

Verlag bijeenkomst deskundigenpanel Centrumplanontwikkeling Zuidlaren

Datum : 10 juli 2019

Aanwezig : Reinier Gerritsen Buro Topia/Citizens – voorzitter
Aat Vos Aatvos
Sacha Schram HKB Stedenbouwkundigen
Ward Frielink DTNP (Karel Trommelen i.v.m. vakantie afwezig)
Bert Broekhuis Broekhuis Rijs Advisering
Anton Hoekstra VOZ (door omstandigheden, eerder weggegaan)
Jacob Venema Klankbordgroep

Gemeente Tynaarlo

Delia Nijdam Projectleider
Rob Schreibers Stedenbouwkundig adviseur
Frank Hindriks Trainee stedenbouwkundige
Gerrit van Bruggen Economische zaken
Corrie Bos Project assistent – verslag

Nr.	Agendapunt
1	<p>Opening</p> <p>Welkom door Reinier Gerritsen.</p> <p>Dit is een verdiepingsbijeenkomst van het deskundigenpanel. Vandaag is een selecte groep uitgenodigd om o.a. in te zoomen op vragen die uit de vorige sessie zijn voortgekomen.</p> <p>Van deze bijeenkomst wordt een verslag gemaakt. Dit verslag ontvangen de aanwezigen in concept, waarna iedereen een week de tijd krijgt om te reageren. Daarna wordt het verslag definitief gemaakt.</p>
2	<p>Inleiding</p> <p>De opdracht van de raad en de uitkomsten van de tot nu toe opgehaalde input van het participatieproces worden op hoofdlijnen toegelicht (zie ook verslag van 25 juni).</p> <p>Uit het vorige deskundigenpanel kwam naar voren dat de volgende punten belangrijk zijn om het tot een succes te maken:</p> <ul style="list-style-type: none">• Ontmoeting;• Concentreren van functies (niet alleen detailhandel maar meerdere functies);• Mogelijke combinatie met woningbouw;• Karakter en identiteit van het dorp. <p>Gevraagd wordt waarom ook de voorzijde PBH op de tekening aangemerkt wordt als centrumgebied. Is dit allemaal bedoeld voor winkelfuncties? Delia Nijdam geeft aan dat in het centrumgebied ook andere functies mogelijk zijn dan detailhandel.</p>

