

Gemeente Tynaarlo

Ontwikkelingsrichting winkelstructuur



Inhoudsopgave

1.	Veranderende omstandigheden	4
1.1	Van kwantiteit naar kwaliteit.....	4
1.2	Het nieuwe winkelen	4
1.3	Inzetten op versterking structuur.....	5
1.4	Positie van dorpscentra	6
1.5	Investeren op perspectiefrijke locaties.....	7
2.	De opbouw en kwaliteit van de winkelstructuur	9
2.1	Opbouw van de winkelstructuur	9
2.2	Ontwikkeling winkelaanbod.....	11
2.3	Verzorgingsniveau	11
2.4	Draagvlakontwikkeling.....	12
2.5	Concurrentiepositie en ontwikkelingen.....	12
3.	Ontwikkelingsperspectief	14
3.1	Verzorgingspotentie.....	14
3.2	Versterking van de centrumgebieden	14
3.3	Kwaliteitsbeeld structuur	15
3.4	Zuidlaren	15
3.5	Vries.....	17
3.6	Eelde-Paterswolde	18
4.	Planbeoordeling	20
4.1	Planvorming Zuidlaren	20
4.2	Centrumplan Eelde.....	21
4.3	Supermarkt Paterswolde	22
4.4	Keuzes en consequenties	22
5.	Marktinitiatief Ter Borch.....	23
5.1	Verzorgingsgebied	23
5.2	Positionering en functie	24
5.3	Planbeoordeling	25

WPM Groep

www.wpmgroep.nl

Opdrachtgever:

H. Vos – Gemeente Tynaarlo

S. Veenstra – Gemeente Tynaarlo

Opsteller:

Drs. Jasper Gosselt – Adviseur WPM Research & Consultancy

Datum:

9 juli 2012

Kenmerk:

R120240

1. Veranderende omstandigheden

Binnen de gemeente Tynaarlo bestaan verschillende plannen voor winkelontwikkelingen. Voor de vier hoofdkernen (Eelde, Paterswolde, Vries en Zuidlaren) leven initiatieven om de dorpscentra te versterken. De haalbaarheid daarvan is niet onbesproken, vooral vanwege landelijke signalen over leegstand en mogelijke bedreiging door internet. Dit is voor de gemeente aanleiding om de plannen en initiatieven te laten toetsen door WPM Research & Consultancy.

1.1 Van kwantiteit naar kwaliteit

De detailhandel staat sterker in de belangstelling dan voorheen. De financiële crisis en economische recessie hebben geleid tot een toenemende discussie over de haalbaarheid van plannen. Inmiddels neemt het besef toe dat de omstandigheden in de winkelvastgoedmarkt structureel gewijzigd zijn. De sterke en onvoorwaardelijke groei van de afgelopen decennia behoort dan ook tot het verleden.



In de afgelopen decennia is sprake geweest van een jaarlijkse groei van de winkelvoorraad van gemiddeld ongeveer 1,5% per hoofd, die voor een groot deel via perifere en grootschalige winkelprojecten is gerealiseerd. De verwachting voor de toekomst zijn gereserveerder dan voorheen. Desondanks blijft de

winkelmarkt behoefte houden aan vernieuwing en kwalitatieve impulsen. Wel zijn deskundigen het erover eens dat er binnen de winkelstructuur verschillen gaan ontstaan in toekomstperspectief, dit vereist dat er heldere keuzes gemaakt worden.

Vanuit de ambitie de winkelstructuur binnen de gemeente Tynaarlo vitaal te houden, leidt dit tot het uitgangspunt in die centra te investeren die effectief kunnen bijdragen aan een aantrekkelijk en toekomstbestendig voorzieningenniveau in de gemeente. Uiteraard zo, dat dit inspeelt op de veranderingen die zich in de maatschappij en het consumentengedrag voordoen.

1.2 Het nieuwe winkelen

Eén van de meest besproken onderwerpen in de retail is de ontwikkeling van internet en daaraan gerelateerde toepassingen. Ondernemers zullen genoodzaakt zijn daarop in te spelen. Internet zal de concurrentie tussen winkels en winkelgebieden doen toenemen, en deze zullen daarop moeten reageren. Aan de ene kant zien we dat ondernemers in winkelgebieden online gaan samenwerken om zich sterker naar de markt te profileren. Aan de andere kant zien we dat winkelgebieden moeten voldoen aan hogere fysieke kwaliteitseisen om klanten optimaal te bedienen. Voor de reguliere detailhandel ligt er daarom de uitdaging voor om internet en zijn toepassingen te integreren in de totale bedrijfsvoering en als marketingtool te benutten.

Impact internet

Internet is de afgelopen jaren een steeds belangrijker aankoopkanaal geworden. Op dit moment heeft internet een marktaandeel in het winkelkanaal van circa 5%. De verwachting is dat dit zich zal ontwikkelen tot een aandeel van ca. 6% in de totale detailhandel in 2015. De groeicijfers vlakken de laatste jaren af. Verder zien we dat fysieke winkels steeds meer ook online gaan, en omgekeerd. Daardoor wordt de grens tussen fysiek en digitaal steeds vager en lopen de verkoopkanalen in elkaar over (cross channel).



Fysieke winkelgebieden zullen op andere manieren toegevoegde waarde moeten leveren dan voorheen. Bijvoorbeeld in beleving en sfeer, bijzondere formules, service en gastvrijheid.

1.3 Inzetten op versterking structuur

Leegstand

Toenemende leegstand in winkelgebieden vormt een belangrijk tweede punt van zorg. Er wordt vaak een verband gelegd met de ontwikkeling van de bestedingen op internet. Dit leidt dan snel tot de bewering dat er geen behoefte is aan meer (nieuwe) winkelmeters. Enige nuance is op zijn plaats.

Uit WPM-onderzoek blijkt dat de toenemende leegstand niet zozeer het gevolg van internet¹, maar vooral van de economische recessie. Het gebrek aan structureel vertrouwen bij consumenten leidt tot terugloop in bezoekersaantallen en lagere bestedingen in de winkels. In sectoren waar in slechte economische tijden het meest wordt bezuinigd, neemt de leegstand het sterkst toe.



¹ Zie: "Economische recessie trekt sporen in de retailsector" (Haringsma in VGM 2012)

Verder is het goed vast te stellen dat leegstandsontwikkeling zowel een structurele als locationele component heeft. In de regionale structuurvisie die WPM heeft opgesteld voor Zuid-Kennemerland, bleek dat leegstand op alle niveaus binnen de structuur was toegenomen. Leegstand concentreert zich echter vooral op locaties die op het punt van functie, verzorgingsgebied, uitstraling en ondernemerschap matig of slecht scoren. Tussen winkelgebieden of plaatsen doen zich op het punt van leegstand grote verschillen voor: lokale marktomstandigheden bepalen sterk het toekomstperspectief.



Het draait om kwaliteit

De verwachting is dat in de toekomst de leegstand in structurele zin zal toenemen. In de Nederlandse fijnmazige structuur is op onderdelen sprake van een grote kwetsbaarheid. Belangrijk daarbij is het gebrek aan functioneel of kwalitatief onderscheidend vermogen. Veel winkelgebieden zijn eenzijdig opgezet, verouderd of te klein. In de toenemende concurrentie zijn daarom niet alle gebieden overeind te houden. Op andere plekken bestaat echter behoefte aan uitbreiding van meters, bijvoorbeeld om ondernemerschap, marktinitiatieven en de kansrijkheid die goede plekken bieden, te honoreren.

Dit geeft aan dat het geen zin heeft om de (toename van) leegstand op de ene plek 1 op 1 al te zeer te relateren aan de kansrijkheid van nieuwe meters op de andere plek. Dat doet immers geen recht aan het onderlinge verschil in functioneren en de kansen voor ondernemerschap binnen de gemeentelijke of regionale winkelstructuur. De detailhandel is gebaat bij een zorgvuldig ingepaste maar continue vernieuwing; in de komende tijd zal deze gekenmerkt worden door zowel concentratie en uitbreiding als saneren en transformatie.

