 7.634	€ 1.819
Potentieel winkelaanbod m2	3.243	5.135
Aanwezig winkelaanbod m2	3.575	14.636
Ruimte in markt	-332	-9.501

Uithuizen	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.462	€ 2.042
Inwoners	5.450	5.450
Koopkrachtbinding (%)	91%	45%
Omzet verzorgingsgebied	€ 12.209.669	€ 5.007.490
Toevloeiing koopkracht (%)	23%	32%
Omzet toevloeiing	€ 3.647.044	€ 2.356.466
Totale omzet	€ 15.856.713	€ 7.363.956
Vloerproductiviteit	€ 7.634	€ 1.819
Potentieel winkelaanbod m²	2.077	4.048
Aanwezig winkelaanbod m²	4.300	14.577
Tekort in markt	-2.223	-10.529

Leens	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.487	€ 2.063
Inwoners	2.015	2.015
Koopkrachtbinding (%)	76%	32%
Omzet verzorgingsgebied	€ 3.808.783	€ 1.330.332
Toevloeiing koopkracht (%)	54%	45%
Omzet toevloeiing	€ 4.471.180	€ 1.088.453
Totale omzet	€ 8.279.964	€ 2.418.785
Vloerproductiviteit	€ 7.634	€ 1.819
Potentieel winkelaanbod m²	1.085	1.330
Aanwezig winkelaanbod m²	2.108	4.893
Tekort in markt	-1.023	-3.563

Uithuizermeeden	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.475	€ 2.042
Inwoners	3.330	3.330
Koopkrachtbinding (%)	65%	20%
Omzet verzorgingsgebied	€ 5.356.055	€ 1.359.832
Toevloeiing koopkracht (%)	15%	15%
Omzet toevloeiing	€ 945.186	€ 239.970
Totale omzet	€ 6.301.241	€ 1.599.803
Vloerproductiviteit	€ 7.634	€ 1.819
Potentieel winkelaanbod m²	825	879
Aanwezig winkelaanbod m²	1.009	6.247
Tekort in markt	-184	-5.368

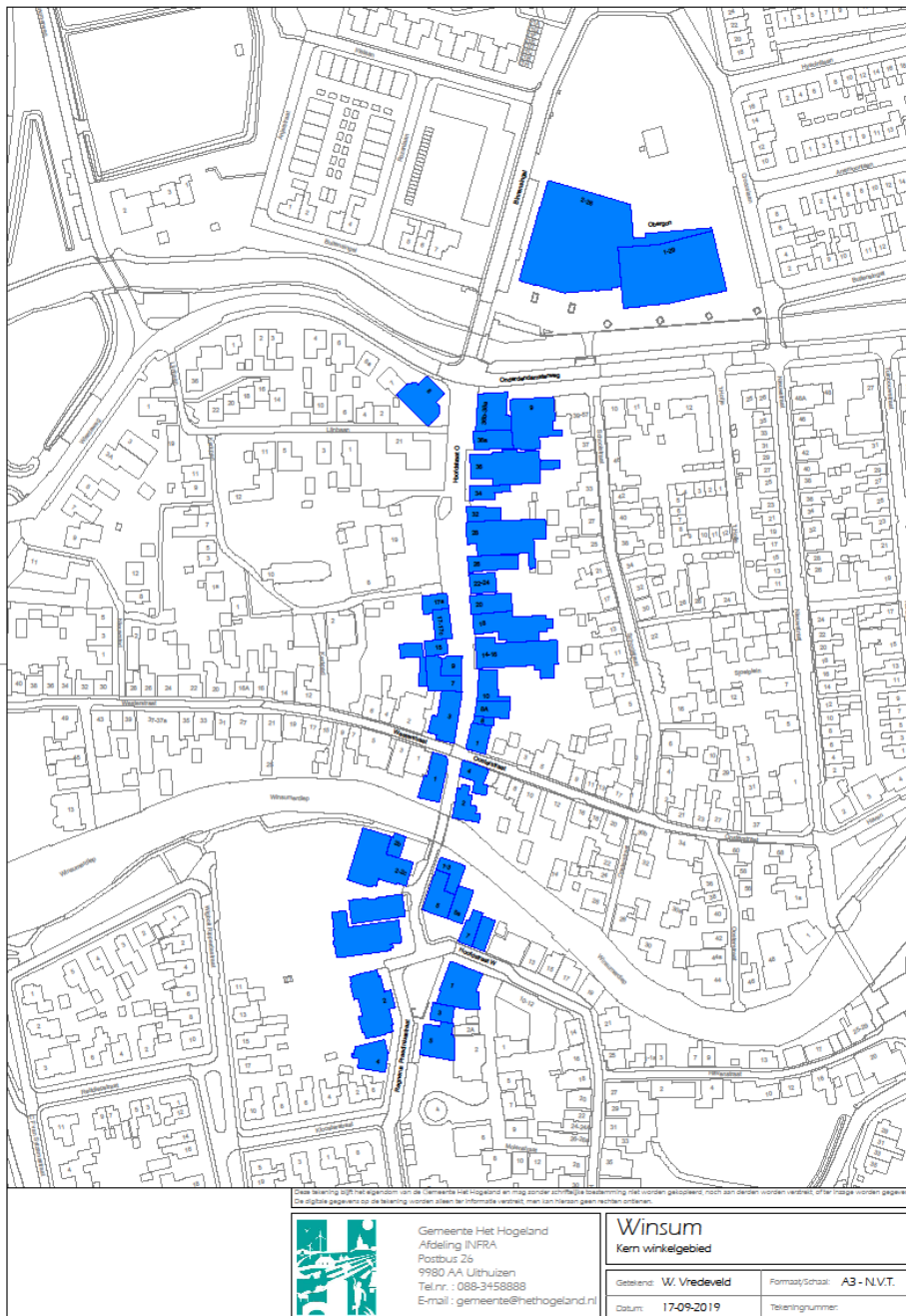
Warffum	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.475	€ 2.042
Inwoners	2.180	2.180
Koopkrachtbinding (%)	45%	15%
Omzet verzorgingsgebied	€ 2.427.485	€ 667.665
Toevloeiing koopkracht (%)	15%	10%
Omzet toevloeiing	€ 428.380	€ 74.185
Totale omzet	€ 2.855.864	€ 741.850
Vloerproductiviteit	€ 7.634	€ 1.819
Potentieel winkelaanbod m²	374	408
Aanwezig winkelaanbod m²	748	1.355
Tekort in markt	-374	-947

