

Groningen, ruimtelijk-functionele effectenanalyse vernieuwing en uitbreiding Sontplein (2017)

Aprisco



Groningen, ruimtelijk-functionele effectenanalyse vernieuwing en uitbreiding Sontplein (2017)

Aprisco

Rapportnummer:	203X01413.091155_3
Datum:	7 juni 2017
Contactpersoon opdrachtgever:	Mevr. M. Nijenhuis
Projectteam BRO:	Aiko Mein, Daan Goos
Trefwoorden:	Groningen, Sontplein, Sontweggebied, distributieplanologisch onderzoek (DPO), niet-dagelijks, ruimtelijk-functionele onderbouwing
Bron foto kافت:	Hollandse Hoogte 7
Beknopte inhoud:	Ten zuidoosten van de Groningse binnenstad bevindt zich op een voormalig bedrijventerrein een perifeer winkelgebied (Sontplein en omgeving). Hier zijn meerdere grootschalige winkels gevestigd, waaronder Ikea en Media Markt. Het ligt in de bedoeling deze locatie verder als winkelgebied voor doelgericht aankopen doen te ontwikkelen. Er zijn plannen opgesteld om een deel van het gebied gefaseerd te vernieuwen en het aanbod uit te breiden. In onderhavige rapportage wordt aangegeven dat de beoogde versterking wenselijk is gezien vanuit de consumentenverzorging en de regionaal-verzorgende functie van Groningen, dat er voldoende distributieve uitbreidingsruimte is en dat de effecten op de detailhandelsstructuur en leegstandssituatie aanvaardbaar zijn.

BRO
Hoofdvestiging
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
E info@bro.nl

Inhoudsopgave

pagina

1. INLEIDING	3
1.1 Achtergrond	3
1.2 Het planinitiatief	6
1.3 Opmerkingen vooraf	7
2. DE GRONINGSE DETAILHANDELSTRUCTUUR	8
2.1 De detailhandelsstructuur	8
2.2 De relevante branches nader bekeken	10
2.3 Functioneren winkelaanbod Groningen	12
2.4 Aanbod regio	13
2.5 Horeca in Groningen	14
2.6 Fitnesscentra in Groningen	15
2.7 Leegstand en onbenutte plancapaciteit Groningen	16
3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN, BELEID EN MARKTRUIMTE	19
3.1 Algemene trends en ontwikkelingen	19
3.1.1 Detailhandel	19
3.1.2 Horeca en leisure	23
3.2 Beleid en beleidsmatige ontwikkelingen	25
3.2.1 Provinciaal beleid	25
3.2.2 Gemeentelijk beleid	26
3.3 Vraag- en aanbod ontwikkelingen	27
3.4 Distributieve uitbreidingsruimte	29
4. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE POSITIONERING EN PERSPECTIEF SONTPLEIN EN OMGEVING	31
4.1 Inleiding	31
4.2 Ontwikkelingsrichting	31
4.2.1 Uitgangssituatie	31
4.2.2 Functioneel profiel Sontplein	32
4.2.3 Versterking thema in- en om het huis	32
4.2.4 Versterking met grootschalige detailhandelsvestigingen	33
4.2.5 Overige voorzieningen	35
4.3 Effecten op de detailhandelsstructuur	36
4.3.1 Effecten algemeen	36
4.3.2 Effecten op winkelgebieden	37

4.4 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast	39
4.5 Aandachtspunten voor de juridisch-planologische regeling	41
4.6 Ten slotte	41
BIJLAGEN	1
Bijlage 1: Begrippenlijst	2
Bijlage 2: Huidig functioneren	5
Bijlage 3: Uitbreidingsruimte 2025 (groei aantal inwoners + internet + 10% lagere omzet per m ² wvo in verband met schaalvergroting)	7
Bijlage 4: Uitbreidingsruimte 2025 (groei aantal inwoners + eenderde hogere omzet per m ² wvo dan het landelijke gemiddelde)	9
Bijlage 5: Regio-indeling en aanbod in de regio	10

