HBD Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Advies aan de ZOV, betreffende de detailhandelstructuur in Zuidlaren.

Structuur
Het HBD acht het van essentieel belang dat het karakteristieke beeld en het specifieke dorpse karakter van Zuidlaren met de eigen identiteit behouden blijft en waar mogelijk versterkt wordt. Zo onderscheidt Zuidlaren zich van haar directe concurrenten en is zij aantrekkelijk voor de consument.
Van belang is het om de lege panden/locaties aan de Stationsweg op te vullen met detailhandel, zodat een meer aaneensluitend en sterker winkelbestand ontstaat.

De door WPM voorgestelde vestiging van detailhandel op de locatie PBH zal het winkelcentrum uit elkaar trekken en ten koste gaan van de levensvatbaarheid van de winkels aan de Stationsweg. Ook alleen het verplaatsen van de aan de Stationsweg gevestigde AH naar de PBH-locatie is funest voor het westelijk deel van de Stationsweg. Zuidlaren moet het juist hebben van de combinatie van boodschappen doen en winkelen. De winkels zitten niet voor niets rondom de supermarkten. Valt de supermarkt weg, dan voorzien wij een sterke achteruitgang van dit deel van de Stationsweg.

Uitbreidingsruimte/m2
Gezien de slechts geringe verschillen in aantallen winkels en aantallen m2 wvo met centra en woonplaatsen van 10-15.000 inwoners adviseren wij de ZOV om terughoudend te zijn met het toestaan van uitbreiding van het winkelvloeroppervlak.

In de dagelijkse boodschappensector adviseren wij om het supermarktaanbod meer in overeenstemming te brengen met de eisen van de huidige consument en om reguliere niet substantiële uitbreiding van bestaande winkels toe te staan.
Concreet betekent dit toevoeging van een discount supermarkt van ong. 650m2 wvo en uitbreiding van de bestaande AH met ong. 600m2. wvo.
De door WPM berekende uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector van 1400-2200m2 wvo vinden wij aan de hoge kant.

In de niet-dagelijkse sector adviseren wij om nader te onderzoeken hoeveel ruimte er is in de branches "doe het zelf", "wonen" en "plant en dier". Zuidlaren heeft vergeleken met zowel de wat grotere als de wat kleinere plaatsen minder m2 wvo in deze branches (zie bijlagen). Deze branches hoeven echter geen plaats te krijgen in het winkellint, maar kunnen uitstekend op een solitaire vestiging daarbuiten.
Wat de overige branches in de niet-dagelijkse sector betreft, is het zaak om uitbreiding van bestaande winkels toe te staan en verder te kijken naar het aanvullen met ontbrekende branches. In de vergelijking met andere centra en de uitkomst van de ondernemersenquête (zie bijlagen) worden een aantal mogelijk toe te voegen branches genoemd.

Die toevoeging loopt echter niet in de duizenden m2s wvo. De door WPM genoemde uitbreidingsruimte van 1700-2200m2 wvo moet in feite 700-1200m2 wvo zijn, vanwege het niet meetellen van 1.000m2 wvo (11 vestigingen) in het centrum.

HBD Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Concrete locaties
Voor een sterke en aantrekkelijke winkelstructuur is het van belang de uitbreidings- en verplaatsingsbehoeften op te vangen in het winkellint (met uitzondering van de branches "doe het zelf", "wonen" en "plant en dier"). In het winkellint zijn hiervoor voldoende mogelijkheden. De Roelfsemalocatie (gehele terrein 3.300m2) biedt voldoende ruimte voor de vestiging van een volwaardige supermarkt (ong. 1350m2 wvo= ong. 1700m2 bvo), inclusief laden en lossen en parkeren. Daarnaast zijn op dit moment de locaties ING/naast liggende panden en het postkantoor beschikbaar en komt ruimte vrij door verplaatsing (bijv.AH-locatie). In de toekomst zijn ook verplaatsingen van (een aantal) dienstverlenende bedrijven niet ondenkbaar.

