

## Opgavendocument Retail en Horeca, april 2021

### Op weg naar een nieuwe visie voor Retail en horeca

Er is alle aanleiding om nieuw beleid te agenderen: veranderingen - van branchevervaging tot e-commerce – volgen elkaar in hoog tempo op, waardoor retail en horeca op veel plaatsen onder druk komen te staan. Daarnaast leidt de verwachte groei van Groningen tot andere en meer behoefte aan deze economische voorzieningen. Ook willen we ons aanbod aan winkels, horeca en recreatie nog meer benutten voor een leefbare en aantrekkelijke woon- en leefomgeving voor ons inwoners. Onderzoeksresultaten geven aan dat beide economische sectoren veel gemeen hebben en elkaar gebiedsgericht op veel vlakken raken en deels ook overlappende doelgroepen kennen. Daarnaast vermengen (blurren) beide sectoren ook steeds meer met elkaar.

We werken daarom aan een integrale aanpak. Hiermee vervangen we de oude Structuurvisie Detailhandel, Horeca-nota (beide 2011) en hotelnota (2004). In dit verhaal schetsen we de contouren van onze nieuwe visie op retail en horeca. In onze nieuwe visie houden we rekening met de gevolgen van de coronacrisis. Voor de korte termijn werken we hiervoor aan een economisch herstelplan. Maatregelen voor (middel)lange termijn nemen we mee in de binnenstadsvisie en de visie retail en horeca. We geven aan waar we de accenten gaan leggen en welke thema's we nader uitdiepen in de handels- en ontmoetingsstad van de toekomst. Deze speerpunten staan onderaan in dit document in de 'Top 10 Opgaven'.

### Onze ambitie

In de op te stellen visie willen we de uitgangspositie van de hele gemeente Groningen handhaven en verder versterken. Passend bij onze status als één van de grootste en leukste steden (en aantrekkelijkste dorpen!) van Nederland willen we een zo'n compleet, actueel en aantrekkelijk mogelijk aanbod. In de eerste plaats voor onze eigen inwoners met dagelijkse voorzieningen die meegroeien in de wijken, waar ruimte is voor winkels en horeca, als onderdeel van de ontwikkelzones en uiteraard in een bruisende binnenstad. Daarnaast zijn uiteraard ook onze regionale, nationale en internationale gasten van groot belang, bezoekers die tijdens een 'dagje stad' hier hun geld in de stedelijke economie uitgeven en bijdragen aan een goed ondernemersklimaat.

We willen tot de top van Nederland behoren. Ons vertrekpunt is sterk, maar het kan nog sterker. Het vestigingsklimaat voor retailers is relatief gunstig, Groningers zijn trots op hun stad, de winkels en het horeca-aanbod is divers en 24/7 actief. Maar het zijn zeker geen redenen om op de handen te blijven zitten. Het bestedingspatroon van de inwoners is relatief laag en in een aantal branches mist deze stad nog up-to-date aanbod. Daar komt bij dat de retail sterk in beweging is en sommige sectoren kwetsbaar zijn (modewinkels, nachthoreca), zoals de corona pandemie heeft aangetoond. Ontwikkelingen gaan snel en zijn door de pandemie extra versneld. De invloed van online winkelen is zeker sinds corona een niet te onderschatten factor. Corona heeft grote gevolgen voor met name het funshoppen in de binnenstad, het centrum van Haren en Paddepoel. Corona zorgt ook voor aanhoudende onzekerheid in de horeca branches. Na jaren van groei zullen faillissementen, overnames en fusies onvermijdelijk zijn, zeker als consumenten worden genoodzaakt om op hun uitgaansgedrag te moeten bezuinigen. Dat betekent dat we beter ons best moeten doen om bezoekers van ver en dichtbij vanuit de luie bank achter het beeldscherm te trekken: en daarvoor is meer nodig dan alleen een verzameling winkels.