1. INLEIDING

1.1 Achtergrond

Achtergrond

Het ten zuidoosten van de Groningse binnenstad gelegen Sontweggebied heeft zich de afgelopen jaren steeds meer als specifiek winkelgebied voor grootschalige, vooral doelgericht bezochte winkels ontwikkeld. Het gemeentelijke detailhandelsbeleid voorziet hier ook in. De meest recente ontwikkeling vormt de vestiging van Bauhaus met een bouw- en tuinmarkt op de voormalige melkfabriek locatie (zuidoost kwadrant). Eerder zijn voor de westelijke helft van het gebied, hier verder aangeduid als Sontplein e.o. plannen ontwikkeld voor de gefaseerde realisatie van een winkelboulevard. Deze plannen zijn mede door de economische crisis in de periode 2008-2014 niet van de grond gekomen. Inmiddels is er vanuit de markt weer een sterke interesse voor vestiging en zijn door de eigenaren van het onroerend goed in samenwerking met de gemeente Groningen nieuwe plannen gemaakt voor een upgrading van de bestaande winkelbebouwing, een invulling van de leegstand, mede door herschikking van winkels, en de bouw van nieuwe winkelruimte. Daarnaast zal de openbare ruimte geheel worden heringericht en vindt er een uitbreiding van de parkeercapaciteit plaats.

Voor het gebied geldt het bestemmingsplan Sontweggebied-Damsterdiep dat op 24 mei 2013 is vastgesteld. Het betreft een conserverend plan waarbij de huidige situatie is vastgelegd. De nieuwe plannen vereisen een aanpassing van het bestemmingsplan, en daarvoor is ook een nadere ruimtelijk-functionele onderbouwing noodzakelijk. Er is bovendien sprake van een nieuwe stedelijke ontwikkeling en dan moet de 'Ladder voor duurzame verstedelijking' doorlopen worden. Dit houdt in ieder geval in dat aangetoond moet worden dat er sprake is van een actuele regionale behoefte (kwantitatief en/of kwalitatief) en dat er aandacht dient te zijn voor de effecten elders, met name op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leegstandsontwikkeling in het verzorgingsgebied. Bij de leegstand gaat het bezien vanuit de jurisprudentie met name om de effecten op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat.

Vraagstelling

De vraagstelling voor het onderzoek en advies hebben is als volgt:

- In hoeverre is er in de gemeente Groningen en omgeving distributieve ruimte voor een uitbreiding van het aanbod in de voor het Sontplein relevante branches?
- Wat zijn de effecten van de voorgenomen (gefaseerde) uitbreiding van het winkel- en horeca-aanbod op de locatie Sontplein voor de consumentenverzorging, detailhandelsstructuur en leegstand in de gemeente Groningen en omgeving?
- Kan, in het kader van de benodigde bestemmingsplanwijziging, de Ladder voor duurzame verstedelijking in principe succesvol doorlopen worden?
- Is op basis van de analyses eventueel een aanpassing van het beoogde programma gewenst en wat zijn de eventuele consequenties van het onderzoek voor de bestemmingsplanwijziging?

Ontwikkelingsrichting en branchering

De ontwikkelingsrichting voor het Sontweggebied is vastgelegd in de rapportage “ Start Visievorming Sontweggebied, bouwstenennotitie” (Gemeente Groningen, april 2012). Hierin wordt aangegeven dat de beoogde identiteit een retailpark is met een laagfrequent bezoekkarakter, doelgericht winkelmotief en ruimte-extensieve formules. Het gebied is daarmee bedoeld voor winkelvestigingen in de sfeer van de klassieke PDV-branches (perifere detailhandelsvestigingen, dat wil zeggen o.a. de woonbranche, bouwmarkten en tuincentra), maar daarnaast ook voor grootschalige winkelvestigingen in andere branches (ook wel GDV-genoemd, grootschalige detailhandelsvestigingen). Uitgangspunt is de complementariteit met de binnenstad. Het functioneren van de binnenstad als hoofdwinkelcentrum staat centraal in het detailhandelsbeleid van de gemeente Groningen. In dit kader zijn enkele branches uitgesloten van vestiging in het Sontweggebied. Het betreft¹:

- algemeen warenhuis;
- mode: kleding en schoeisel;
- juwelier en modeaccessoires;
- optiek, audiciens;
- parfumerie en drogisterij;
- supermarkten en levensmiddelen speciaalzaken;
- media: boeken en muziek.

