



datum: 27-9-2017

projectnummer: 1869.0817

Effecten centrumontwikkeling Zuidlaren

Aanleiding

De VOZ (Verenigd Ondernemend Zuidlaren) is op 4 juli 2017 geïnformeerd over de visie van B&W van Tynaarlo over de centrumontwikkeling Zuidlaren. Het meest belangrijke onderdeel uit deze visie is de realisatie van drie supermarkten op de locatie van de voormalige Prins Bernard Hoeve (PBH-terrein) aan de Grote Brink O.Z. De supermarkten zullen naar verwachting worden ingevuld door de verplaatsing van Albert Heijn en van Jumbo en de vestiging van een discountsupermarkt. Het winkelvloeroppervlak (wvo) aan supermarkten op het PBH-terrein bedraagt dan circa 4.000 à 4.500 m² wvo.

Door de verplaatsing van de supermarkten naar de Grote Brink O.Z. verdwijnen de huidige twee supermarkten uit de Stationsweg. De toename van het aanbod bedraagt 2.100 à 2.600 m² wvo afhankelijk van de formule van de discountsupermarkt.

Tabel 1: Huidig en toekomstig aanbod supermarkten in m² wvo

	m ² wvo 2017	m ² wvo PBH-terrein	m ² wvo toename
Albert Heijn	800	1.500	700
Jumbo	1.100	1.500	400
Discountsupermarkt	0	1.000 /1.500	1.000/1.500
Totaal	1.700	4.000/4.500	2.100/2.600

Na verplaatsing van de AH-supermarkt AH mag het pand niet worden ingevuld met detailhandel en Jumbo-pand niet meer worden ingevuld met een supermarkt. In de visie wordt wel gestreefd naar verplaatsing van winkelactiviteiten van het westen van de Stationsweg naar het oosten van de straat. Hiervoor zal flankerend beleid worden opgesteld.

In de visie op de centrumontwikkeling is tevens opgenomen dat een parkeergarage wordt gerealiseerd onder de supermarkten op het PBH-terrein. Deze garage zal tevens gebruikt worden om een deel van het parkeren op de Grote Brink op te vangen.

Vraagstelling

De verplaatsing en uitbreiding van de bestaande supermarkten en toevoeging van een nieuwe supermarkt is een ingrijpende ontwikkeling voor het centrum van Zuidlaren. De VOZ wil een goede afweging kunnen maken in haar reactie op de visie op de centrumontwikkeling. Hiervoor wil zij antwoord op twee hoofdvragen:

1. Wat zijn de mogelijke consequenties van de verplaatsing van Albert Heijn en Jumbo en komst discountsupermarkt naar het PBH-terrein voor de overige winkel- en horecabedrijven in het centrum van Zuidlaren?
2. Welke vervolgacties zijn wenselijk om tot een sterk centrum te komen?

Beantwoording

Om bovenstaande vragen te beantwoorden gaan we achtereenvolgens in op:

- a) De huidige centrumstructuur
- b) Verzorgingsfunctie Zuidlaren
- c) Trends en ontwikkelingen in dorpscentra
- d) Voordelen centrumontwikkeling
- e) Economische / distributieve uitbreidingsruimte
- f) Effecten ontwikkeling PBH-terrein
- g) Vervolgstappen

Ad a Huidige centrumstructuur

Ruimtelijke structuur en routing

Het centrum van Zuidlaren heeft een langgerekte structuur en bestaat uit de Stationsweg, Grote Brink en De Millystraat. Aan de westzijde begint het centrum bij de rotonde Stationsweg-Wilhelminastraat-Julianastraat. Aan de oostzijde begint het centrum bij de Kerkbrink. Het centrum heeft een lengte van circa 900 meter.

Het centrum heeft een bijzondere historische en stedenbouwkundige kwaliteit. De Stationsweg en De Millystraat zijn brede straten met veel volgroeide bomen (lanen). De bebouwing bestaat hoofdzakelijk uit vrijstaande begin 20^e-eeuwse panden. Hierdoor heeft de straat een hoogwaardige uitstraling. Er is geen sprake van een aaneengesloten winkelfront. Grotere en kleinere plukjes winkels worden op een aantal plaatsen onderbroken door woonhuizen (villa's) en groen. Aan de oostzijde van de Stationsweg is de historische Grote Brink gesitueerd. De combinatie van het langgerekte centrum en de onderbrekingen in het winkelfront leiden er toe dat de auto en de fiets ook vaak gebruikt worden tijdens het winkelen (geen one-stop-shopping).