Beperkte leegstand in Tynaarlo

De leegstand in de gemeente Tynaarlo is laag. Deze bedraagt circa 2% van het aantal vestigingspunten (winkels, horeca, diensten). De landelijke leegstand bedraagt ca. 7%. Een leegstand van 2% zit ruim onder het frictieniveau, wat duidt op een relatief tekort aan winkelmeters.

1.4 Positie van dorpscentra

Toekomstperspectief

De concurrentie tussen winkelgebieden neemt toe. Toch wordt aan dorpscentra een overwegend goed perspectief toegekend. Zij bieden een hoge slaagkans voor boodschappen op korte afstand van de woning. In het voordeel spreekt ook de dorpse sfeer, lokaal ondernemerschap en de relatief grote afstand tot goede

alternatieven. Waar het winkelaanbod dit toelaat, is er naast het doen van boodschappen sprake van vormen van langer verblijf met recreatieve elementen. Het meest gunstige toekomstperspectief hebben daarom:

- Complete en sfeervolle dorpscentra;
- Moderne supermarkten als trekker;
- Locale spelers met naam en faam;
- Voldoende draagvlak / aantal verzorgende inwoners.

Waar dorpscentra een compleet pakket aan winkels en aanvullende diensten bieden, en sterke lokale spelers daar onderdeel vanuit maken, bestaan ook in de toekomst goede kansen. Incomplete winkelgebieden met gebrekkige uitstraling en matige ruimtelijke opzet of te weinig parkeermogelijkheden zijn in de onderlinge concurrentie kwetsbaar.

Investeren in toekomstwaarde

Een modern, functioneel en aantrekkelijk dorpscentrum ontleent zijn kracht aan een divers en evenwichtig kernassortiment. Het volwaardig bedienen van de eigen inwoners in de gemeente schept niet alleen mogelijkheden maar ook de noodzaak om de dorpscentra te blijven aanpassen aan de hedendaagse eisen van de consument. De gewenste levendigheid en vitaliteit die het winkelaanbod in dorpscentra met zich mee brengen zijn geen vaststaand gegeven. Dat vergt zeker in de huidige tijd aandacht voor kwaliteit en investering.

Vitale dorpscentra

Eén van de bepalende factoren voor de kwaliteit van dorpen is het aanbod aan voorzieningen. Consumenten laten zich bij de keuze voor de plek om boodschappen te doen nog steeds sterk leiden door nabijheid, onder voorwaarde dat ze datgene aantreffen waar ze naar op zoek zijn. In dorpen met een voldoende en bestendig draagvlak is het daarom uit oogpunt van leefbaarheid en mobiliteit wenselijk het voorzieningenaanbod op niveau te houden c.q. te brengen.

Het binden van de boodschappenbehoefte aan het eigen dorp enerzijds en de kwaliteit en diversiteit van het aanbod aan de dorpswinkelvoorzieningen anderzijds zijn twee communicerende vaten. Om de binding aan het dorp te kunnen behouden moet een winkelgebied voldoende keuze en bezoekmotieven kunnen bedienen. Een belangrijke voorwaarde hiervoor is concentratie op een strategische en goed ontsloten plek.

1.5 Investeren op perspectiefrijke locaties

De discussie over uitbreiding van winkelaanbod kan verschillend worden gevoerd. Om dreigende leegstand of structurele uitval te voorkomen, wordt wel eens geconcludeerd dat 'er geen meters meer bij mogen'. Een andere redenering is mogelijk door te zeggen dat versterking van de winkelstructuur leidt tot meer trekkracht en een beter toekomstperspectief.

Met een jaarlijkse gemeentelijke bevolkingsgroei van slechts 0,03% (bron: cbs) en fluctuerende bestedingen is duidelijk dat traditionele distributieplanologische berekeningen met de gangbare ingrediënten niet zullen leiden tot veel uitbreidingsmeters. Binnen de context van voorliggende notitie is het ook niet de vraag of er genoeg winkelmeters binnen de gemeente zijn, maar vooral of de lokale winkelstructuur in staat is in te spelen op het veranderend consumentengedrag en de wens deze te versterken².

Oude stijl	Nieuwe stijl
Hiërarchische structuren	Netwerkstructuren
Winkelcentra	Stedelijke gebieden
Uitbreiding winkelmeters	Saneren en investeren
Statisch	Dynamisch
Evenwicht	Stimulans
Beschermd	Faciliterend
Kwantitatief	Kwalitatief
Aanbodgericht	Consumentengericht
Inhoud	Proces
Bestedingen	Beleving
Projectgericht	Procesgericht

² Zie: “WPM Groep onderzoekt effecten distributie planologisch onderzoek” (Haringsma, VGM november 2010)

2. De opbouw en kwaliteit van de winkelstructuur

De gemeente Tynaarlo bestaat uit een aantal kernen met elk een eigen karakter. De hoofdkernen hebben een eigen dorpshart met winkels en overige commerciële en maatschappelijke voorzieningen. Eén van de doelstellingen van de gemeente Tynaarlo is om deze dorpscentra vitaal te houden. In het volgende schetsen we de contouren voor een kansrijke insteek.

2.1 Opbouw van de winkelstructuur

Het winkelaanbod is merendeels geconcentreerd in de dorpscentra. Een kwart van de verkooppunten (één derde van het metrage) ligt buiten deze concentraties. Voor een belangrijk deel zijn dit woninginrichters, bouwmarkten, tuincentra en overige doelgerichte detailhandel die je doorgaans weinig in winkelgebieden aantreft. Deze categorie winkels zien we in kleinere kernen aan de rand van winkelgebieden (zoals de Doeland in Eelde), maar vaak ook daarbuiten en aan doorgaande wegen (zoals de Formido in Vries). Door eigen trekkracht en de behoefte aan schaal heeft een locatie buiten de winkelgebieden voordelen.

De situatie in Eelde en Paterswolde is enigszins bijzonder. Beide dorpen zijn in de loop van de tijd samengegroeid, maar hebben van oudsher elk een eigen winkelconcentratie.

Tabel: inwoners en omvang bedrijven en winkels

Kern	Inwoner	Verkooppunt	Winkel	Wvo*	Wvo/hoofd
Bunne	200	1	0	0	0,00
De Groeve	450	3	1	50	0,11
De Punt	230	6	2	280	1,22
Donderen	450	1	0	0	0,00
Eelde	6.710	41	24	5.231	0,78
Eelderwolde	1.640	4	1	45	0,03
Midlaren	325	4	1	20	0,06
Oudemolen	75	1	0	0	0,00
Paterswolde	3.710	48	28	6.711	1,81
Taarlo	120	1	0	0	0,00
Tynaarlo	1.800	29	16	4.459	2,48
Vries	4.235	47	31	6.740	1,59
Yde	865	3	1	15	0,02
Zeegse	350	3	0	0	0,00
Zeljen	775	4	3	129	0,17
Zuidlaren	10.065	124	67	13.201	1,31
Totaal	32.000	320	175	36.881	1,15

* Wvo = winkelvloeroppervlak / voor consument toegankelijke winkelruimte

Kleine kernen

Circa een kwart van de inwoners van de gemeente woont in één van de kleinere kernen. De grootste ervan is Tynaarlo, met 1.800 inwoners.

De houdbaarheid van winkelveorzieningen in woonplaatsen met minder dan ca. 4.000 inwoners staat al geruime tijd onder druk, zeker als ze op korte afstand van een grotere plaats zijn gelegen. Op enkele solitaire winkels na, zijn er in de kleinere kernen binnen de gemeente Tynaarlo geen boodschappenvoorzieningen aanwezig. Ook in de toekomst zullen deze kernen aangewezen zijn op het aanbod in de grotere kernen. Voor detailhandelsfuncties is het draagvlak (consumentenpotentieel) in de kleine kernen te beperkt.