3	<p>Verzorgingsgebied</p> <p>De aanwezigen vragen naar de visie en koers van de gemeente. Zo wordt gevraagd of de politiek al een uitspraak gedaan heeft over welk gebied ze wil bedienen in Zuidlaren: regionaal of lokaal. Dit bepaalt namelijk mede de keuzes die je moet maken t.a.v. de ontwikkelrichting. Aangegeven wordt dat de politiek hier nog geen uitspraak in gedaan heeft. Detailhandelsexperts geven aan dat zonder deze visie en koers bepaalde vragen en onderwerpen moeilijk te beantwoorden zijn. Dat komt doordat bij de keuze voor lokaal, andere keuzes gemaakt moeten worden dan bij de keuze voor regionaal (bijvoorbeeld t.a.v. de maatvoering).</p> <p>Door Reinier Gerritsen wordt aangegeven dat op dit moment gewerkt wordt aan een ontwikkelrichting en daarmee ook aan de koers van de gemeente.</p> <p>Bert Broekhuis geeft aan dat in Annen in het verleden iets (winkelcentrum met een combinatie van een fullservice supermarkt en een discounter) is neergezet wat markttechnisch eigenlijk niet had gekund wanneer je naar het verzorgingsgebied van Annen kijkt. Zuidlaren daarentegen pakt gelet op zijn verzorgingsgebied, zijn kansen op dit moment niet voor wat betreft het supermarktaanbod (dagelijkse boodschappen), tegelijkertijd is zomaar m² toevoegen uiteraard nergens goed in Noord-Nederland.</p> <p>Anton Hoekstra geeft aan dat Zuidlaren op dit moment een lokale en gedeeltelijk regionale markt bedient. Zijn verwachting is dat zowel de keuze voor lokaal als regionaal effect zal hebben op het huidige winkelbestand. Daarnaast geeft hij aan dat recreatie en toerisme ook een belangrijke markt is voor Zuidlaren. Je hebt daarmee feitelijk twee soorten klanten.</p> <p>Bert Broekhuis geeft aan dat uit koopstroomonderzoeken blijkt dat er op dit moment sprake is van uitwijkgedrag. Als oorzaak noemt hij de supermarkten; bij de AH is de vloerdruk te hoog en is de supermarkt te klein. Jumbo heeft een deel van het marktaandeel van de AH in Zuidlaren overgenomen. Echter is ook de Jumbo geen optimale supermarkt (o.a. i.v.m. de indeling/vorm van het pand). Voor beide supermarkten geldt dat het parkeren niet ideaal is.</p> <p>Interessant is de vraag waarom mensen uitwijken naar andere dorpen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Door de detailhandelsspecialisten wordt aangegeven dat supermarkten heel cruciaal zijn, zonder deze basis heb je als winkelgebied geen waarde. • Daarnaast willen inwoners zelf keuzes maken waar ze heen gaan. Bepalend hierbij kan zijn: <ul style="list-style-type: none"> ○ Parkeergelegenheid; ○ Het weer (overdekt winkelcentrum bij slecht weer); ○ Functioneel aanbod, waarbij supermarkten de belangrijkste trekker zijn; ○ Onderscheidend vermogen. • Aat Vos wijst op het belang van een sterke identiteit, daarnaast is de vraag 'wat de verbindende factor is', een interessante vraag.
4	<p>DNA Zuidlaren</p> <p>Door de ruimtelijke specialisten wordt aangegeven dat we ervoor moeten waken dat we ons te veel concentreren op supermarkten/winkels. Het gaat over de toekomst van het centrum van het dorp Zuidlaren. Andere zaken spelen hierin ook een rol.</p> <p>Aat Vos geeft aan dat identiteit en bezoekmotief de waarden zijn waarop we ons moeten richten. Daarbij hoort dan een fysieke oplossing.</p>

	<p>Door de detailhandelspecialisten wordt aangegeven dat zonder een goed functioneel aanbod, de klant weg blijft.</p> <p>Geconcludeerd wordt dat feitelijk drie pijlers bepalend zijn voor een toekomstbestendig en goed functionerend winkelgebied: sociale pijler, ruimtelijke pijler en functionele pijler.</p> <p>Jacob Venema verwijst hierbij naar het dorp Annen. Daar is een goede verenigingsstructuur en hebben inwoners feeling met de identiteit. Met de nieuwe wijken in Zuidlaren, waarbij veel bewoners werken buiten de gemeente, ziet hij weinig deelname aan verenigingen en daardoor geen aansluiting meer met de identiteit die er vroeger wel was.</p>
5	<p>Stellingen/scenario's</p> <p>N.a.v. hetgeen gezegd is, vraagt Saskia Schram o.b.v. een prikkelende stelling de visie van de (ervarings)deskundigen.</p> <p><i>Zuidlaren heeft een eigen winkelsfeer. Supermarkten spelen nu geen rol. Dus zijn ze niet van belang.</i></p> <p>Klopt deze stelling?</p> <p><i>Anton Hoekstra:</i> Nee. De supermarkten functioneren als volwaardige supermarkt en ondernemers profiteren hiervan mee. De supermarkten geven zelf aan te moeten groeien. Zonder supermarkten is de aantrekkingskracht voor het winkellint minder. Hij is voorstander van optimalisatie van de supermarkten op de huidige locatie.</p> <p><i>Bert Broekhuis:</i> De schaalvergroting is nodig om toe te werken naar een lokaal verzorgingsniveau of beperkt regionaal niveau. Of dit in het lint of op het PBH-terrein plaatsvindt maakt niet uit. Er is wel flankerend beleid (om o.a. verplaatsing te stimuleren, zodat het lint compacter wordt/concentratie) nodig, zeker in geval van verplaatsing naar het PBH-terrein. Ook geeft hij aan dat hij weet dat een aantal partijen van buiten nog steeds interesse heeft om te investeren in Zuidlaren, maar dat, om een keuze te maken, daar wel duidelijkheid voor nodig is over de toekomstrichting.</p> <p><i>Ward Frielink:</i> Ondanks dat de supermarkten nu mogelijk niet optimaal functioneren, hebben ze nog steeds een heel belangrijke rol in het centrum. Ze zijn dé grootste publiekstrekking van het centrum die elke dag van de week voor veel bezoekers in het centrum zorgen. Andere winkels en voorzieningen kunnen daar direct (combinatiebezoek) en indirect (top-of-mind) van profiteren. Door de huidige ligging aan het lint kunnen alle voorzieningen aan het lint mee profiteren van de trekkracht van de supermarkten. Bij een ligging op het PBH-terrein is dat naar zijn mening niet het geval.</p> <p>Reinier Gerritsen vraagt de (ervarings)deskundigen ook op de volgende scenario's te reageren:</p> <p><i>Beide supermarkten uitbreiden op huidige locatie</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Ward Frielink geeft aan dat dit scenario zijn voorkeur heeft. Oppervlakte en parkeren moeten dan wel goed ingepast worden.