In het licht van bovenstaande richt onderhavige rapportage zich met name op een aantal branches die overwegend doelgericht door de consumenten bezocht worden om specifieke aankopen te doen (en/of zich daarover te laten informeren) en waarin grootschalige winkels op perifere locaties veel voorkomen. Het gaat hierbij specifiek om de branches:

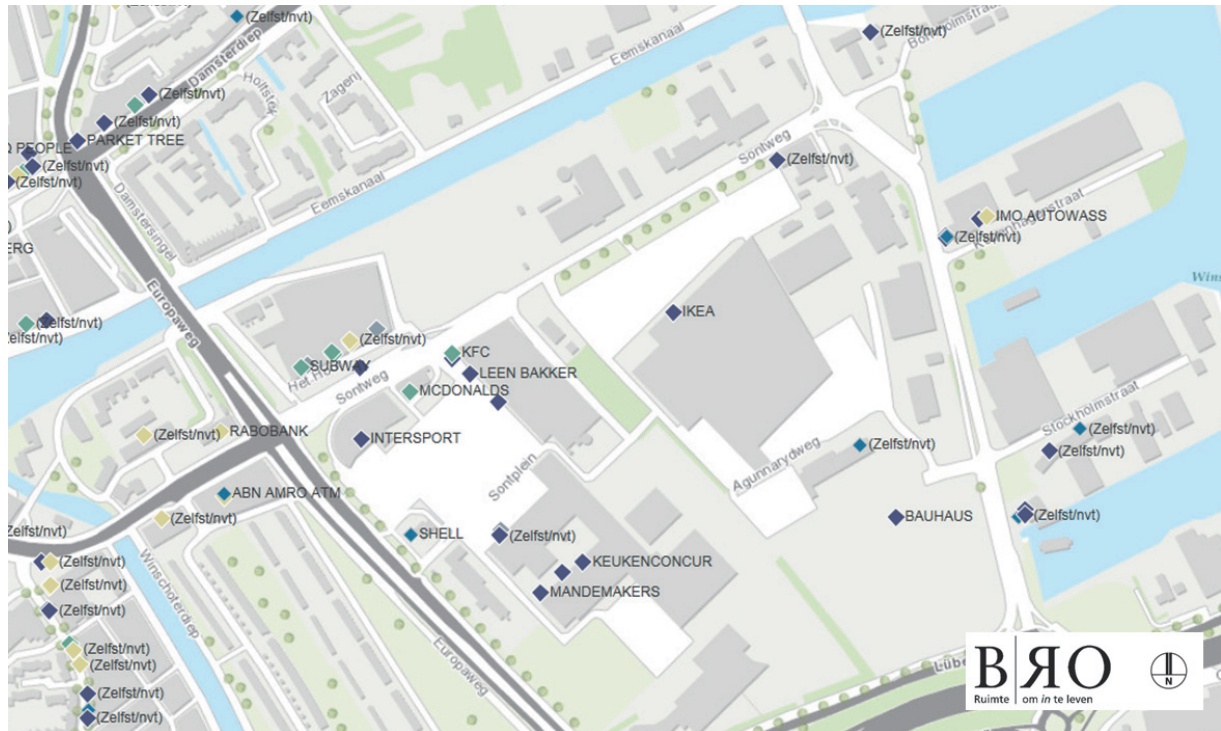
- wonen (inclusief keukens en badkamers);
- doe-het-zelf;
- tuincentra;
- dier (dierenspeciaalzaken);
- bruin- en witgoed (elektronica);
- (outdoor)sport;
- speelgoed;
- rijwielen.

Ten aanzien van leisure wordt voor het Sontweggebied gedacht aan grootschalige voorzieningen met een speels, recreatief karakter die ondersteunend en versterkend zijn voor de detailhandelsfunctie. Het gebied mag op dit punt niet concurrerend zijn met de Euroborg (indoorrecreatie en sport/fitness) en Kardinge (prestatiesport + actieve sport/recreatie).