Parkeren
Wat betreft het parkeren zal er serieus naar verbetering en uitbreiding moeten worden gekeken. Nader onderzoek naar de bezettingsgraad van de parkeerplaatsen en de duur van het parkeren (waar staan de langparkeerders) is essentieel.
In dit opzicht (uitbreiding parkeren) zal er tevens kritisch en creatief naar de open plekken en groenplekken moeten worden gekeken. Vanzelfsprekend zonder aantasting van de karakteristieke elementen.

Invulling PBH-locatie
Tot slot is van belang dat de locatie PBH een functie krijgt die een meerwaarde heeft en versterkend werkt op de aantrekkingskracht van het dorp. Gedacht kan worden aan een sportboulevard (waaronder paardensport) of een gezondheidsboulevard, evt. in combinatie met wonen.

MS 1 juli 2009

HBD Hoofdbedrijfschap Detailhandel

Vergelijking dpo-cijfers Zuidlaren.
Bijlage bij het Advies aan de ZOV, van 1 juli 2009.

Ten behoeve van de advisering van de ZOV inzake de detailhandelstructuur van Zuidlaren, heeft het HBD de vergelijkingen en de berekeningen van WPM in het rapport "De Centrumvisie Zuidlaren", aan een check onderworpen en komt tot de conclusie dat die cijfers op een aantal essentiële punten niet kloppen. In deze korte notitie volgen we de door WPM gemaakte berekeningen. Eerst de vergelijking van het centrum van Zuidlaren met centra van plaatsen met 10-15.000 inwoners, de uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse sector, de uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector en vervolgens de vergelijking van de woonplaats Zuidlaren met woonplaatsen van 10-15.000 inwoners.

Centrumgebied
Volgens WPM telt het centrumgebied van Zuidlaren 44 vestigingen en 8.000m2 wvo (bl. 3 van de centrumvisie). In werkelijkheid zijn er 55 vestigingen en 9.000m2 wvo[1]. Dus 11 vestigingen en 1.000m2 wvo[2] meer.

Dit niet meetellen van 1.000m2 wvo heeft consequentie voor de conclusie van WPM (bl. 4 van de centrumvisie) dat het aanbod in het centrum van Zuidlaren beperkter is dan dat van centra van 10.000-15.000 inwoners en dat het verschil zich in alle branches voordoet.

Bij hantering van de juiste cijfers blijkt dat het centrum van Zuidlaren helemaal niet zo erg verschillend is van centra in plaatsen van 10-15.000 inwoners. Het verschil is slechts 483m2 wvo in de dagelijkse sector[3] en 1.234m2 wvo in de niet-dagelijkse sector[4] (waarvan 1.132m2 wvo in de branche wonen). Een gering verschil dus, vooral als je bedenkt dat Zuidlaren met 10.400 inwoners nog maar net in de klasse van 10-15.000 inwoners valt. Zie tabel 1 voor de locatus cijfers van april 2009.

Ook doet het negatieve verschil zich niet in alle branches voor. Zo heeft het centrum van Zuidlaren vergeleken met centra van 10-15.000 inwoners meer m2 wvo heeft in de branches doe het zelf (+354m2) en huishoudelijke artikelen(+224 m2).

Geen schokkende verschillen dus, vooral als je bedenkt dat Zuidlaren met 10.400 inwoners nog maar net in de klasse van 10-15.000 inwoners valt. Zie tabel 1 voor de locatus cijfers van april 2009.

---

[1] wvo=winkelvloeroppervlak. vkp= aantal verkooppunten.
[2] de 1.000m2 wvo verschil zit in de sector niet-dagelijkse goederen. WPM geeft aan dat er 5.100m2 wvo in de sector niet-dagelijkse goederen zit en Locatus komt op 6.062m2 wvo.
[3] Dagelijkse sector =pers. verzorging (-242m2) en levensmiddelen (-241m2),
[4] wonen (-1.132 m2), schoenen en lederwaren (-305 m2), hobby (-120 m2) en Antiek/kunst (-62m2).