- Dit scenario heeft ook de voorkeur van de klankbordgroep en de VOZ.
- Bert Broekhuis geeft aan dat hij eerder heeft gekeken naar de uitbreidingsmogelijkheden van de AH op de huidige locatie en hier destijds geen mogelijkheden voor zag (onvoldoende uitbreidingsmogelijkheden en parkeermogelijkheden, rekening houdend met behoud Brink bij AH). Op basis daarvan verwacht hij dat wanneer optimalisatie op de huidige locatie plaatsvindt, de markt blijft sputteren en de discussie binnen enkele jaren moet worden heropend, aangezien dit geen toekomstbestendige situatie oplevert. Voor een toekomstbestendige situatie heb je oppervlakte nodig, kies je voor een versterking van de regionale functie, dan heb je een nieuwe structuur nodig. Ward Frielink voegt toe dat daar dan een regionale discussie bij hoort.
- Anton Hoekstra geeft aan dat in opdracht van de VOZ een architect heeft gekeken naar de uitbreidingsmogelijkheden van zowel de AH als de Jumbo op de huidige locatie en hier tekeningen voor heeft gemaakt. Bij het opstellen van deze tekeningen zijn de eigenaren/exploitanten van de supermarkten niet betrokken.
 - Gezamenlijk wordt naar de tekeningen gekeken van de architect. Geconcludeerd wordt dat het lastig is om nu ter plekke een reactie te geven op de tekeningen van de VOZ.
 - Bert Broekhuis geeft aan dat het vooral de vraag is of de AH en Jumbo dit willen.
- Sacha Schram geeft aan dat zij vindt dat de structuur van het hele gebied rondom de AH bekeken zou moeten worden; zijn er bijvoorbeeld panden/woningen die betrokken kunnen worden bij de uitbreiding van de AH.
- Aat Vos sluit zich ook aan bij het advies om het ruimtelijk breder op te pakken. Bij parkeren is comfort (ruimte) ook van belang, in dit kader kan ook gedacht worden aan een parkeerlong.

Ah en Jumbo naar het PBH terrein.

Anton Hoekstra:

Als supermarkten zich zo gaan profileren, dat mensen daar de experience vinden, dan gaan ze na het boodschappen doen direct weer weg. Dan vindt geen combinatiebezoek meer plaats. Het winkellint heeft dan geen aantrekkingskracht meer. Het lint wordt rustiger en er kunnen mogelijk andere functies komen, bijvoorbeeld zorg en onderwijs. Uit eerder onderzoek bleek dat inwoners een drukker lint waarderen. Dat er weinig parkeermogelijkheden zijn neemt men blijkbaar voor lief.

Delia Nijdam merkt op dat uit het onderzoek ook naar voren kwam dat inwoners de Stationsweg als te druk en onveilig ervaren.

Bert Broekhuis

Dit is een optie, echter is dan wel flankerend beleid nodig om o.a. verplaatsing te stimuleren, zodat het lint compacter wordt. Verplaatsing van winkeliers buiten het lint naar het lint zou een goede optie zijn. Daarnaast zijn looplijnen en zichtlijnen van belang en een goede verbinding met de Stationsweg/Millystraat.