## **The Next City**

Groningen groeit hard, zowel qua inwoners als qua werkgelegenheid en dat vraagt om retail en horeca-aanbod dat hierin mee kan groeien en dat rekening houdt met specifieke behoeften in wijken, op de perifere locaties en in de recreatieve verblijfsgebieden. We blijven vasthouden aan onze compacte stad met leefbare wijken en dorpen, en stimuleren gezond gedrag. Groningen staat voor consistent beleid en dat betekent dat we blijven inzetten op verschillende typen wijkverzorgingsfunctie voor de dagelijkse boodschappen, soms groot in de vorm van een wijkwinkelcentrum met meerdere supermarkten en soms kleiner met een gemakswinkel. Maar altijd dichtbij huis, op loop- en op fietsafstand en met een prettig en veilig ingerichte openbare ruimte. We hebben meer aandacht voor de verblijfskwaliteit en openbare ruimte van onze centra. Woongebieden zonder enige vorm van voorzieningen zijn achterhaald in niet-inclusief. Voor ieder type winkelcentrum maken we een beleidskader. Op solitaire locaties werken we in principe niet mee aan uitbreiding.

## **Actieve overheid**

De huidige tijd vraagt om snelheid, souplesse, monitoring én een actievere rol vanuit de overheid. Zoals eerder genoemd: de ontwikkelingen in de retail gaan hard. We zagen oude vertrouwde namen om verschillende redenen vertrekken of inkrimpen – zoals de warenhuizen V&D en De Bijenkorf en een afgeslankte maar wel verbeterde H&M in De Faun - maar we konden tegelijkertijd ook veel nieuwe formules in onze gemeente verwelkomen. Niet alleen van ketens, maar ook opgestart door zelfstandige lokale ondernemers. Sommige straten leefden op, anderen kwamen in een negatieve spiraal terecht met leegstand en een sleetse uitstraling tot gevolg. Corona versnelt bestaande trends en vraagt om meer ingrijpen van de overheid; hoe herwinnen we onze openbare ruimte, welke voorzieningen initiatieven willen we overeind houden en versterken, en op welke plekken in stad en gemeente willen we grip houden als overheid? Ook is extra inzet van de overheid nodig om nieuwe initiatieven te kunnen laten opstarten na corona: op de korte termijn houden we rekening met toename van de leegstand. We vinden het belangrijk om in deze tijden nieuwe initiatieven waar mogelijk te stimuleren. Dit vraagt om een andere rol van de overheid en voortzetting van het huidige ruimtelijk-economische programma.

## **Op weg naar de nieuwe visie**

In 2020 hebben we samen met onderzoeksbureau BRO een aantal belangrijke onderzoeken afgerond die de onderligger vormen van ons nieuwe Retail beleid. In de storm van de pandemie hebben we ook een tussendocument, dat we hier bijsluiten, opgeleverd: een opgavenrapport met de belangrijkste uitgangspunten voor nieuw beleid. Samen met de ondernemers- en belangenverenigingen en met onafhankelijke vrijdenkers zijn meerdere gesprekken gevoerd en extra accenten geplaatst. De komende maanden werken we dit uit in de nieuwe visie en gaan met onze inwoners het gesprek aan.

## **TOP 10 OPGAVEN RETAIL EN HORECA**

### **1. Functiemix voor onze binnenstad, centrum Haren en Paddepoel.**

Onze centra ontwikkelen zich van kernwinkelgebied naar kernverblijfsgebied. Tegelijkertijd zien we de druk op de openbare ruimte toenemen, met uiteindelijk ook effecten op het economisch functioneren van onze centra. We zien dat (aanloop)straten en delen van de binnenstad verkleuren naar gemengdere gebieden waar naast detailhandel meer ruimte is voor horeca, diensten, culturele

belevingsconcepten en werken, onderwijs en zorg. We zien geen ruimte voor wonen in de plint: in onze binnenstad reserveren we deze ruimte voor bezoekers.