De Stationsweg kan beschouwd worden als de hoofdwinkelstraat en de De Millystraat-Kerkbrink als aanloopstraat. De Grote Brink ligt tussen beide straten en zorgt voor een flinke onderbreking in het lint. Aan de Grote Brink O.Z. is vooral horeca gesitueerd. De Brink heeft tevens een belangrijke (lang)parkeerfunctie, en maar beperkt een rol als verblijfsgebied.

Aanbod

Het aanbod in het centrum van Zuidlaren bestaat uit een grote hoeveelheid winkels, horeca en overige bedrijven. In het centrum staan maar enkele panden leeg. Het winkelloppervlak in het centrum bedraagt bijna 10.000 m² wvo.

Tabel 2: Winkelvloeroppervlak in Zuidlaren-Centrum

	m² wvo
Detailhandel dagelijks	3.211
Detailhandel niet-dagelijks	6.666
TOTAAL	9.877

Bron: Locatus Online september 2017

Het winkelaanbod is gevarieerd, zowel in de dagelijkse sector als in de niet-dagelijkse sector. In de dagelijkse sector zijn de supermarkten van AH en Jumbo de belangrijkste trekkers.

Daarnaast is er een volledig pakket versspeciaalzaken aanwezig en zijn er enkele drogisterijen. De supermarkten van Albert Heijn en Jumbo zijn circa 800 en 1.100 m² wvo. Vooral AH is aan de kleine kant voor een volwaardige dorpsupermarkt (1.200 à 1.500 m² wvo).

Buiten het centrum zijn in Zuidlaren nog twee supermarkten aanwezig: Coop en CoopCompact, van respectievelijk 900 en 300 m² wvo. Het totale aanbod in de dagelijkse sector heeft daardoor een omvang van circa 4.400 m² wvo.

Ook het niet-dagelijkse aanbod is divers. Opvallend is de aanwezigheid van een aantal hoogwaardige modezaken. Daarnaast zijn onder andere aanwezig modezaken in andere marktsegmenten, warenhuis (HEMA) en een optiek, en winkels in huishoudelijke artikelen, speelgoed, rijwielen, bruin- en witgoed en bloemen/planten.

Ook is in Zuidlaren veel horeca aanwezig in verschillende marktsegmenten (snackbar, chinees, pizzeria, eetcafé, restaurant, Michelin-ster, hotel).

Ligging en omvang van de trekkers

De supermarkten van Jumbo (circa 1.100 m² wvo) en Albert Heijn (circa 800 m² wvo) zijn de belangrijkste publiekstrekkers in het centrum. Met name de omvang van Albert Heijn past niet meer bij de maatvoering van moderne servicesupermarkten in dorpscentra (1.200 à 1.500 m² wvo). Albert Heijn ligt in het midden van de Stationsweg. Jumbo ligt aan de oostzijde van Stationsweg.

Belangrijke subtrekkers zijn Hema, Kruidvat en Blokker. Deze liggen verspreid over de Stationsweg. Hema verplaatst binnenkort naar de overzijde op de locatie van de voormalige garage Roelfsema.

Bereikbaarheid en parkeren

De Stationsweg - De Millystraat - Kerkbrink is een doorgaande weg (N836), die de A28 verbindt met Hoogezand-Sappemeer en de A7. Bezoekers uit Zuidlaren-Zuid en Annen komen via de Annerweg rechtstreeks op De Brink O.Z. het centrum in. De bereikbaarheid van het centrum is goed.