Baflo	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.519	€ 2.127
Inwoners	2.035	2.180
Koopkrachtbinding (%)	65%	15%
Omzet verzorgingsgebied	€ 3.331.594	€ 695.630
Toevloeiing koopkracht (%)	10%	10%
Omzet toevloeiing	€ 370.177	€ 77.292
Totale omzet	€ 3.701.771	€ 772.923
Vloerproductiviteit	€ 7.634	€ 1.819
Potentieel winkelaanbod m2	485	425
Aanwezig winkelaanbod m2	775	539
Tekort in markt	-290	-114

Zoutkamp	Dagelijks	Niet-dagelijks
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.487	€ 2.063
Inwoners	1.195	1.195
Koopkrachtbinding (%)	45%	5%
Omzet verzorgingsgebied	€ 1.337.451	€ 123.274
Toevloeiing koopkracht (%)	20%	30%
Omzet toevloeiing	€ 334.363	€ 52.832
Totale omzet	€ 1.671.814	€ 176.106
Vloerproductiviteit	€ 7.634	€ 1.819
Potentieel winkelaanbod m²	219	97
Aanwezig winkelaanbod m²	599	311
Tekort in markt	-380	-214

Bijlage 5 Kaarten kernwinkelgebied

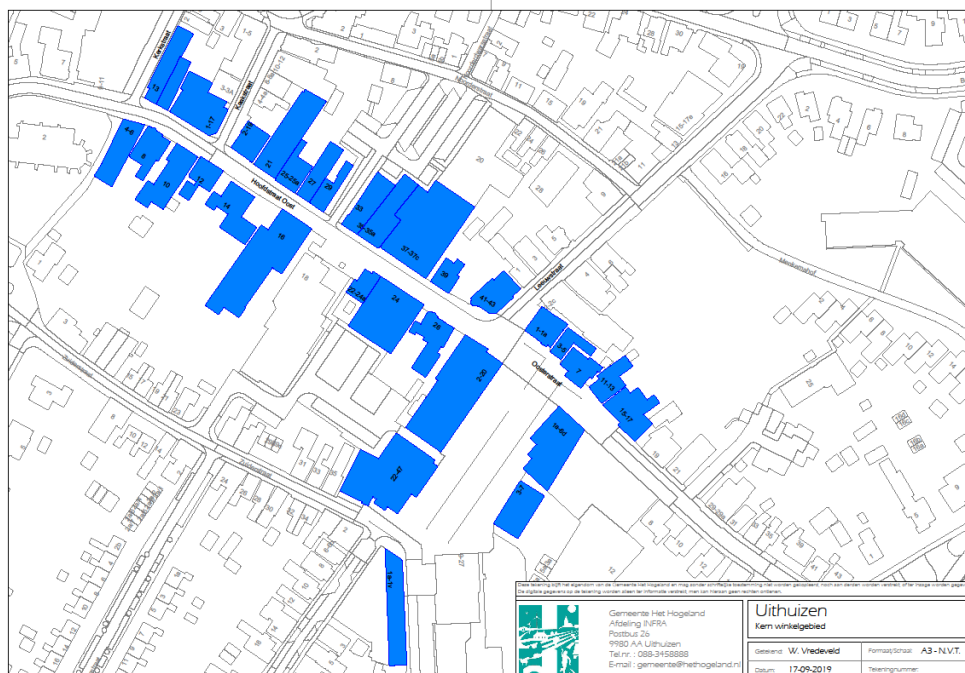
Winsum



Bedum



Uithuizen



Leens