Uitbreidingsruimte niet-dagelijkse sector
Het niet meetellen van 1.000m2 wvo heeft ook consequentie voor de door WPM berekende uitbreidingsruimte in het centrum voor de niet-dagelijkse sector (bl 25). **De uitbreidingsruimte voor winkelmeters in de niet-dagelijkse sector bedraagt dan geen 1.700-2.200 m2 wvo, maar 700-1200m2 wvo. Oftewel 1.000m2 wvo minder.** Een getal wat ons reëel voorkomt, ervan uitgaande dat de binding- en toevloeingcijfers kloppen en dat Zuidlaren zich zodanig gaat ontwikkelen dat positieverbetering ook daadwerkelijk kan worden bewerkstelligd.

Uitbreidingsruimte dagelijkse sector
De door WPM berekende uitbreidingsruimte in het centrum in de dagelijkse sector, van 1.400-2.200 m2 wvo, achten wij aan de hoge kant.
Bij het vergelijken van het centrum van Zuidlaren met centra van 10-15.000 inwoners heeft Zuidlaren namelijk slechts 483m2 wvo minder in de dagelijkse sector (241m2 in levensmiddelen en 242 m2 in persoonlijke verzorging).
Vergelijken we de hele woonplaats Zuidlaren met woonplaatsen van 10-15.000 inwoners. (tabel 3) dan heeft Zuidlaren 758m2 minder in de dagelijkse sector (433m2 in de levensmiddelen en 325m2 in de persoonlijke verzorging).
Deze verschillen (483m2/758m2) staan in geen verhouding tot de door WPM berekende uitbreidingsruimte van 1.400-2.200m2 wvo.

Wat betreft de uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector zijn wij er voorstander van om het supermarktaanbod[5] in overeenstemming te brengen met de verwachtingen/eisen van de consument.
Dit betekent toevoegen van een discount supermarkt (ong. 650m2 wvo) en uitbreiding van de bestaande AH met ong. 600 m2 (zo ontstaat en volwaardige supermarkt van ong. 1350m2 wvo, die in grootte overeenkomt met de AH's in Haren, Eelde-Paterswolde en Roden). Een toevoeging van 1250m2 wvo. Daarnaast moeten bestaande winkels in de dagelijkse sector hun reguliere uitbreidingen kunnen verwezenlijken.

Woonplaats gebied
De vergelijking van de woonplaats Zuidlaren en woonplaatsen van 10.-15.000 inwoners vertoont slechts geringe verschillen die terug te voeren zijn op verschillen tussen de aangepaste cijfers van Locatus van april 2009 die het HBD gebruikt en de cijfers van Locatus van oktober 2008 die WPM gebruikt.
Het enige verschil is dat het aantal winkels in de dagelijkse boodschappen in Zuidlaren 17 bedraagt en geen 15. Het verschil met woonplaatsen van 10-15.000 inwoners is dus geen 8, maar 6 winkels in de dagelijkse boodschappen.

De conclusie van WPM op bl 3 van de Centrumvisie dat het winkelbestand van Zuidlaren vergeleken met woonplaatsen van 10.000-15.000 inwoners beperkter is, is echter te algemeen en kan makkelijk tot verkeerde conclusies leiden.

---

[5] Op dit moment zijn er 4 supers in Zuidlaren gevestigd:

Coöp.	van 300m2 wvo
AH	van 760m2 wvo
C1000	van 880m2 wvo
Super de Boer	van 1280m2 wvo

HBD Hoofdbedrijfschap Detailhandel

In de tabel 3 is dit op een rijtje gezet. Te zien valt dat het verschil van 11.728m2 wvo tussen de woonplaats Zuidlaren en woonplaatsen van 10-15.000 inwoners voor het grootste deel wordt veroorzaakt door de branches doe het zelf (-2.425m2), wonen (-4.447m2) en plant en dier (-1.702m2). Deze branches zijn al goed voor 8.500 m2 van het verschil van 11.728m2 wvo. Bovendien zitten branches als wonen, doe het zelf en plant en dier, in grotere plaatsen over het algemeen op bedrijventerreinen. Het geringer aantal m2 hiervan in de woonplaats Zuidlaren kan dus geen argument zijn om het winkelaanbod in het centrum uit te breiden.