Parkeren vindt in belangrijke mate plaats door middel van langsparkeren in de Stationsweg. Ook de Grote Brink heeft een belangrijke parkeerfunctie, vooral voor langparkeerders. De parkeercapaciteit bij de twee supermarkten is matig tot slecht. Beide beschikken niet of nauwelijks over een parkeerterrein in de directe omgeving (Albert Heijn heeft een parkeerterrein met 15 plaatsen). Parkeren vindt plaats in de Stationsweg en in de verschillende zijstraten. De parkeerdruk in de Stationsweg is daardoor op verschillende momenten in de week hoog. Wel is bij beide supermarkten voldoende stallingsruimte voor fietsen aanwezig.

Door de functie van de Stationsweg (doorgaande weg, winkelstraat, langsparkeren) is er vaak sprake van een druk en onrustig verkeersbeeld. Door velen wordt dit overigens als een 'gezellige' drukte (reuring) ervaren.

Ad b Verzorgingsfunctie Zuidlaren

Zuidlaren heeft circa 10.000 inwoners en is daarmee de grootste kern van de gemeente Tynaarlo. Zuidlaren ligt aan het Zuidlaardermeer tussen Groningen, Assen, Hoogezand-Sappemeer en Veendam. In de directe nabijheid van Zuidlaren liggen een aantal kleinere dorpen, zoals Annen, De Groeve, Tynaarlo en Schipborg. Behalve Annen beschikken deze dorpen niet of nauwelijks over winkelvoorzieningen. Het secundaire verzorgingsgebied voor de dagelijkse aankopen van Zuidlaren (exclusief Zuidlaren) heeft circa 5.840 inwoners. Annen heeft circa 3.545 inwoners. Annen heeft een klein winkelcentrum met twee supermarkten (Coop en Aldi).

Anno 2017 heeft Zuidlaren reeds een sterk vergrijsde bevolking. Circa 25% van de bevolking is ouder dan 65 jaar (NL: 18%). In 2025 groeit het percentage 65+-ers nog met enkele procenten.

Van Zuidlaren zijn bij ons geen koopstroomgegevens bekend. Naar verwachting heeft Zuidlaren voor de dagelijkse winkels een verzorgingsfunctie voor de inwoners uit het eigen dorp en de dorpen in de directe omgeving.

Rekening houdend met het ruime aanbod, in combinatie met relatief kleinschalig supermarktaanbod en de leeftijdsopbouw van de bevolking, achten wij een huidige koopkrachtbinding in de dagelijkse sector van circa 80 à 85% reëel.

Ad c Trends en ontwikkelingen

Van groei- naar krimpmarkt

De detailhandelssector is zeer dynamisch en is de afgelopen jaren sterk veranderd door diverse ontwikkelingen aan vraag- en aanbodzijde. Sinds 2008 is de winkelmarkt structureel gewijzigd van een groei- in een krimpmarkt. Met name in de non-foodsector groeide het aanbod, als gevolg van de vastgoedbubbel en de drang tot schaalvergroting, fors, terwijl de bestedingen sinds 2008 juist flink zijn gedaald. De economische crisis was hiervoor niet de enige oorzaak. Door de opkomst van internet (ten koste van fysieke winkels) en de vergrijzing (ouderen besteden minder aan producten) staat het functioneren van steeds meer winkels onder druk. Sinds 2012 zijn al meer dan 50 landelijke winkelketens failliet gegaan, de leegstand neemt toe. Inmiddels is het marktaandeel van internet in de niet-dagelijkse sector al ruim 20%. Vooral door de verdere groei van internet is de verwachting dat het winkelaanbod, met name in de niet-dagelijkse sector, de komende jaren nog verder zal afnemen.

Invloed internet op consumentengedrag

Internet leidt tot een structureel ander ruimtelijk aankoopgedrag. Doordat steeds meer producten via internet worden aangeschaft, neemt de noodzaak voor een bezoek aan een winkelgebied af. Met name winkels in de niet-dagelijkse sector worden in toenemende mate pas bezocht als sprake is van een onderscheidend vermogen ten opzichte van internet. Gevolg van dit gewijzigde consumentengedrag is dat vooral de middelgrote centra in Nederland kampen met afnemende bezoekersaantallen en toenemende leegstand. Deze centra hebben relatief veel (winkel)aanbod in het kwetsbare middensegment (doorsnee ketens, weinig onderscheidend ten opzichte van internet) en de filialiseringgraad is hoog.