Impressie winkelaanbod gemeente Tynaarlo

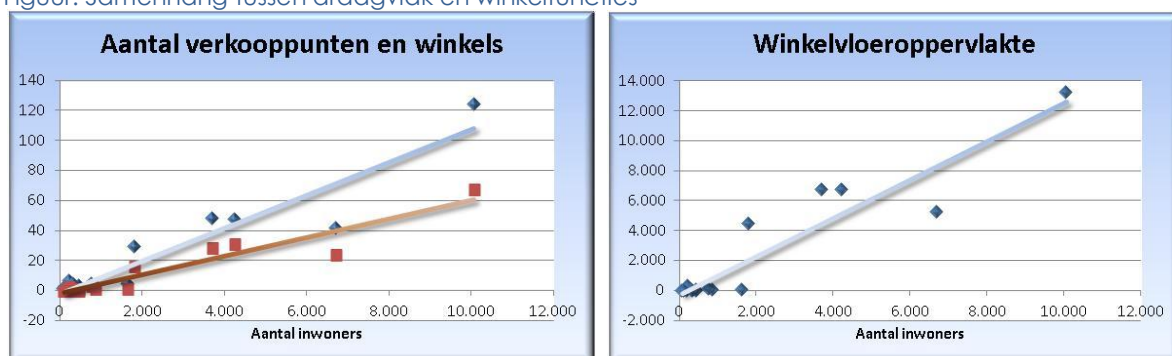


Tabel: winkels naar locatietype

Woonplaats	Centrum		Verspreid		Totaal	
	Aantal	M² wvo	Aantal	M² wvo	Aantal	M² wvo
Eelde	21	5.031	3	200	24	5.231
Paterswolde	28	6.711	0	-	28	6.711
Vries	29	5.561	2	1.179	31	6.740
Zuidlaren	61	10.289	6	2.912	67	13.201
Overig kernen	0	-	25	4.998	25	4.998
Totaal	139	27.592	36	9.289	175	36.881

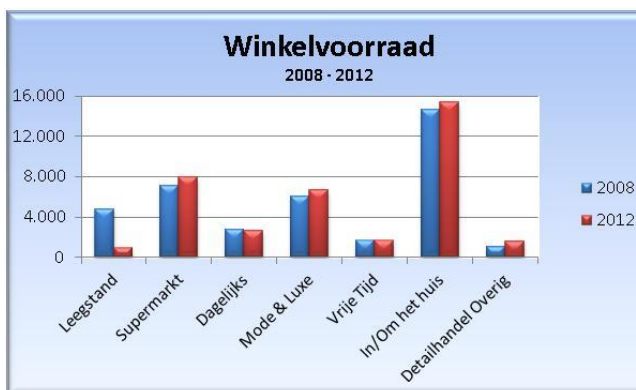
Bron: Locatus 2012

Figuur: Samenhang tussen draagvlak en winkelfuncties



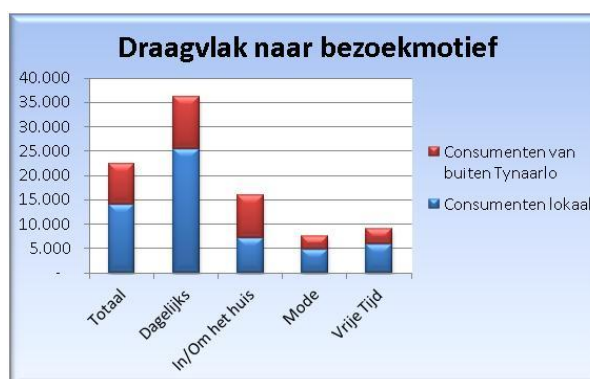
2.2 Ontwikkeling winkelaanbod

De totale winkelvoorraad in de gemeente is de afgelopen jaren niet veel veranderd. Het aantal winkels is op dit moment nagenoeg gelijk aan 2008. Ook het totale metrage is redelijk vergelijkbaar aan 4 jaar geleden, maar de vergelijking geeft ook aan dat het aanbod in de meeste branches iets is toegenomen en leegstand is afgenomen. In de food en dagelijkse boodschappen zien we een verschuiving van speciaalzaken naar supermarkten, een ontwikkeling die we ook landelijk zien. Het totale supermarktmetrage is iets toegenomen, terwijl het kleinschaligere levensmiddelenaanbod iets afgenomen is. De leegstand in de huidige voorraad is erg laag, zeker in vergelijking met landelijke cijfers en de cijfers in 2008 (mogelijk waren er destijds toevallige afwijkingen).



2.3 Verzorgingsniveau

Het winkelbezoek in de gemeente Tynaarlo is sterk gericht op het boodschappen doen. Andere bezoekmotieven worden binnen de gemeente minder bediend; er is veel afvloeiing naar Groningen en Assen, maar ook naar Roden, Hoogezand en Haren. Een sterk boodschappenaanbod is ook voor de non-food (mode, vrije tijd) branches erg belangrijk – vooral in dorpscentra weet dit type winkels te profiteren van combinatiebezoek en uitwisseling met supermarkt en boodschappenpubliek.



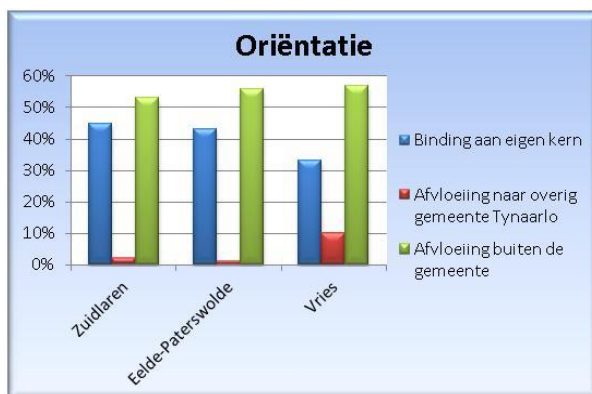
Afnemende loyaliteit

Een belangrijke landelijke tendens is dat de loyaliteit aan de dichtstbijzijnde winkelvoorzieningen afneemt. Dat geldt ook voor boodschappen. Hoewel afstand nog steeds een belangrijke factor is, oriënteren consumenten zich steeds breder, zijn ze beter geïnformeerd en kiezen ze steeds kritischer. Dit heeft er ook mee te maken dat de keuzemogelijkheden toenemen en een deel van de voorzieningen juist gericht is op een bredere doelgroep. Kijk bijvoorbeeld naar de ontwikkeling van Triade in Assen, waar de AH XL in combinatie met overige gemaksvoorzieningen zich niet alleen richt op Assen, maar ook op de regio en consumenten uit de gemeente Tynaarlo bindt. Dit geldt bijvoorbeeld ook voor de grote Jumbo bij de Euroborg, die zich min of meer solitair langs de rand van de stad richt op een bovenlokale doelgroep.

Voor winkelgebieden en ook dorpscentra betekent dit dat zij zich scherp moeten profileren, om zich onder invloed van toenemende concurrentie staande weten te houden.

Opvallend is de lage binding en oriëntatie van de inwoners van de gemeente op het 'eigen' winkelaanbod (dagelijks en niet-dagelijks gecombineerd). Voor de beide grootste kernen Zuidlaren en Eelde-Paterswolde geldt dat de afvloeiing van koopkracht naar aanbod buiten de gemeente groter is dan de binding. Normaliter is het in

plaatsen van deze omvang andersom – de binding is hoger dan de afvloeiing. Nog een opvallend gegeven is dat tussen de beide grootste kernen nauwelijks uitwisseling van consumenten is. Alleen vanuit Vries wordt in beide dorpen gewinkeld, omdat het aanbod in de eigen kern beduidend kleiner is.

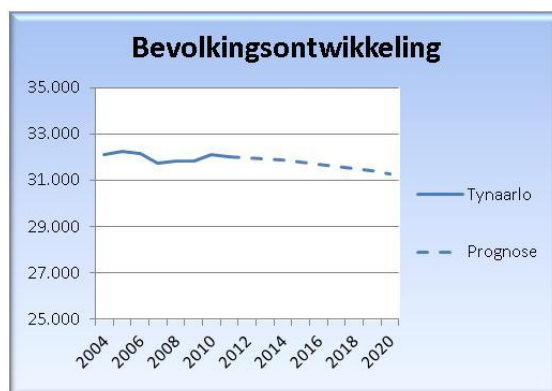


Winkelaanbod in de dorpen



2.4 Draagvlakontwikkeling

Winkelgebieden ontleen hun potentie voor het belangrijkste deel aan het 'draagvlak', zeg maar de inwoners in de eigen kern. Dat geldt zeker voor winkelgebieden die het in belangrijke mate moeten hebben van hun boodschappenfunctie, zoals in de gemeente Tynaarlo.