Uit de tekeningen die Reinier Gerritsen laat zien blijkt dat twee supermarkten bij elkaar met parkeren op het maaiveld moeilijk te realiseren is. Dit komt doordat bij parkeren achter de supermarkten de gewenste verbinding tussen het parkeren en de winkels aan de Stationsweg/Millystraat ontbreekt en bij parkeren op de grote Brink kap van bomen nodig is om het benodigde aantal parkeerplaatsen te kunnen realiseren. Het gevolg is dan dat het parkeren ondergronds/op het dak moet worden opgelost.

Bert Broekhuis

In de praktijk blijkt dat parkeren op het dak, ondergronds of op maaiveld niet uitmaakt, mits het goed geregeld is. Hiervan zijn voorbeelden bekend (bv. Zuidhorn).

Ward Frielink

De winkeliers die verder van het PBH terrein zitten, zullen het zeer waarschijnlijk niet redden. De beste kansen voor ondernemers liggen dicht bij de supermarkt. Een supermarkt heeft de grootste aantrekkingskracht, groter dan bijvoorbeeld een Kruidvat.

Is er in Zuidlaren behoefte aan een discounter?

Vragen:

Wat is de gemiddelde maat van een discounter (maximaal/minimaal)?

- Bert Broekhuis geeft aan dat de schaal is toegenomen. Een gemiddelde discounter heeft meestal 2000-2500 m² (maximaal) bvo. Minimaal is 1600-1800 m² nodig om te kunnen functioneren. Aldi is bezig een inhaalslag te maken volgens het concept van Lidl. Delia Nijdam voegt toe dat Aldi een winkel opteert van 1840 m² bvo in Zuidlaren en de AH en Jumbo ieder 2000 m² bvo.

Wel of geen discounter?

- De klankbordgroep vindt dat een discounter toegevoegde waarde moet hebben. Hoe meet je dit? En waar is mogelijk een locatie voor een discounter.
- De klankbordgroep vreest voor de ondergang van de kleine supermarkten in de wijken.
- Beide detailhandelsspecialisten geven aan dat een discounter complementair is aan het huidige aanbod en daarom van toegevoegde waarde is voor de consument (breder keuzepakket), waardoor: meer consumenten, behoud koopkracht, koopkrachtbinding.
- Ward Frielink verwacht dat het vergroten van de supermarkten op de huidige locatie de koopkrachtbinding voor een deel zal vergroten. Het toevoegen van een discounter moet geen doel op zich zijn. Volgens hem is dit niet noodzakelijk. Er zal moeten worden gekeken of er voldoende marktruimte aanwezig is voor het toevoegen van een derde (discount)supermarkt.
- Saschra Schram geeft aan dat vanuit stedenbouw een discounter niets bijdraagt aan een goede sfeer en het vanuit deze optiek het centrum niet versterkt.
- Aat Vos vindt vooral het activeren van het centrum belangrijk. Hij heeft tijdens de bijeenkomst een kleine schets gemaakt en licht deze toe. De schets toont de verschillende functies en de activatie van het lint. Je moet het vooral benaderen vanuit leefbaarheid en levendigheid. De discounter ziet hij in dit kader niet als anker.
- Geconcludeerd wordt dat ook hier de politieke vraag aan de orde is, welke markt je wil bedienen; lokaal of regionaal.

Twee supermarkten van ieder 2000 m² bvo of twee supermarkten en een discounter, waarbij alle drie beperkt worden in oppervlakte - Wat heeft de voorkeur?

- Ward Frielink geeft aan dat je hier nu geen keuze in kunt maken. Dit betekent namelijk ook wat voor Annen en voor de Coop in Zuidlaren. Dit moet je eerst afwegen.