Centra voor frequente aankopen blijven kansrijk

Fysieke winkellocaties houden meerwaarde als het gaat om het doen van dagelijkse, frequente aankopen (boodschappen) in de directe woon-/leefomgeving of voor een dagje naar de stad (uniek, groot aanbod en aantrekkelijke sfeer en beleving). De invloed van internet in de dagelijkse sector is vooralsnog beperkt (circa 1,5% marktaandeel). Kleine kernverzorgende centra (zoals dat van Zuidlaren) hebben primair een functie voor frequente aankopen, en blijven dan ook kansrijk. Een sterk en eigentijds supermarktaanbod is daarbij belangrijk.

Ontwikkeling supermarktensector

Supermarkten worden gemiddeld steeds groter. Kleinschalige aanbieders verdwijnen uit de structuur en nieuwe standaard-supermarkten zijn vaak groot (concepten als kleine stadssupers daargelaten). Met name het aantal supermarkten van 1.200 à 1.600 m² wvo groeit. Deze maat sluit goed aan op consumentenbehoeften (ruime opzet en assortiment) en kan rekenen op een gezonde exploitatie. Het onderscheid tussen service- en discountformules wordt steeds kleiner. Bij consumenten is een toenemende belangstelling voor duurzaamheid, authenticiteit en biologische producten waar te nemen. Dit is onder meer terug te zien in een opmars van biologische en duurzame winkels (o.a. Marqt, Ekoplaza, Estafette) en versmarkten (o.a. Jumbo Foodmarkt). Dit zijn (of worden) in feite supermarkten met een bijzonder assortiment.

Ad d Positieve effecten centrumontwikkeling

De ontwikkeling van de PBH-locatie met supermarkten heeft een paar grote voordelen voor het voorzieningsniveau van Zuidlaren. In de huidige situatie is de omvang van met name Albert Heijn in Zuidlaren relatief klein. De supermarkten Albert Heijn, en in mindere mate Jumbo, hebben een omvang die in de huidige tijd onvoldoende is voor een moderne servicesupermarkt. Hiervoor is in dorpscentra zoals Zuidlaren een omvang van 1.200 à 1.500 m² wvo nodig. Deze omvang kan worden bereikt op de PBH-locatie. Op de PBH-locatie is tevens ruimte voor de toevoeging van een discountsupermarkt. Dit marktsegment is nu nog niet aanwezig in Zuidlaren. Met twee moderne servicesupermarkten en een discountsupermarkt kan een hoge koopkrachtbinding (90%) worden gerealiseerd. Ook kan dit een positief effect hebben op de toevloeiing uit de omliggende dorpen.

In de huidige situatie is de parkeergelegenheid bij Albert Heijn en Jumbo zeer beperkt. Beide supermarkten beschikken, op korte afstand van de supermarkt, niet over een parkeerterrein met voldoende capaciteit. In de huidige situatie zorgt dat ook voor een hoge bezettingsgraad van de beschikbare parkeerplaatsen aan de Stationsweg en voor veel zoekverkeer. Mogelijk gaan daardoor potentiële consumenten uit de omgeving naar andere supermarkten. Door de verplaatsing van de supermarkten in combinatie met de bouw van een parkeergarage ontstaat voldoende parkeercapaciteit voor de supermarkten. Dit bevordert het functioneren ervan. Tevens neemt de parkeerdruk in de Stationsweg af.

Ad e Economische uitbreidingsruimte

In de visie op de centrumontwikkeling van Zuidlaren wordt vooral ingezet op verplaatsing en uitbreiding van het supermarktaanbod. Hierdoor neemt het supermarktaanbod in Zuidlaren toe met 2.100 m² wvo. Het totale aanbod in de dagelijkse sector (inclusief Coop en CoopCompact)

groeit dan door naar circa 6.500 m² wvo. Voor de berekening van de marktruimte zijn we uitgegaan van een (irreëel) hoge binding uit het primaire verzorgingsgebied van 90% à 95%. In deze nieuwe situatie gaan we ook voor de omgeving gaan we uit van een (zeer) hoge binding aan het dagelijkse aanbod van Zuidlaren van circa 70%.