Het totale inwonertal in de gemeente bedraagt zo'n 32.000. De natuurlijke aanwas in de gemeente stakt al enige tijd en leidt tot een lichte krimp van de bevolking in alle dorpen. Wel neemt de bevolking toe in de nieuwe wijk Ter Borch, die voor een belangrijk deel gevoed wordt door instroom van buiten de eigen gemeente. Het gebied ten zuiden van Groningen is een populair woongebied en een reden waarom Ter Borch zich vrij succesvol ontwikkeld.

2.5 Concurrentiepositie en ontwikkelingen

De kernen in de gemeente Tynaarlo zijn omgeven door grotere plaatsen. Deze liggen weliswaar op afstand, maar trekken ook aan de consument in de gemeente Tynaarlo.

De grootste plaatsen, Groningen en Assen, trekken het meeste kooppubliek uit de gemeente. In mindere mate geldt dat ook voor Haren, Roden en Hoogezand.

- De binnenstad van Groningen neemt een unieke positie in. Het is dé plek in Noord-Nederland om te winkelen en recreatief te verblijven. Voor de kernen in Tynaarlo is de binnenstad geen concurrent; Groningen bedient een geheel ander bezoeks-motief.
- Op Sontplein (Groningen) is gaandeweg, in het kielzog van Ikea, een cluster aan grootschalige winkels aan het ontstaan (Telstar, Saturn, etc). Ook de voorzieningen op het Sontplein zijn van een andere orde dan in de gemeente, maar de ontwikkeling laat wel zien dat grote branchegerichte warenhuizen in bijvoorbeeld sport en electro zich steeds meer regionaal en gewestelijk manifesteren. De mogelijkheden voor dit type branches in kleinere kernen worden minder; aanbieders kunnen zich alleen nog onderscheiden door specialisatie en persoonlijke service.
- De binnenstad van Assen is sterk in ontwikkeling. Door het sterke planmatige karakter rond het Koopmansplein, is Assen in feite een soort tegenhanger van de Groningse binnenstad. Die roept met haar historische karakter een hele andere sfeer op. Assen heeft in tegenstelling tot Groningen naast een recreatieve ook een zekere conveniencefunctie, zoals bijvoorbeeld het Triade-complex aan de noordkant van het centrum, dat vrij goed bereikbaar is en daardoor ook een alternatief is voor de inwoners uit Tynaarlo.
- Hoogezand heeft financiële steun ontvangen om het centrumgebied op te knappen. Er wordt geen grote uitbreiding van De Hooge Meeren voorzien, wel eventuele kleinschaligere inbreidingen. Het centrum onderscheidt zich door een compacte en comfortabele opzet, goed en gratis parkeren en een vrij complete branchering. Hoewel een stuk kleiner in omvang, is het centrum van Zuidlaren een dorpse en sfeervolle tegenhanger van het planmatige en efficiënte De Hooge Meeren.
- Het centrum van Haren heeft vooral een lokale functie. Het supermarktaanbod heeft een impuls gehad door de schaalvergroting van C1000. Het centrum heeft een uitgebreider aanbod dan in de kernen van Tynaarlo en vormt daardoor een alternatief voor het eigen dorpscentrum. Versterking van de centra in de gemeente Tynaarlo kan de positie ten opzichte van Haren verbeteren. De ambities met het centrum van Haren lijken uitontwikkeld, het kernwinkelgebied is redelijk uitgebreid en ingevuld.
- Het centrum van Roden heeft een sterke boodschappenplusfunctie. Het supermarktaanbod is uitgebreid en ook het non-food aanbod is behoorlijk vertegenwoordigd.

Impressie centra van Assen, Hoogezand, Groningen en Haren



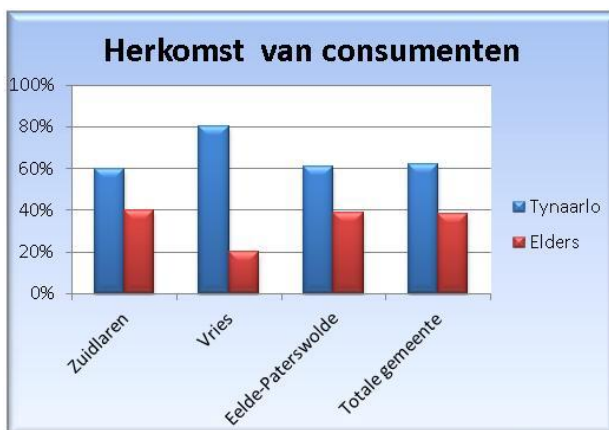
3. Ontwikkelingsperspectief

In dorpen met voldoende en bestendig consumentendraagvlak is het vanuit leefbaarheid en economisch perspectief wenselijk het voorzieningenniveau aantrekkelijk te houden. Landelijk staan de haalbaarheid en houdbaarheid van boodschappenvoorzieningen in kleinere dorpen en plaatsen (< 4.000 inwoners) onder druk. In de grotere dorpen zijn goede kansen om een kwalitatieve en volwaardige mix van winkelveorzieningen te bieden.

3.1 Verzorgingspotentie

Op basis van de bevolkingsomvang en het verzorgingsbereik hebben de hoofdkernen in de gemeente alle voldoende potentieel voor een zelfstandige winkelfunctie. Uiteraard zit er onderscheid in de gewenste positionering en functie. Zo profiteren de centrumgebieden van Zuidlaren en Eelde-Paterswolde ook van een bovenlokale functie en ten dele ook van de toeristisch-recreatieve functie van dit gebied: circa 40% van de bestedingen is afkomstig van bezoekers van buiten de gemeente.

Kernen	Inwonertal
Zuidlaren	10.080
Eelde-Paterswolde	10.425
Vries	4.235
Tynaarlo	1.795
Eelderwolde/Ter Borch	1.640
Overig	4.275
Totaal	32.450



3.2 Versterking van de centrumgebieden

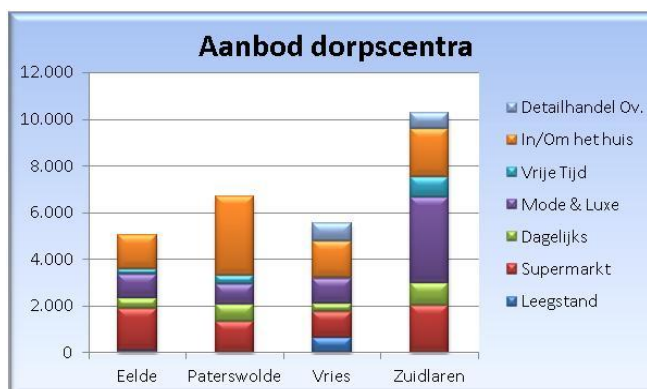
De toekomstwaarden van de dorpscentra hangt in belangrijke mate samen met de compleetheid van het voorzieningenaanbod. Het supermarktaanbod vormt de basis van elke boodschappenfunctie. Een moderne omvang en schaalgrootte van het supermarktaanbod zijn van belang om voldoende assortiment en comfort te bieden aan de klant. Het aanbod aan versspecialzaken vormt een belangrijke aanvulling op het supermarktaanbod en geniet zeker in dorpen vaak hoge waardering. Complementaire drogisten zijn de subtrekkers van een centrum. Aanvullende non-food voorzieningen completeren de gemakbranchering (bloemen / planten / dier, textielsuper / eenvoudige mode, huishoudelijke artikelen).