Aandachtspunten:

- Het aantrekken van zoveel mogelijk doelgroepen – met name (boven)regionaal komt niet vanzelf
- relatie met investeringsprogramma binnenstad en het herwinnen van de openbare ruimte
- Breder palet aan functies, meer dan alleen winkels en horeca.
- Ruimte voor flexibiliteit, maar voorkomen van recht van de sterkste: gaat om de juiste balans
- Relatie vastgoedstrategie – grip op herontwikkelingen en belangrijke plekken
- Vergroten onderscheid reguliere en daghoreca

## **2. Ruimte voor lokaal ondernemerschap en bijzondere concepten**

Groningen moet altijd de belangrijkste nationale en internationale ketens – zowel detailhandel als horeca - een plek kunnen geven, in de binnenstad en op de PDV-locaties. Veelal weten deze ketens – op basis van eigen onderzoek en cijfers – zich een weg te vinden naar Groningen. Minstens zo belangrijk vinden we de inzet op ons eigen DNA en eigen MKB, met ondernemers die uniek en lokaal zijn, ondernemers die Groningen Grunn maken. Deze categorie wordt belangrijker, want winkelgebieden zullen lokaler en kleinschaliger van karakter worden, groener en socialer in een diverser straatbeeld. De tijd dat functies strikt van elkaar gescheiden worden – met monotone winkelstraten - is voorbij. We zetten in op het behoud, stimuleren en versterken van lokaal ondernemerschap met unieke, kleinschalige concepten en aanbod. Met gevarieerde straten/gebieden in de binnenstad, wijken en wijkcentra.

Aandachtspunten:

- Grotere urgentie dankzij corona: aanjagen van nieuwe initiatieven na de lockdown
- Ruimte voor mengvormen (blurring)
- Wie is de lokale ondernemer? Hoe faciliteren en ondersteunen we hen vanuit de gemeente?
- Relatie met vastgoedstrategie: hoe behouden we bijzondere winkel- en horecagebieden?
- Extra inzet: kleine zelfstandige in de wijk
- Kwalitatief toetsingskader: voor bijzondere locaties en innovatieve concepten verlenen we meer ruimte

## **3. Horeca als bestemming**

Horeca voegt kleur toe aan onze gemeente en heeft sociale waarde als ontmoetingsplek. Het toevoegen van horeca vergroot de aantrekkelijkheid van woonwijken, ontwikkelgebieden of recreatieve hot-spots. We zien ruimte om horeca toe te voegen op belangrijke recreatiegebieden als Stadspark, Woldmeer en Kardinge, maar mogelijk ook de binnenstad. Het gaat hierbij ook over horeca-5 (hotel) concepten. Ook in onze bestaande en nieuwe woonwijken zijn horecaconcepten gewenst als ontmoetingsplek en vergroten de reuring en aantrekkelijkheid. We waken voor een overaanbod in deze gebieden om te voorkomen dat hierdoor een te grote verplaatsingsvraag vanuit binnenstad gaat ontstaan. We zijn kritisch op horeca op bedrijventerreinen.

Aandachtspunten:

- Geen horeca op bedrijventerreinen – voorkomen van concurrentie met de binnenstad op deze plekken
- Vergroten van onderscheid daghoreca en regulier horeca
- Gebiedsgerichte meerwaarde als uitgangspunt
- Niet concurrerend met de binnenstad
- Uitwerking short-stay kader

#### **4. Verbeteren perspectief en profiel N8-cultuur: the city that never sleeps**

Het Groningse nachtleven is een wezenlijk onderdeel van een levendige aantrekkelijke stad. En draagt bij aan sociale cohesie, vrijheid, talentontwikkeling, inspiratie en creativiteit. We willen de nachtcultuur als integraal geheel benaderen en niet als een verzameling losstaande onderdelen. We leggen geen nadruk op, maar vragen wel meer aandacht voor negatieve uitwassen (sociale veiligheid, ondermijnende criminaliteit, overlast, relatie met overige functies in de omgeving).

#### **5. Versterken en creëren fijnmazig netwerk voor de dagelijkse boodschappen**

Als gezondste stad van Nederland willen dat iedereen zijn dagelijkse boodschappen op de fiets of lopend kan bezoeken. Buurtvoorzieningen houden onze gemeente aantrekkelijk en verminderen autoafhankelijkheid. We stappen af van het automatisme dat groei alleen opgevangen kan worden door grotere centra, we zetten juist in op groei door kleine buurthubs die de aantrekkelijkheid van onze ontwikkelzones vergroten. We zoeken naar nieuwe vormen van supermarkten als ontmoetingsplek in de buurt en willen geen nieuwe bovenwijkse centra langs de uitvalswegen.