Op basis hiervan is de onderstaande indicatieve distributieve berekening te maken voor het toekomstig economische functioneren in de dagelijkse sector in Zuidlaren.

Tabel 3: Indicatieve berekening economisch functioneren (omzet/m²/jaar) in de dagelijkse sector na toevoeging van 2.100 m² supermarktaanbod

Aantal inwoners Zuidlaren	9.820
Bestedingen dagelijkse sector (ex BTW)*	€ 2.606
Koopkrachtbinding	90 à 95%
Gebonden bestedingen	€ 23 à € 24,3 mln
Aantal inwoners secundair verzorgingsgebied	5.840
Koopkrachtbinding	70%
Gebonden bestedingen	10,6 mln
Aandeel vreemde koopkracht	10%
Gebonden vreemde koopkracht	€ 3,7 mln
Totaal gebonden bestedingen	€ 37,3 à € 38,8 mln
Aanbod na ontwikkeling pbh-terrein	6.500 m ² wvo
Gerealiseerde omzet per m ² /jaar	€ 5.740 à € 5.970
Normatieve omzet m ² /jaar*	€ 8.108

*Bron: Omzetkengetallen, Detailhandel.info 2017

Op basis van bovenstaande berekening kan geconcludeerd worden dat, na de uitbreiding van het supermarktaanbod, de vloerproductiviteit (omzet/m²/jaar) daalt tot ver onder het landelijk gemiddelde niveau. Als rekening gehouden wordt met een lagere vloerproductiviteit in dorpen in Noord-Nederland (circa 10% à 15%) dan nog is de haalbare vloerproductiviteit veel te laag voor een gezonde exploitatie.

Ad f Effecten van supermarkten op PBH-terrein

Kwantitatieve effecten

De uitbreiding van het supermarktaanbod met meer dan 2.000 m² wvo leidt, ondanks een hoge binding in het primaire en secundaire verzorgingsgebied, tot een omzet per m²/jaar die veel te laag is voor een gezonde exploitatie van het aanbod in de dagelijkse sector. In feite wordt een groot overaanbod ontwikkeld, waardoor op termijn een aantal winkels gedwongen zijn om te sluiten. Daarbij kan zowel gedacht worden aan een of meer supermarkten (bijvoorbeeld Coop), maar ook aan een of meer versspecialzaken, zowel in het centrum van Zuidlaren als daar buiten. Wij achten een beperkte groei (tot circa 5.000 m² wvo) meer passen bij de omvang en verzorgingsfunctie van Zuidlaren.

Kwalitatieve effecten

Voor kleine en middelgrote centrumgebieden (zoals dat van Zuidlaren) zijn supermarkten van groot belang. Met $\pm 80\%$ marktaandeel in de dagelijkse sector zijn supermarkten de basis bij het boodschappen doen. Ze zijn voor de consument bepalend bij de keuze van een winkelgebied.

Een doorsnee supermarkt van 1.200 m² wvo trekt wekelijks circa 10.000 bezoekers. Overige winkels kunnen profiteren van de grote bezoekersaantallen van deze publiekstrekkers. Onderlinge afstand en zichtrelatie zijn daarbij bepalende factoren. Uit recent onderzoek (DTNP, 2016) onder circa 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra blijkt dat de gemiddelde supermarktbezoeker een frequente en overwegend lokale bezoeker is (3x per week, 75% uit eigen dorp/wijk). Bovendien blijkt dat circa 44% van deze consumenten het supermarktbezoek combineert met een of meer andere winkels in hetzelfde winkelgebied (zie figuur Profiel gemiddelde bezoeker).

Het onderzoek toont aan dat het aandeel supermarktbezoekers dat ook andere winkels bezoekt, toeneemt naarmate de winkels dichterbij de supermarkt liggen. Bij vijf winkels binnen 40 meter is het combinatiebezoek ruim 50%. Als er binnen 80 meter minder dan vijf winkels liggen neemt het combinatiebezoek snel af.

Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen. Als er geen winkels in het zicht liggen is het combinatiebezoek 30%, bij meer dan tien winkels in het zicht neemt dit toe naar ruim 50%.