De plusfunctie van dorpscentra ligt besloten in aanvullende functies als een warenhuis (Hema), het modisch-luxe aanbod aangevuld met de meer niet-frequente benodigde branches als electro, sportartikelen en media/boeken. Uiteraard bepalen de sfeer, de kwaliteit en het gemak van de plek en het winkelgebied of mensen er ook graag

komen en kopen. In het verlengde daarvan heeft ook de (verblijfs-)horeca een sterke toegevoegde waarde, aangevuld met culturele functies als een dorps- of ontmoetingscentrum, diensten en vermaak.

3.3 Kwaliteitsbeeld structuur

De vier dorpscentra zijn alle gemakcentra, gericht op het doen van boodschappen. Eén of meerdere supermarkten vormen de basis, aangevuld met andere dagelijkse en wekelijkse voorzieningen. Het dorpscentrum van Zuidlaren biedt het meest uitgebreide winkelaanbod. Dat zien we vooral terug in het modisch en huishoudelijk aanbod; Zuidlaren heeft in die zin veel meer een 'boodschappenplus'-functie.

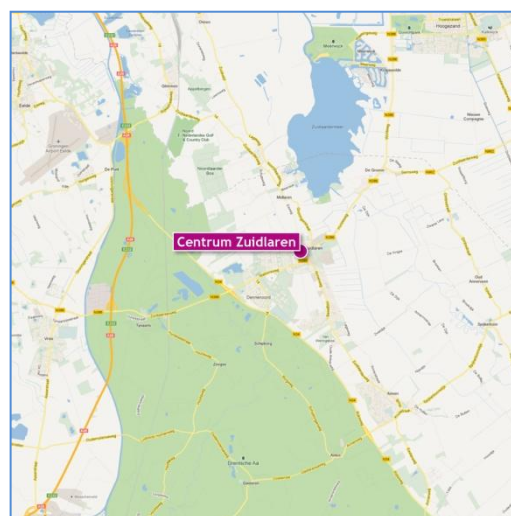


Sterke dorpscentra combineren een zeker lokaal en herkenbaar karakter met de functionaliteit van boodschappen(plus)gemak. De 'drie c's' (compact, compleet en comfortabel) zijn belangrijke en essentiële waarden voor dit type winkelgebieden:

- Zuidlaren scoort op het punt van lokale karakteristiek zeer goed – het centrum heeft een fraaie brinkstructuur met her en der opvallend mooie bebouwing. Als gevolg van de lintstructuur mist het centrum compactheid en ook voor parkeren is beperkt ruimte.
- Het centrum van Eelde mist juist verblijfskwaliteit. Het is functioneler van opzet, met een centraal gelegen parkeercluster.
- In Paterswolde ontbeert het aan een echt centrum. De winkels liggen verspreid en de supermarkt vormt een soort van doelgericht boodschappenpunt.
- Vries heeft een mooi historisch dorpscentrum, maar door de verspreide ligging van winkels en overige voorzieningen is geen sprake van een herkenbaar dorpshart.

3.4 Zuidlaren

- Het centrum van Zuidlaren heeft het meest diverse en uitgebreide winkelaanbod in de gemeente.
- Op grond van de ligging, het verzorgingsbereik en de unieke belevingskwaliteit van het centrum heeft het ook de grootste bovenlokale verzorgingspotentie.
- Het winkelaanbod, een combinatie van boodschappen en non-food, vervult een primaire dan wel



aanvullende centrumfunctie voor meerdere kleinere kernen (Midlaren, Annen/Anloo, Tynaarlo, Gasteren, Schipborg, Glimmen, Noordlaren, De Groeve, Gieten). Een gebied dat inclusief Zuidlaren zo'n 20.000 tot 25.000 inwoners omvat.

Tabel: Beoordeling en knelpunten

Zuidlaren		Toelichting
Compleet	+	Grootste centrum binnen gemeente, maar mist op onderdelen voldoende schaal en trekkracht
Comfortabel	-	Parkeren is een knelpunt, sfeer is een kernkwaliteit
Compact	0	Door lintstructuur langgerekt, maar wel goed vindbaar en zichtbaar

Ontwikkelingsrichting

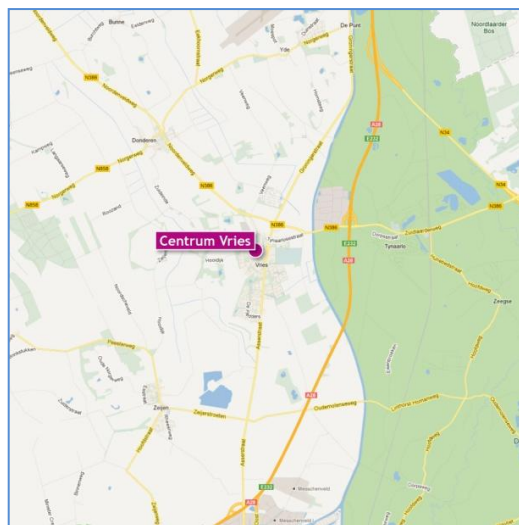
- Belangrijk voor het toekomstperspectief van Zuidlaren is het optimaliseren van het boodschappenaanbod. De supermarkten zijn de cruciale dragers voor het centrum en moeten toe zien te groeien naar een moderne schaalgrootte, passend bij de lokale en bovenlokale functie. De toevoeging van een derde supermarkt (complementaire discounter) is te overwegen.
- Opschaling bestaande drogisten en/of toevoegen van een derde en onderscheidende drogist is kansrijk.
- Een aantal versspecialzaken heeft een beperkte omvang, maar schaalvergroting is onzeker, gelet op het dalend marktaandeel van specialzaken ten gunste van supermarkten en de opgave om zich te onderscheiden.
- Door z'n ligging moet Zuidlaren niet alleen in staat zijn de binding te vergroten maar ook de regionale potentie beter uit te nutten. Een gerichte versterking van de non-food (mode, warenhuis) levert hieraan een essentiële bijdrage.

Zuidlaren						
Dagelijks	Bestaand	Aantal	Invulling -	Invulling +	Planruimte	Kans
Supermarkten	2.530	2 a 3	4.000	5.000	2.500	++
Drogisten/Parfumerie	450	2 a 3	550	650	200	++
Versspeciaal	680	Divers	700	800	100	+/-
Totaal					2.800	
Niet-dagelijks	Bestaand	Aantal	Invulling -	Invulling +	Planruimte	Kans
Warenhuis, huishoudelijk	1.190	2	1.200	1.400	200	++
Mode, luxe, textiel, cadeau	3.400	Divers	4.000	5.000	1.600	++
Vrije tijd	1.100	Divers	1.100	1.200	100	0
Bloemen, diervoeding	540	Divers	540	600	100	0
Partijgoed	-	1	700	1.000	1.000	+
Totaal	9.900				3.000	

m² in bvo

3.5 Vries

- Vries is met circa 4.200 inwoners de kleinste kern met een eigen winkelgebied.
- Het primaire draagvlak is minimaal voor een complete basisbranchering.
- De toevloeiing vanuit enkele omliggende kleine kernen als Donderen, Zeijen of Tynaarlo is gunstig voor het perspectief, maar tegelijkertijd kwetsbaar vanwege de nabijheid van kernen met een breder centrumaanbod.
- Door getemperde woningbouwplannen (De Bronnen) zal het draagvlak hooguit op niveau blijven, maar is van groei geen sprake.



Tabel: Beoordeling en knelpunten

Vries		
Compleet	+	Redelijk compleet voor z'n functie
Comfortabel	-	Geen aangename of efficiënte boodschappenbestemming
Compact	-	Sterk verspreid

Ontwikkelingsrichting

In Vries is weinig aanleiding voor functionele toevoegingen. Dit maakt versterking moeilijk, omdat vernieuwing overwegend gedragen wordt door uitbreiding. Het verplaatsen van bestaande ondernemers is een veelgehoord 'beleidsmatig' wensbeeld, maar in de praktijk slechts beperkt realiseerbaar.