	<ul style="list-style-type: none"> • De detailhandelsspecialisten verwachten dat het combinatiebezoek zal toenemen bij de combinatie met een discounter. De mate waarin is o.a. afhankelijk van de locatie. • Bert Broekhuis geeft aan dat de tweede optie in principe kan, mits de markt dit ook wil, aangezien de markt tot nu toe een ander metrage heeft aangegeven. Van belang is dat er sprake is van een goed evenwicht tussen de supermarkten. De gemeente kan uiteraard wel voorwaarden stellen, echter moet bij dit scenario wel de mogelijkheid open blijven voor eventuele uitbreiding. • Detailhandelsspecialisten geven aan dat indien het supermarktaanbod niet volledig evenwichtig te maken is t.a.v. bijvoorbeeld parkeren en oppervlakte, dat geen belemmering mag zijn. <p>Jacob Venema geeft aan dat de klankbordgroep de centrumontwikkeling belangrijk vindt en dat het nu de kans is om het – in één keer – goed te doen.</p>
6	<p>Een manier van aanpak</p> <p>Aat Vos noemt een aantal voorbeelden van hoe je ontwikkelingen vanuit bepaalde principes kan benaderen.</p> <p>Golden Circle, Simon Sinek Mensen kopen niet wat je aanbiedt maar hoe je het aanbiedt. Volgens het volgende concept: WHY, HOW, WHAT. Als voorbeeld wordt de marketing van Apple vs HP genoemd. Apple: we kunnen je leven hiermee gemakkelijker maken, etc. Hp: dit kan de computer.</p> <p>Passen we dit toe op Zuidlaren, bedenk dan: waarom zou ik naar Zuidlaren gaan en wat zijn de waarden van Zuidlaren? Dit moet je kunnen definiëren.</p> <p>The experience economy, Gilmore Een service wil je zo snel mogelijk weg, een experience is time well spent. De waarden van Zuidlaren zou je moeten vertalen naar de wijze waarop je bijvoorbeeld een supermarkt neerzet. Dit kan qua uitstraling kleinschalig, terwijl het wel een bepaalde oppervlakte heeft (vb. Factory Outlet Center). Oftewel het fysieke en de niet fysieke vertaling moeten samenkomen. Zo zou je in het geval van supermarkten op de voorzijde van het PBH terrein, op de grote Brink een experience moeten maken.</p> <p>Zien van de beleving Hoe verleid je de koper om naast de supermarkt ook andere winkels te bezoeken. Dat betekent iets voor de toegangsroute. Zien van de beleving is belangrijk. Zien van winkels is belangrijk in de aanrijroute. Op deze manier wordt indirect combinatiebezoek gestimuleerd.</p> <p>Cruciaal hierbij is te bepalen voor wie je het doet. Hoe kun je waarden als kleinschaligheid en gezelligheid conserveren en versterken. Logische zichtlijnen en looplijnen zijn essentieel hierbij.</p>

7	<p>Grote Brink</p> <ul style="list-style-type: none"> • De grote Brink is een belangrijke locatie, deze vormt een scharnierpunt (centrale plek) in het centrumgebied. Hier worden op dit moment regelmatig activiteiten georganiseerd waar mensen op af komen. • De grote Brink zou je sterker moeten maken, zodat het weer een belangrijke functie krijgt. Dan gaat het belevings- en ervaringsniveau omhoog. • Vanuit stedenbouwkundig en ruimtelijk oogpunt is het wenselijk om het lint een duidelijker einde te geven. Het lint waait nu weg bij de grote Brink. Vanuit die invalshoek zou je moeten kijken naar wat een wenselijk programma is naast het Brinkhotel. Het zwaartepunt zou meer op de kop van de grote Brink moeten komen te liggen (scharnierpunt). • Gelet op bovenstaande zou je moeten inzetten op een kwaliteitsimpuls van de grote Brink.
8	<p>Multifunctioneel concentreren en (sociaal-maatschappelijke) functies centrumgebied</p> <ul style="list-style-type: none"> • Door verschillende functies in het centrum te laten samenkomen, worden aspecten als ontmoeten en combinatiebezoek gestimuleerd. In dit kader wordt geadviseerd te inventariseren welke mogelijkheden er zijn. • In Zuidlaren moet een aantal functies mogelijk een nieuwe plek krijgen. Denk hierbij aan: <ul style="list-style-type: none"> ○ Functies die nu in multifunctioneel centrum De Ludinge plaatsvinden; ○ Bibliotheek; ○ Sporthallen; ○ Zorgcluster; ○ Onderwijs. <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gelet op de aankomende sluiting van de middelbare school, zal het accommodatiebeleid voor Zuidlaren, waar sport en onderwijs onder valt, tegen het licht gehouden worden. • Bert Broekhuis adviseert bewuste keuzes te maken t.a.v. multifunctioneel concentreren. Als voorbeeld wordt de locatie en positionering van een zorgcluster genoemd, waarbij afhankelijk van de zorgverlener sprake is van gesloten gordijnen i.v.m. de privacy van de bezoeker. • Sociale ontmoetingsplaatsen kunnen ook een zorgcluster, onderwijs of supermarkten zijn. • Maak bestaande elementen interessanter. Denk bijvoorbeeld aan Berend Botje; • Maak de grote Brink bijvoorbeeld het startpunt van allerlei routes, bijvoorbeeld startpunt ATB-route; • Maak gebruik van een sterk imago dat je al hebt zoals de Zuidlaardermarkt; • Terugkerende activiteiten programmeren, kleine dingen waardoor het gezellig wordt; • Voorbeeld elders waarbij Ah bibliotheek sponsort ; • Faciliteren educatieprogramma's; • Verbindingen/sociaal kapitaal: diensten ruilen, koken voor anderen faciliteren; • BIOR (Bewegen In Openbare Ruimte); • Eis bij supermarkt neerleggen waarbij zij een nieuwe ontwikkeling combineren met een sociaal maatschappelijke functie in de winkel/ rol voor Zuidlaren. <p>In het geval van bovenstaande is het belangrijk dat het zichtbaar is. Stop het niet tussen vier muren van de supermarkt. En doe de dingen op de schaal van het dorp. Kwaliteit is het belangrijkste.</p>