De overige ruim 3.000m2 verschil wordt voornamelijk veroorzaakt door detailhandel overig (-664m2), levensmiddelen (-433m2) en schoenen en lederwaren (-365m2).
En verder door persoonlijke verzorging (-325m2), auto en fiets (-267m2), kleding en mode (-220m2), hobby (-189m2), antiek en kunst (-170m2), bruin en witgoed (-117m2), juwelier en optiek (-58m2), sport en spel (-54m2).

Deze ruim 3.000m2 verschil in de zgn. centrumbranches wijken niet veel af van de door het HBD voorgestane uitbreidingsruimte voor het centrum van Zuidlaren.

Meer m2 wvo heeft de woonplaats Zuidlaren in de branche huishoudelijke artikelen (+124m2). De branches warenhuis en media zijn ongeveer gelijk.

Omdat WPM Zuidlaren alleen met plaatsen vergelijkt van 10-15.000 inwoners en Zuidlaren daar met 10.400 inwoners nog maar net invalt, hebben wij in tabel 2 de woonplaats Zuidlaren vergeleken met woonplaatsen van 7.500-10.00 inwoners. Net iets kleiner dan Zuidlaren dus. Wat opvalt, is dat Zuidlaren ook hier minder m2 wvo heeft (11.950m2 wvo tegen 13.819m2 wvo). Dit verschil wordt echter veroorzaakt wordt door de branches doe het zelf(1.004m2), wonen(1.923m2) en plant en dier(894m2). Reden om nader te onderzoeken wat voor kansen hier voor Zuidlaren liggen,
Fors meer m2 wvo heeft Zuidlaren in de branches levensmiddelen(+963m2) en mode (+934m2) en vervolgens zijn er nog wat kleinere verschillen in een aantal andere niet-dagelijkse sectorbranches (zie tabel 2).

Bijlagen
Tabel 1. het centrum van Zuidlaren vergeleken met centra van plaatsen met 10-15.000 inwoners.
Tabel 2.de woonplaats Zuidlaren vergeleken met de woonplaats van 7.500-10.000 inwoners.
Tabel 3. de woonplaats Zuidlaren vergeleken met woonplaatsen van 10-15.000 inwoners.

HBD.MS. 30 juni 2009.

Toelichting marktanalyse Zuidlaren

Achtergrond

WPM heeft in 2008 een adviesrapport opgesteld in opdracht van de gemeente Tynaarlo[1]. Ons advies gaat onder meer in op de marktpotentie en de ruimtelijke afwegingen binnen het centrumgebied.

Het HBD is in opdracht van de Zuidlaarder Ondernemersvereniging (ZOV) in een adviesnotitie ingegaan op de het winkelaanbod en uitbreidingsruimte in Zuildaren. Het HBD verschilt van inzicht met WPM ten aanzien van:

- De omvang van het winkelaanbod in het centrumgebied van Zuidlaren
- De omvang van het winkelaanbod in de woonplaats Zuidlaren
- De uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse sector
- De uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector

In deze notitie gaan wij in op de verschillen en geven aan hoe deze zijn te verklaren.

Winkelaanbod Zuidlaren

In beide analyses, zowel die door het HBD als die door WPM, is gebruik gemaakt van de cijfers van Locatus. Op kernniveau is er vrijwel geen verschil tussen cijfers van het HBD en die van WPM[2]. Er is dus geen verschil tussen beide studies wat betreft het aantal winkels in Zuidlaren. Het verschil in afbakening van het centrum verklaart het verschil in winkelaanbod op niveau van het centrum.

Het HBD geeft aan dat in het centrum van Zuildaren 9.000 m² wvo winkelaanbod is (zie tabel 1), verdeeld over 55 vestigingen. Hierbij is de afbakening van het centrumgebied door Locatus gebruikt. Locatus rekent tot het centrumgebied het winkel- en overig commercieel aanbod dat is gelegen aan de Stationsweg, de Kerkbrink, De Millystraat, Brink Oostzijde, Boslaan, Brinkstraat, Hondsrugstraat, Kerkstraat, Koningstraat, Marktstraat, Middenstraat en Telefoonstraat.