Vries

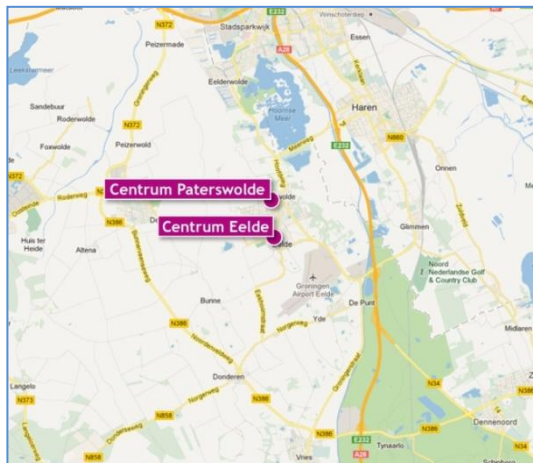
Dagelijks	Bestaand	Aantal	Invulling -	Invulling +	Planruimte	Kans
Supermarkten	1.400	1	1.200	1.500	100	+/-
Drogisten/Parf.	150	1	200	250	100	+
Versspeciaal	200	Divers	350	400	200	+/-
Totaal					400	

Niet-dagelijks	Bestaand	Aantal	Invulling -	Invulling +	Planruimte	Kans
Warenhuis, huishoudelijk	550	2 a 3	550	550	-	0
Mode, luxe, textiel, cadeau	780	Divers	780	780	-	0
Vrije tijd	40	Divers	40	40	-	0
Bloemen, diervoeding	560	Divers	560	560	-	0
Partijgoed	-	-	-	-	-	0
Totaal	3.700				-	

m² in bvo

3.6 Eelde-Paterswolde

- De kern Eelde-Paterswolde heeft een vergelijkbaar inwonertal als Zuidlaren (circa 10.000). Het winkelaanbod is echter historisch ontwikkeld op twee locaties.
- Het eerder uitgebrachte advies (DTNP, WPM) voor de winkelstructuur in de kern verdient opvolging. Daarin staat dat het centrumgebied in Eelde zich ontwikkelt tot het complete boodschappencluster voor de totale kern en de supermarkt in het centrum van Paterswolde een aanvullende functie heeft als doelgerichte supermarktbestemming.



Eelde

- Het centrum van Eelde heeft, ondanks de gelijke omvang van de beide kernen Zuidlaren en Eelde/Paterswolde, niet de verzorgingspotentie van het centrum van Zuidlaren. De bovenlokale potentie van Zuidlaren is beduidend groter, hetgeen zich weerspiegelt in de huidige aanbodverhouding: het centrum van Eelde is de helft zo groot als dat van Zuidlaren. Ook de kwaliteit van de plek (onderscheidend vermogen, aantakking op de regio) biedt minder perspectief dan in Zuidlaren. De bovenlokale functie is met name voor omliggende kernen als Yde, Bunne en Donderen. Peize en Vries zijn maar gedeeltelijk gericht op de winkelfunctie in Eelde; Roden, Assen en Zuidlaren zijn belangrijke alternatieven.

Eelde

Compleet	0	Kleine supermarkten, basisbranchering op orde, beperkt 'plus' aanbod
Comfortabel	0	Weinig verblijfskwaliteit. Wel functioneel parkeren dichtbij winkels
Compact	++	Concentratiegebied met twee supermarkten aan de uiteinden

Paterswolde

- Het centrumgebied van Paterswolde wordt gedomineerd door een moderne supermarkt. Door de strategische ligging en goede aantakking op de N861 naar Haren speelt de supermarkt in op een bovenlokale functie. De supermarkt profiteert sterk van de onderbewinkeling aan de zuidwestkant van Groningen, waarvoor een voorstel ligt tot versterking.

Paterswolde

Compleet	-	Mist diversiteit en essentiële gemaksfuncties
Comfortabel	+	Goed bereikbaar en ruim parkeren bij supermarkt.
Compact	--	Buiten supermarktcomplex sterk versnipperd gelegen aanbod

Ontwikkelingsrichting Centrum Eelde

- Eelde moet haar centrumfunctie verbeteren. Het boodschappenaanbod dient op orde te komen, vooral door schaalvergroting van het supermarktaanbod.
- Ook in non-food moet het centrum in staat zijn de kern beter te bedienen. De 'plus' functie kan beperkt worden uitgebouwd, mits ook wordt ingezet op het verbeteren van de ruimtelijke condities.

Eelde						
Dagelijks	Bestaand	Aantal	Invulling -	Invulling +	Planruimte	Kans
Supermarkten	2.300	2	3.000	3.500	1.200	++
Drogisten/Parf.	310	2	300	500	200	+
Versspeciaal	220	Divers	350	400	200	+/-
Totaal					1.600	

Niet-dagelijks	Bestaand	Aantal	Invulling -	Invulling +	Planruimte	Kans
Warenhuis, huishoudelijk	830	2 a 3	800	1.000	200	+/-
Mode, luxe, textiel, cadeau	460	Divers	800	1.200	700	++
Vrije tijd	290	Divers	300	500	200	+/-
Bloemen, diervoeding	210	Divers	200	300	100	+/-
Partijgoed	-	-			-	+
Totaal	4.620				1.200	

m² in bvo

Ontwikkelingsrichting Centrum Paterswolde

- Het centrum van Paterswolde moet een complementaire functie vervullen aan het centrum van Eelde en de ambities tussen de Kerkhoflaan en Hoofdweg niet ondermijnen.
- De onderscheidende functie van het centrum van Paterswolde is een doelgerichte boodschappenplek, met een enkele aanvullende basisbehoefte. De omvang van de supermarkt is voldoende groot, zodat deze zich kan onderscheiden van de supermarkten die liggen in de completere centrumgebieden.
- Het supermarktcomplex aan de Hoofdweg leent zich goed voor een dergelijke functie en vormt op dit moment al een sterk conveniencecluster met een ruime parkeervoorziening. Buiten dit cluster is het beleidsmatig ongewenst om verdere uitbreiding te faciliteren.

4. Planbeoordeling

Verspreid over de gemeente spelen verschillende planinitiatieven. Belangrijk is om vast te stellen in hoeverre de plannen bijdragen aan het versterken van de structuur, of afwijken van de gewenste koers. Ook de omvang van de planvoorraad speelt een belangrijke rol. Van belang is dat de totale planvoorraad redelijkerwijs overeenkomt met de verwachte marktruimte, om te voorkomen dat voor de leegstand wordt gebouwd. Daarnaast is de haalbaarheid en duurzaamheid van een winkelontwikkeling sterk afhankelijk van de ruimtelijke condities: locatie, inpasbaarheid, ontsluiting en zichtbaarheid zijn elementen die bepalend zijn voor het succes van retailontwikkelingen.

4.1 Planvorming Zuidlaren

In het centrum van Zuidlaren spelen meerdere initiatieven.

Herontwikkeling garage Roelfsema

De locatie van garage Roelfsema is onderdeel van een van de sterkere delen van het winkellint. De locatie is momenteel een holle kies in het winkellint en leent zich bij uitstek voor herinvulling met detailhandel, daar de bestaande structuur intensificeert en versterkt. Een non-food (modische) invulling, met een of meerdere grotere modische formules verdient op deze plek de voorkeur.

Blok ING

Het ING blok is in beeld als herontwikkelingslocatie. Enige schaalvergroting op deze locatie is mogelijk, door het uitbreiden en samenvoegen van bestaande panden. Conform de centrumvisie heeft invulling met een trekker (HEMA) de voorkeur, om tegenover de AH-locatie de trekkracht van deze pool in het centrumgebied sterk te houden en de balans in het centrum te waarborgen.