	<p>Is dorpse herverkaveling een optie? Multifunctioneel concentreren kan bijvoorbeeld door een dorpse herverkaveling. Deskundigen geven aan dat dit een ambitieus proces is dat veel tijd kost. Vraag is dan ook of dit realistisch en toepasbaar is.</p>
9	<p>Flexibel bestemmingsplan Delia Nijdam vraagt wat de deskundigen vinden van flexibel bestemmen. Gezien de ontwikkelingen in de detailhandel is de kans reëel dat een aantal panden leeg komt te staan in de komende jaren. Om langdurige leegstand te voorkomen kan flexibel bestemmen de huidige eigenaar, bestemmingsplantechnisch, meer mogelijkheden bieden om het pand weer opgevuld te krijgen. De deskundigen vinden dit een goed idee.</p>
10	<p>Voorwaarden gemeente en winkeliers</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zowel de gemeente als de winkeliers hebben hun verantwoordelijkheid in de ontwikkeling naar een toekomstbestendig centrum. <ul style="list-style-type: none"> ○ De gemeente is verantwoordelijk voor de randvoorwaarden en het ruimtelijk beleid: <ul style="list-style-type: none"> ▪ goede functionele ruimtelijke visie met bijbehorende randvoorwaarden; ▪ betrouwbare partner die visie uitdraagt; ▪ contactpersonen die ondernemend en omgevingsbewust zijn. ▪ professioneel ondernemerschap stimuleren ○ Naast de verantwoordelijkheid van winkeliers voor hun eigen winkel, hebben zij ook een verantwoordelijkheid voor het centrum als geheel. Gedacht kan worden aan: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Samenwerking met andere betrokken partijen, bv. winkeliers – hoe kan je elkaar versterken; <ul style="list-style-type: none"> • Bijvoorbeeld: een product van de slager verkopen in een kledingzaak; ▪ Presentatie van winkels (gevels, eenheid in reclame-uitingen, etc.); ▪ Van product, naar service, naar experience. En dan de experience naar een hoger niveau. Time well spent: mensen binden; • Naast bovenstaande is een goede programmering en gemengd aanbod (winkels, horeca, maatschappelijk, cultureel) belangrijk. • Geconcludeerd wordt dat in dit proces om te komen tot een concreet plan het gereedschap gemaakt wordt, maar dat het dorp het zelf moet oppakken.
11	<p>Planning In september staat de collegebesluitvorming gepland en in oktober de raadsbesluitvorming over de ontwikkelrichting. In de volgende fase wordt de ontwikkelrichting uitgewerkt tot een concrete plannen.</p>
12	<p>Sluiting Reinier Gerritsen bedankt iedereen voor zijn/haar aanwezigheid en sluit de bijeenkomst.</p>