In de analyse van WPM is uitgegaan van een centrumgebied dat ruimtelijk-functioneel herkenbaar is als zijnde het centrum van Zuidlaren. Dit betreft het winkellint Stationsweg, Brink Oostzijde, De Millystraat en Kerkbrink. Het aanbod in de straten buiten dit gebied behoort tot het overig aanbod in de woonplaats Zuidlaren. In het centrumgebied is 8.000 m² detailhandel gelegen, verspreid over 44 vestigingen.

WPM heeft de afbakening van Locatus bijgesteld. Nadeel van de afbakening door Locatus is dat deze op een aantal punten niet vanzelfsprekend is[3].

---

[1] 14 oktober 2008
[2] Het verschil wordt waarschijnlijk verklaard doordat het Locatus-bestand van WPM van 2008 dateert en dat van het HBD van 2009
[3] Ter illustratie: De Fixet bouwmarkt (Koningstraat) wordt wel tot het centrum gerekend en de winkel in tuinartikelen (Jackel Visser) aan de Zuiderstraat, niet. Beide liggen ongeveer op vergelijkbare afstand van de Stationsweg.

Tabel 1: Cijfers winkelaanbod Zuidlaren WPM en HBD

Winkelaanbod (m² wvo)	WPM	HBD
Winkelaanbod centrum (m²wvo)	7.986	9.003
Winkelaanbod overig kern (m²wvo)	3.789	2.947
Totaal winkelaanbod (m² wvo)	11.750	11.950
Aantal winkels		
Aantal winkels centrum	44	55
Aantal winkels overig kern	13	4
Aantal winkels totale kern	57	59

Vergelijking winkelaanbod Zuidlaren met soortgelijke plaatsen

Als we Zuidlaren vergelijken met soortgelijke kernen (10.000 tot 15.000 inwoners), zien we dat het *centrum* qua aanbod onder doet voor soortgelijke centra. Het verschil is afhankelijk van de exacte afbakening van het centrum.

Het HBD stelt dat, gegeven het verschil van 1.000 m² wvo tussen het door hen gehanteerde centrumaanbod (9.000 m²) en het door WPM gehanteerde centrumaanbod (8.000 m² wvo), de door WPM berekende marktruimte met 1.000 m² gereduceerd moet worden. Deze stelling delen wij niet en lichten wij nader toe onder 'marktanalyse en marktruimte'.

Op niveau van de hele *woonplaats* doet Zuidlaren eveneens onder voor soortgelijke kernen. De verschillen zijn weergegeven in tabel 2. Deze komen overeen met de verschillen die het HBD constateert.

Tabel 2: Vergelijking van Zuidlaren op woonplaatsniveau

Categoriën	Benchmark*	Centrum Zuidlaren	Verschil abs.	Verschil perc.
Boodschappen	4.921	4.093	828	-20%
Mode & Luxe	4.261	3.326	935	-28%
Vrije Tijd	1.346	776	570	-73%
In en om het huis	12.486	3.580	8.906	-249%
Detailhandel ov.	664	0	664	--

* Woonplaatsen in de categorie 10.000 tot 15.000 inwoners

Net als het HBD constateert WPM dat het verschil met soortgelijke kernen, voor een belangrijk deel ligt in de (hoofd)branche 'In en om het huis'. Deze hoofdbranche bestaat uit de branches doe-het-zelf, wonen en tuincentra. Branches die voor een groot deel buiten de centra en solitair gevestigd zijn. Het verschil in de overige hoofdbranches (boodschappen, mode & luxe, vrije tijd en detailhandel overig) bedraagt in totaal 3.000 m² wvo.

HBD stelt dat dit verschil min of meer als uitgangspunt kan worden genomen voor de uitbreidingsruimte van het centrumgebied. Een constatering die WPM niet deelt. Volgens WPM is het nodig te kijken naar de specifieke kenmerken, kwalitieten en potentie van Zuidlaren en deze te gebruiken in een marktanalyse 'op maat'.

Marktanalyse en marktruimte Zuidlaren

WPM heeft voor het centrumgebied van Zuidlaren een marktanalyse uitgevoerd. Voorafgaand aan de cijfermatige analyse is aangegeven dat het centrum van Zuidlaren een behoorlijke potentie heeft, gelet op de ligging in de regio en de bijzondere kwaliteiten van het dorp en centrumgebied. Daarnaast functioneren bestaande ondernemers over het algemeen goed en is er grote interesse vanuit marktpartijen voor vestiging in Zuidlaren.