Conclusie is dat supermarkten een belangrijke trekkersrol hebben voor andere winkels en centrumgebieden. Zij zorgen de hele week voor grote aantallen passanten waar andere winkels van kunnen profiteren. Een goede ruimtelijke inpassing van supermarkten is daarbij wel van cruciaal belang.

Gelet op het bovenstaande zal de verplaatsing van de supermarkten voor veel bezoekers van het centrum naar verwachting leiden tot wijziging in hun bezoekgedrag:

- Schaalvergroting van de supermarkten zorgt voor een aantrekkelijker aanbod verse producten in de supermarkten. Dit grote aanbod aan vers op de PBH-locatie leidt tot minder bezoek aan speciaalzaken in de rest van het centrum. One-stop-shopping op de PBH-locatie wordt bevorderd.
- Het combinatiebezoek met andere winkels zal verminderen. Combinatiebezoek wordt vooral bevorderd door afstand en zichtrelatie met andere winkels. De afstand van het PBH-terrein tot de winkels aan de Stationsweg is bijna 200 meter en is daarmee groot. De zichtrelatie ontbreekt nagenoeg geheel (bomen).
- Bezoekers met aanrijroute via de Annerweg zullen rechtstreeks de parkeergarage inrijden. Voor dagelijkse aankopen zullen zij minder vaak de Stationsweg-De Millystraat bezoeken.
- Bezoekers met aanrijroute Kerkbrink-De Millystraat zullen ook rechtstreeks de parkeergarage inrijden. Ook zij zullen minder vaak de Stationsweg bezoeken.
- Verminderd bezoek voor dagelijkse artikelen aan de Stationsweg heeft ook invloed op bezoek aan winkels met niet-dagelijkse artikelen. Hierdoor neemt het aantal impuls-aankopen af. Ook doelgerichte aankopen nemen af, omdat de bekendheid met het

aanbod bij een deel van de bezoekers afneemt. Hier geldt het spreekwoord: "Uit het oog, uit het hart".

- Parkeren in een overdekte garage op afstand van de overige winkels en horeca leidt ook tot minder combinatiebezoek. Door het ontbreken van een zichtrelatie worden bezoekers niet 'verleid' om andere winkels of horecagelegenheden in het centrum te bezoeken.

Conclusies effecten

Het valt op voorhand niet te berekenen wat precies de impact zal zijn van de verplaatsing van de supermarkten op het functioneren van de winkels aan de Stationsweg, De Millystraat en Kerkbrink. Naar verwachting zijn de positieve effecten (mooiere/betere supermarkten, hogere koopkrachtbinding) aanzienlijk kleiner dan de negatieve effecten (overaanbod, minder combinatiebezoek, minder bezoek aan de Stationsweg door bezoekers uit het zuiden (via Annerweg) en oosten (via Kerkbrink)). Dit zal naar verwachting niet alleen leiden tot minder bezoek aan de winkels in de dagelijkse sector, maar ook tot minder bezoek aan winkels in de niet-dagelijkse sector en de horeca. De reuring in en charme van de Stationsweg dreigen verloren te gaan.

In het kort komt het op het volgende neer:

1. De toevoeging van winkeloppervlak in te groot en staat niet in verhouding tot het verzorgingsgebied van Zuidlaren.
2. De locatie van het PBH-terrein ligt te excentrisch om alle trekkers daar naar toe te plaatsen en combinatiebezoek te bevorderen. Het aantal bezoekers aan de Stationsweg dreigt eerder kleiner dan groter te worden.