#### **6. Van wijkwinkelcentrum naar wijkcentrum, krachtige WWC's**

In onze winkelgebieden liggen kansen om op een andere manier de ontmoetingsfunctie te organiseren, met een mix aan sociale functies, ruimte voor de bezorgeconomie en werkplekken. Waar verschillende winkels voor de dagelijkse boodschappen zijn aangevuld met daghoreca. Ook hier geldt, net zoals in onze binnenstad dat een prettig en veilig verblijfsklimaat belangrijker wordt. We zien wel spanning tussen de verkeer aantrekkende werking en de parkeerfunctie versus de verblijfskwaliteit voor wandelaar en fietser. We maken keuzes in de plekken waar groei mogelijk is in relatie tot de beschikbare openbare ruimte.

#### **7. Inzetten op de verkeersopgave en klimaat van het Sontplein, Hoendiep en Peizerweg.**

Door de verwachte bevolkingsgroei hebben onze PDV-gebieden ruimte om te groeien. Als de retail hier groeit, mogen ondersteunende functies als horeca meegroeien. Opgave: hoe houden we bezoekers hier langer vast? We vangen deze groei op bestaande terreinen Hoendiep, Peizerweg en Sontplein, en verkennen voor de bouwmarkten en tuinwereld de verplaatsingsvraag. Het Sontplein is ons meest belangrijke (boven)regionale doelgerichte winkelgebied.

Bij onze doelgerichte winkelgebieden liggen opgaves op verkeer: inrichting parkeergebieden, verkeersstructuur, ontsluiting en veiligheid. Daarnaast zijn dit plekken waar veel mensen komen en waar snel last is van hittestress; deze plekken willen we met voorrang aanpakken in het kader van de klimaatadaptatie.

#### **8. Inzetten op sfeergebieden**

Met het vormgeven van sfeergebieden benaderen we onze binnenstad breder en is er ruimte voor kruisbestuiving tussen verschillende thema's. Sfeergebieden kunnen de toeristische waarde van

Groningen vergroten en bijdragen aan de promotie van de stad als een aantrekkelijkere bestemming. Want om bezoekers van ver te trekken is meer nodig dan alleen een verzameling winkels.

Aandachtspunten:

- Verbinden met thema acquisitie
- Startende ondernemers
- Aanpak gevels en erfgoed
- Nieuwe loopstromen
- Meer dan alleen een marketingverhaal: goed uitleggen wat we hier mee willen bereiken.

## **9. Lusten en lasten van de bezorgeconomie**

De bezorgeconomie is niet meer uit onze leefwereld weg te denken. Deze draagt echter niet bij aan beleving, maar vooral aan gemak. Met name in de foodsector zorgt deze categorie voor het invullen van leegstaande panden (voorbeeld Nieuwe Ebbingestraat). We categoriseren deze zaken overigens als detailhandel en niet als horeca, hoewel de scheidslijn erg diffuus is. Naast food zijn er ook ontwikkelingen in de supermarktbranche. Het thuisbezorgen van boodschappen is een enorme groeiemarkt die het aanzien en het assortiment van supermarkten zal veranderen. We willen de negatieve kanten van de bezorgeconomie minimaliseren. Het gaat dan om gebruik van de openbare ruimte, het gebruik van de plint, verkeersveiligheid en overaanbod in bepaalde gebieden.

Aandachtspunten:

- Dark kitchens op bedrijventerreinen
- Dark stores: voorbeeld Gorillas Oude Ebbingestraat
- Retail op bedrijventerreinen met baliefunctie

## **10. Vrije vestiging supermarkten binnenstad**

Het aantal supermarkten in de binnenstad is de laatste jaren sterk toegenomen, en voorzien in een dagelijkse behoefte van bewoners in binnenstad en oude wijken. Supermarkten trekken echter geen extra bezoekers uit de regio of daarbuiten, en zorgen voor steeds meer overlast in de openbare ruimte (laden- lossen, fietsparkeren). Via het thema stadsdistributie willen we grip krijgen op de overlast die gepaard gaat met een supermarktvestiging. Daarnaast is het onderscheiden vermogen van supermarkten beperkt en zijn binnenstedelijke supermarkten een geduchte concurrent voor horeca met een steeds groter assortiment 'to-go' bij de ingang.