Wij hebben een marktverkenning gedaan waarin de lokale en regionale marktpotentie cijfermatig tot uitdrukking komt (zie rapportage 2008).

Niet-dagelijks

Daar de HBD uitgaat van een ruimer winkelaanbod in het centrum (9.000 m² wvo in plaats van 8.000 m² wvo) redeneert zij dat het marktpotentieel voor de niet-dagelijkse sector met 1.000 m² wvo verminderd moet worden. Dit is geen correcte redenering.

In onze marktanalyse is de marktruimte voor het centrum onder andere bepaald door het aanbod in het centrum te bezien in relatie tot het aanbod buiten het centrum. Voor het centrum is aangegeven dat een marktaandeel van 40% haalbaar is als optimum. Op niveau van de woonplaats is een lokaal marktaandeel realistisch van circa 45 a 50%. Dit betekent dat voor het resterend aanbod in de woonplaats Zuidlaren (buiten het centrum) nog zo'n 7,5% marktaandeel resteert.

Het resterend marktaandeel is, onder de huidige omstandigheden[4], voldoende om marktconform te kunnen functioneren. De vloerproductiviteit ligt op het niveau van wat voor een combinatie van grootschaligere branches (doe-het-zelf, tuincentra, wonen) gangbaar is. Dit zijn ook de branches die hoofdzakelijk buiten het centrum van Zuidlaren gevestigd zijn.

Om dit te verduidelijken is in onderstaande tabel uiteengezet waar het om gaat.

Tabel 3: Marktmogelijkheden overig niet-dagelijks winkelaanbod Zuidlaren

Marktanalyse	Uitkomsten
Inwonertal	10.400
Bestedingscijfer per inwoner	€ 2.870,-
Marktaandeel lokaal	7,5%
Omzetpotentieel lokaal (mln.)	€ 2,2
Toevloeiing	15%
Omzetpotentieel bovenlokaal (mln.)	€ 0,4
Totaal omzetpotentieel (in mln.)	€ 2,6
Aanbod niet-dagelijks (m² wvo)	2.574
Haalbare vloerproductiviteit (per m² wvo)	€ 1.000

[4] Versterking in het grootschalige segment kunnen eventuele uitbreiding rechtvaardigen. Dit is echter niet onderzocht.

Dagelijks

HBD stelt dat de marktruimte in de dagelijkse sector aan de hoge kant is. Volgens het HBD is een uitbreiding van AH van 750 m² wvo (Locatus) naar 1.350 m², een nieuwe discountsupermarkt van 750 m² wvo (herinvulling oude AH-vestiging) aangevuld met 'reguliere' uitbreidingen van bestaande aanbieders gerechtvaardigd. Dit betekent dat het HBD een uitbreiding voor staat van ten minste 1.500 m², zo mag verondersteld worden. Dit metrage ligt binnen de bandbreedte die ook WPM hanteert (1.400 m² wvo tot 2.200 m² wvo).

HBD stelt dat de toekomstige omvang van AH in lijn zou moeten zijn met die van de AH's in Roden, Eelde en Haren. Dit betekent een uitbreiding tot 1.350 m²wvo, ongeveer 1.700 m² bvo. WPM pleit voor enige flexibiliteit en vindt dit de ondergrens, een extra opschaling (tot circa 2.000 m² bvo) moet zeker mogelijk zijn. Zeker gezien de dynamiek in de supermarktbranche en de groei van hun marktaandeel. En indien AH een maximale opschaling krijgt, dan zou ook Super de Boer eenzelfde uitbreiding moeten mogen krijgen.

Dat de bandbreedte tussen de 1.700 m² bvo en 2.000 m² bvo voor moderne full-service supermarkten een gangbare maatvoering is, blijkt wel uit de vestigingen van de C1000 in Gieten, de binnenkort te openen C1000 in Haren en de Jumbo in Hoogezand. Al deze vestigingen hebben, net als de AH in het centrum van Zuidlaren, een zekere regio-functie.

WPM Advies

24 juli 2009