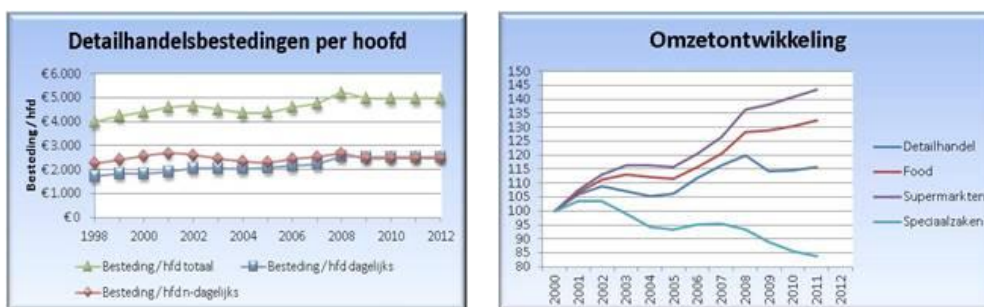
Prins Bernhardhoeve

De hallen op de locatie Prins Bernhardhoeve zijn door een ontwikkelaar aangekocht, met als doel de voorzijde te transformeren tot detailhandel. De locatie is de enige plek in het centrum om de te kleine Albert Heijn op te schalen naar het niveau van een moderne service supermarkt. Om de waarde van het 'historische' lint als winkelgebied voldoende krachtig te houden, moeten voorwaarden worden gesteld aan de omvang en invulling van de winkelfunctie op de Prins Bernhardhoeve. Een maximale omvang van circa 3.000 m² aan winkelruimte blijft gehandhaafd. Om de grotere trekkers in het lint te behouden, pleiten we voor een kleinschalige invulling van de aanvullende winkelruimte op de supermarkt.

Totaal

De voorgenomen initiatieven voorzien in een totale netto uitbreiding van ruim 5.000 m² bvo. De uitbreidingsbehoefte sluit aan bij het programma dat we minimaal (ca. 3.000) tot maximaal (ca. 5.800) nodig achten om het centrum een passende versterking te geven.

De uitbreidingsbehoefte voor Zuidlaren is in lijn met de uitkomsten van de eerder opgestelde marktverkenning (WPM, Centrumvisie Zuidlaren, september 2008). De uitgangspunten van destijds zijn redelijkerwijs nog steeds van kracht. De bestedingen per hoofd in de detailhandel fluctueren maar zijn de afgelopen jaren vrij stabiel gebleven (2009 – 2012). Tussen de branches onderling is wel duidelijk verschil in de omzetontwikkeling en daarmee de uitbreidingsbehoefte. De supermarkten hebben flink marktaandeel gewonnen ten opzichte van de speciaalzaken. De invulbaarheid van



het centrumplan met speciaalzaken ligt kritisch – In de categorie supermarkten zien we dat op veel plekken de schaal van de winkels nog niet is meegegroeid met de omzetten en schaalvergroting nodig is. Voor schaalvergroting van de supermarkten in het centrumplan zien we voldoende perspectief.

Ook in de non-food verschilt de omzetontwikkeling sterk per branche. De invulbaarheid van het centrumplan luistert nauw – in een aantal branches is het perspectief gering en in een aantal branches is sprake van groei in dit type winkelmilieus (met name modische formules, warenhuis en non-food discounters als Action).

4.2 Centrumplan Eelde

Het centrumplan Eelde is een integraal plan voor verbetering van de ruimtelijk functionele structuur van het centrum. De planvorming voorziet in de uiterst noodzakelijke impuls voor het centrum, zowel in ruimtelijke kwaliteit als versterking van het voorzieningenniveau. De doelstellingen van het plan sluiten aan bij de gewenste positionering van het centrumgebied: een aantrekkelijker en completer hart voor het dorp Eelde-Paterswolde. Ook de beoogde schaalvergroting van de supermarkten ligt in de planvorming besloten.

De totale planvorming in het centrumplan gaat uit van een toevoeging van 2.200 m² die aansluit bij het advies om voor een versterking van het centrum een programma te reserveren tussen 1.900 en 2.800 m². Dit metrage komt redelijk overeen met de afzonderlijke (distributieve) analyse die is opgesteld voor Eelde-Paterswolde (WPM, Marktanalyse Eelde-Paterswolde, augustus 2010). Ook hiervoor geldt dat de bestedingen en omzetten in een aantal branches onder druk staat en consequenties heeft voor de invulling van het Centrumplan. Dit neemt niet weg dat de potentie voor een completer en moderner dorpscentrum nog steeds voor handen is.

Naar mening van WPM neigt het centrumplan van Eelde eerder naar een te conservatief ambitieniveau dan te optimistisch programma. Een extra toevoeging bovenop de 2.200 m² achten wij realistisch. Veel zal afhangen van de uiteindelijke verkaveling van het plan en de commerciële kwaliteit van de winkelplinten. Er schuilt nog een flinke uitdaging in de commerciële verwinkeling van de twee tussenliggende bouwblokken.

4.3 Supermarkt Paterswolde

De planvorming in Paterswolde betreft het supermarktcomplex aan de Hoofdweg. De uitbreiding voorziet in een onderscheidende schaal van de supermarkt, in combinatie met het optimaliseren van enkele bijpassende gemaksvoorzieningen. De ontwikkeling speelt in op het verzoringsbereik dat het gemakskoncept nodig heeft, om de concurrentiepositie tussen completere centrumgebieden te waarborgen. Puur en alleen de uitbreiding van de supermarkt met enkele gemaksvoorzieningen ondermijnt niet de ambities die er zijn met het centrum van Eelde. Beide kunnen complementair aan elkaar functioneren. Derhalve is een verdere verbreding met non-food functies in Paterswolde niet wenselijk.

4.4 Keuzes en consequenties

Investeren en uitbreiden in de centrumgebieden van zowel Zuidlaren als Eelde is nodig om beide winkelgebieden aantrekkelijk te houden, met name voor de eigen kern en direct omliggende dorpen. Een investering is bovendien belangrijk om de concurrentiekracht van de beide dorpscentra op lange termijn te waarborgen. Conform de geschetste ontwikkelingsrichting (hoofdstuk 3) kunnen de centrumgebieden duurzaam worden ingevuld en 'wordt niet voor de leegstand gebouwd'.

Uit het oogpunt van de continuïteit en vitaliteit is het van belang een keuze te maken en de versterking en uitbreiding van het winkelaanbod voor te behouden aan de duurzame milieus binnen de structuur: de beide dorpscentra van Zuidlaren en Eelde. Consequentie van de versterking van de beide dorpscentra is dat deze de winkelvoorzieningen elders in de kern op den duur verder onder druk kunnen zetten.

Voor solitaire winkelvoorzieningen of kleinschalige clusters van specialisten is het toekomstperspectief binnen de winkelstructuur ongunstig, bijzondere en doelgericht bezochte functies daargelaten. De centrumplannen dienen erop gericht te zijn de winkelfunctie voor de hoofdkernen duurzaam in te vullen en kwaliteit te geven. Een eventuele verplaatsing van ondernemers van buiten de centrumgebieden naar de centrumplannen moet bij voorkeur gefaciliteerd worden. Verschraling of uitdunning van de winkelfunctie buiten de dorpscentra moet beleidsmatig worden opgevangen door ruimte te bieden aan transformatie (functieverandering).

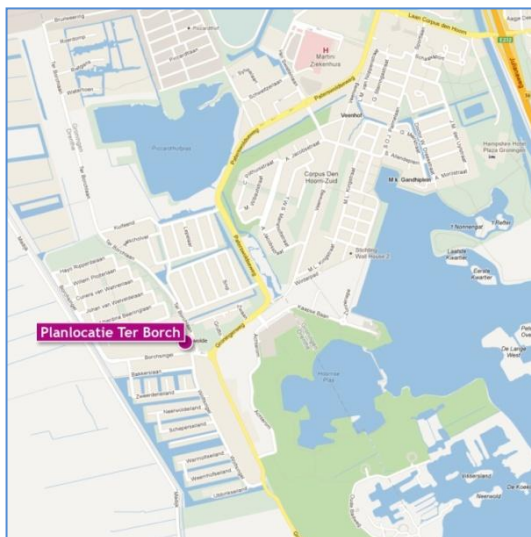
5. Marktinitiatief Ter Borch

De gemeente Tynaarlo heeft WPM gevraagd haar visie te geven op de ontwikkelingsmogelijkheden en effecten van detailhandel in de nieuwbouwwijk Ter Borch. Deze wijk ligt op de grens met de gemeente Groningen. Er speelt een initiatief voor de ontwikkeling van twee supermarkten. De planlocatie bevindt zich niet ver van de Groningerweg en vlakbij de kruising met de Borchsingel en de Ter Borchlaan. Het marktinitiatief in Ter Borch bestaat uit de ontwikkeling van twee complementaire supermarkten, beide verplaatsingen vanuit de gemeente Groningen (AH – Von Suttnerweg en Aldi Overwinningsplein). De supermarktontwikkeling voorziet in twee supermarkten van 1.700 m² (AH) en 1.100 m² (Aldi). De achterblijvende ruimte van AH wordt ingevuld door een Spar (ca. 800 m²). De bestaande winkelruimte van Aldi wordt gesaneerd/getransformeerd. De netto uitbreiding bedraagt circa 2.500 m².