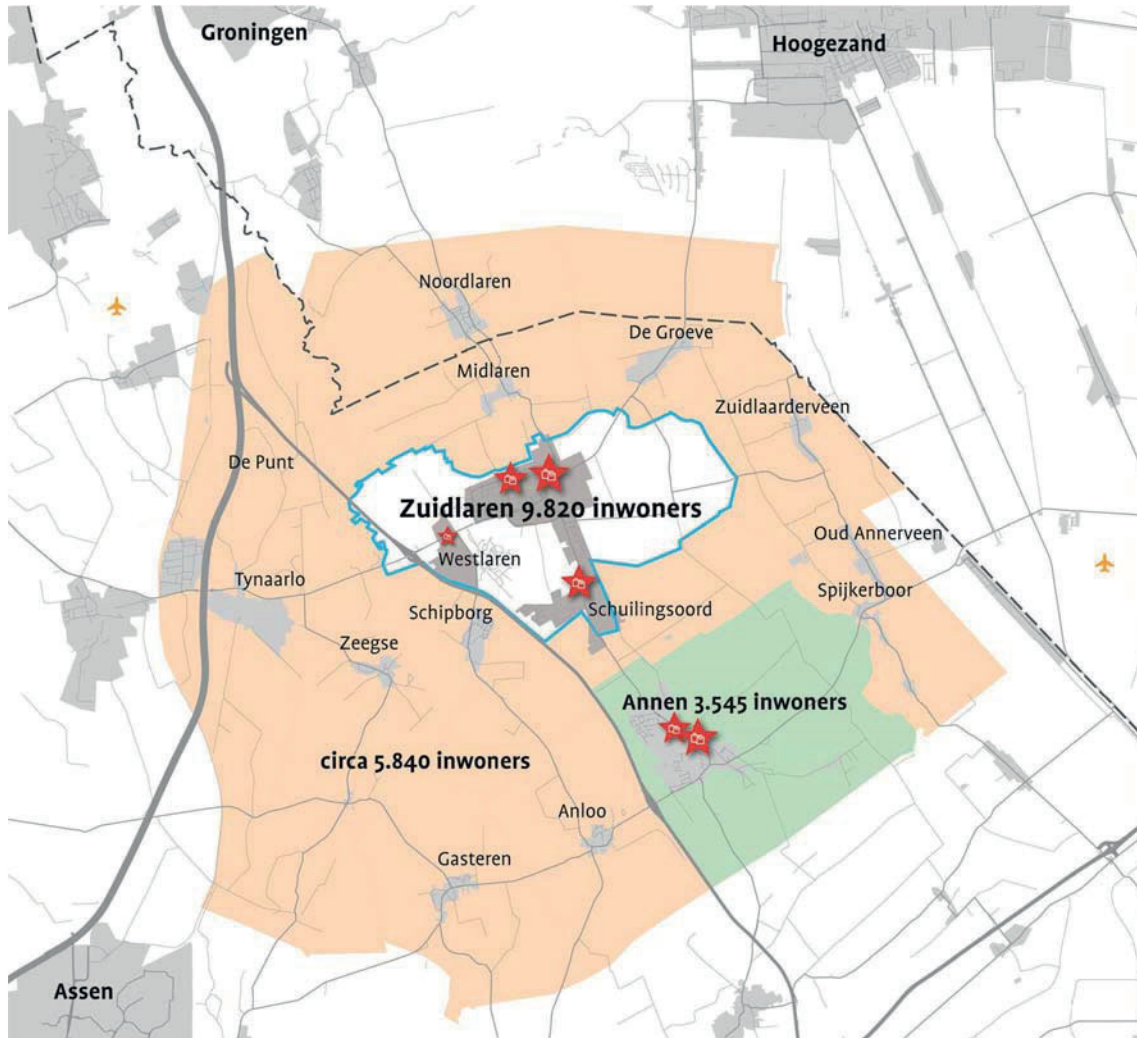
Ad g Vervolgstappen

Uit het overleg met het bestuur van de VOZ is ons gebleken dat er begrip is voor de noodzaak met betrekking tot schaalvergroting van de supermarkten. Ook is de parkeersituatie rondom de supermarkten ronduit slecht.

Ons advies aan de VOZ is om samen met de gemeente te gaan werken aan een goede oplossing, die op draagvlak kan rekenen bij de meeste partijen. Daarvoor dienen partijen het eerst met elkaar eens te worden over de na te streven ambities en te hanteren uitgangspunten. Op basis daarvan kan in gezamenlijkheid gewerkt worden aan een visie op een duurzaam en aantrekkelijk centrum. Onderzocht kan dan worden op welke wijze de PBH-locatie een bijdrage kan leveren aan de versterking van het centrum.

Bijlage 1

Verzorgingsgebied Zuidlaren in de dagelijkse sector



Bijlage 2 Combinatiebezoek supermarkten