5.1 Verzorgingsgebied

De nieuwbouwwijk Ter Borch wordt ontwikkeld in het verlengde van de Stadsparkwijk in het zuidwesten van Groningen. Qua ligging is Ter Borch direct verbonden met Groningen en niet met de kernen in Tynaarlo.

Door de woningbouw ontstaat in de oksel van de A28 en de A7 op den duur een verzorgingsgebied (inclusief Ter Borch) van ongeveer 14.000 inwoners. Aan de noordkant van het gebied ligt een volwaardig wijkwinkelcentrum, het Overwinningsplein. Het Overwinningsplein heeft één moderne supermarkt, de Jumbo. De Aldi is te klein en slecht aangesloten op het winkelgebied.



Het Overwinningsplein heeft niet alleen een functie voor Corpus den Hoorn Noord, maar ook voor een aantal ten noorden van de A7 gelegen buurten (Grunobuurt, Laanhuizen – totaal 3.000 inwoners), zonder eigen winkelcentrum (alleen een solitaire Aldi).

Door de ontwikkeling van de wijk Ter Borch vindt de groei van het inwonertal met name plaats in het zuidelijke deel van het verzorgingsgebied. De bestaande AH aan de Von Suttnerweg volstaat niet om dit gebied in voldoende mate in de dagelijkse en wekelijkse boodschappen te blijven voorzien. In omvang, ligging en bereikbaarheid valt de boodschappenvoorziening te typeren als een buurtsteunpunt. De supermarkt is te klein en de ruimtelijke condities te beperkt om een groter gebied te voorzien in de boodschappen.

5.2 Positionering en functie

De gewenste versterking van het voorzieningenniveau moet erop gericht zijn de inwoners van het zuidelijk deel van de Stadsparkwijk (inclusief Ter Borch) beter te bedienen in de boodschappen. Het Overwinningsplein en de voorzieningen in Eelde/Paterswolde liggen te ver weg om als dagelijkse voorziening te fungeren. De supermarkt aan de Von Suttnerweg is te mager om in de groeiende behoefte aan boodschappen in de directe omgeving te voorzien.

Rekening houdend met de positie van het Overwinningsplein in het noorden van de Stadsparkwijk en de handhaving van een steunpunt aan de Von Suttnerweg vervult een aanvullende winkelvoorziening idealiter een boodschappenfunctie voor de nieuwbouwwijk Ter Borch en een gedeelte van het zuidelijk deel van de Stadsparkwijk (Piccardthof, Hoornse Meer en Corpus den Hoorn Zuid). We spreken dan over zo'n 6 a 7.000 inwoners, uitgaande van de situatie waarin Ter Borch is afgerond.

Op grond van de beoogde verzorgingsfunctie zou een supermarktcentrum een passende invulling vormen. Een supermarktcentrum bestaat uit een service-supermarkt voor de dagelijkse boodschappen. Afhankelijk van de omvang en invulling van de supermarkt kunnen kleinschalige 'concessionairs' een aanvulling vormen (slijter, bloemen). Ook andere frequente horeca en diensten als een snackbar en kapper behoren hiertoe.

Ter Borch						
Dagelijks	Bestaand	Aantal	Invulling -	Invulling +	Planruimte	Kans
Supermarkten	-	1	1.500	1.700	1.700	++
Drogisten/Parfumerie	-	1	200	250	250	+/-
Versspeciaal	-	1 a 3	100	150	100	+/-
Totaal					2.050	

Niet-dagelijks	Bestaand	Aantal	Invulling -	Invulling +	Planruimte	Kans
Warenhuis, huishoudelijk	-	-	-	-	-	-
Mode, luxe, textiel, cadeau	-	-	-	-	-	-
Vrije tijd	-	-	-	-	-	-
Bloemen, diervoeding	-	-	-	-	-	-
Partijgoed	-	-	-	-	-	-
Totaal	-				-	

m² in bvo

De ontwikkeling van het supermarktcentrum met primaire functie voor Ter Borch en het zuidelijk deel van de Stadsparkwijk kan een complementaire rol vervullen binnen de gewenste winkelstructuur voor zowel de gemeente Tynaarlo als die van Groningen Zuidwest. Het centrum van Eelde blijft voor de zuidwestkant van Groningen (incl Ter Borch) een aantrekkelijk winkelgebied voor boodschappen-plus aankopen. Naast de supermarkt in Ter Borch blijven de inwoners aan deze kant van Groningen aangewezen op de 'plus' voorzieningen (Hema, Blokker, discounter etc) buiten de eigen wijk. Eelde kan met haar dorpse setting een onderscheidende tegenhanger zijn van de meer stadse voorzieningen in Groningen (Overwinningsplein, Herenweg).

5.3 Planbeoordeling

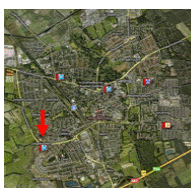
De voorgestelde supermarktcombinatie voldoet niet aan het passende profiel zoals hierboven geschets. Een combinatie die zich beperkt tot twee supermarkten is bovendien niet bepaald een geïkt boodschappenconcept in nieuwbouwwijken. Afhankelijk van het verzorgingsbereik wordt gekozen voor een solitaire supermarkt of supermarktcentrum, een buurtwinkelcentrum en klein of groot wijkwinkelcentrum. Twee complementaire supermarkten vormen in feite de basis voor een wijkvoorziening welke doorgaans een functie heeft voor zo'n 10 à 15.000 inwoners.

Verplaatsing van de Aldi naar Ter Borch is gezien vanuit de beoogde locatie en gewenste functie geen logische stap. Een hard discount-supermarkt als Aldi heeft een beperkt basisassortiment, een gemiddeld lage bezoekfrequentie, en vanwege de prijsstelling een sterke bovenwijkse functie. Het verdient de voorkeur haar vestigingscondities te optimaliseren binnen het winkelgebied Overwinningplein.

Verplaatsing van de Albert Heijn supermarkt is wel passend, eventueel aangevuld met een aantal kleinschalige basisvoorzieningen. Een AH-supermarkt kan als de primaire boodschappensupermarkt voor de direct omliggende buurten fungeren, met een goede bereikbaarheid door de directe en korte verbinding met de Groningerweg.

Afhankelijk van de functies en condities in de omgeving is het belangrijk om de locatie voor de toekomstige boodschappenvoorziening zorgvuldig te kiezen. De winkel(s) in een nieuwbouwo omgeving vormen over het algemeen een waardevolle combinatie met zorg en onderwijs, vanuit het oogpunt van ontmoeting en herkenbaarheid. De nabijheid van de Hoornse Plas kan van meerwaarde zijn door combinatie met horeca of andere recreatieve functies.

Voorbeelden supermarktcentra in nieuwbouwwijken

WPM  Geldrop Genoeuws	WPM  Almere Buiten Oostvaardersbuurt
• Circa 2.000 m² bvo, 3 units • Albert Heijn, kapsalon • 2007 geopend • Primair: 4.000 inwoners (1.400 woningen), Secundair 3.500 inwoners (Zesgehuchten (1.400 woningen): samen circa 2.100 woningen) • Afstand tot Geldrop-centrum: 1.500 meter • Concept: supermarktcentrum  	• Boni Rode Katerplaats : 1.500 m² bvo, medio 2008 geopend • 4.400 inwoners, 1.800 woningen • Afstand tot wc Buiten Oost: 1.800 meter • Concept: supermarktcentrum  