In het kader van de ladderonderbouwing voor een nieuw of gewijzigd bestemmingsplan dient uitgegaan te worden van de maximale plancapaciteit per toegestane branche (dus niet van het beoogde programma). Gezien de voorziene omvang van de uitbreiding is dat niet of zeer moeilijk te onderbouwen (verschilt per branche), en daarom wordt er van uitgegaan dat er beperkingen per branche in het bestemmingsplan zullen worden opgenomen.

¹ Start Visievorming Sontweggebied, Bouwstenennotitie. Gemeente Groningen, april 2012

Figuur 1.1 Sontplein en omgeving;



Bron Locatus Retailverkenner

Figuur 1.2 Bouwstenennota: Uitgangspunten Detailhandelskwartier



1.2 Het planinitiatief

Het Sontweggebied

Het planinitiatief heeft betrekking op het westelijke deel van het Sontweggebied. Dit gebied omvat het noordelijke deel van het bedrijventerrein Eemskanaal. De Sontweg vormt de noordelijke begrenzing en in het oosten is dat de Bornholmstraat. In het zuiden is de Ring van Groningen de grens en in het westen de Europaweg, een belangrijke toevouerroute vanaf de Ring naar de binnenstad. De interne ontsluiting vindt vooral plaats via de Bornholmstraat en de Sontweg. Laatstgenoemde weg speelt na realisatie van een nieuwe brug over het Winschoterdiep een belangrijke rol als verbindingsroute tussen de in ontwikkeling zijnde woonwijk Meerstad en het centrum van Groningen.

Sontplein e.o.

Voor het meest westelijke, langs de Europaweg gelegen deel van het Sontweggebied zijn nieuwe plannen ontwikkeld om via herstructurering een aantrekkelijk winkelgebied te creëren. Nu zijn hier rond het Sontplein en in de Keukenboulevard al meerdere winkels aanwezig, waaronder Media Markt, Leen Bakker, Intersport Daka en meerdere keukenzaken. In totaliteit is er 38.700 m² bvo (= 27.350 m² vvo) winkelruimte aanwezig, maar hiervan staat in afwachting van de herontwikkeling 11.130 m² vvo momenteel leeg.

Ten noorden van het gebied zijn appartementen en daaronder een voorzieningstrip (Het Hout) gerealiseerd. Hier bevindt zich meerdere horecagelegenheden en Coolblue. Enkele units staan nog leeg. Direct ten westen van het winkelcluster bevinden zich de zeer grootschalige winkels van Ikea en Bauhaus.

Gefaseerde uitvoering

De herstructurering en uitbreiding van het winkelgebied zal gefaseerd uitgevoerd worden. De uitvoering omvat daarbij de volgende fasen:

- Fase 1: Sloop bedrijfspand westelijke achterzijde keukenboulevard en vernieuwing winkelunits zuidwand Sontplein. Uitbreiding per saldo + 900 m² bvo.
- Fase 2: realisatie parkeerplein ten westen van de bestaande bebouwing en uitbreiding westelijke pand keukenboulevardplein. Opknappen panden keukenboulevard. Uitbreiding per saldo + 12.000 m² bvo
- Fase 3: uitbreiding pand Daka/Intersport. Opknappen exterieur panden westzijde Sontplein. Uitbreiding per saldo + 3.800 m² bvo.
- Fase 4 (nog in ontwerpfase): Realisatie nieuw winkelpand oostzijde Keukenboulevardplein en vergroting McDonald's. Uitbreiding ca. 8.600 m² bvo.
- Toekomst: Afronding gebied. Eventueel toevoegen nieuwe bebouwing langs de oostzijde van het terrein en mogelijke herontwikkeling NDC-terrein aan de zuidzijde van het keukenboulevardplein.

In totaal omvat de uitbreiding ca.25.300 m² vvo, waarvan bij benadering ca. 2.000 m² bvo voor niet-winkelruimte is bedoeld. Uitgaande van een verhouding bvo:vvo van 100:80 komt er ca. 18.650 m² vvo detailhandel bij. Samen met de invulling van de huidige leegstand is dat ca. 30.000 m² vvo aan nieuw winkelaanbod.

Branchering

Omdat het project zich in de planfase bevindt, staat het functionele programma nog niet definitief vast. Wel kan op basis van de informatie van de vastgoedeigenaren het volgende indicatieve beeld van de beoogde winkeltoevoegingen gegeven worden²:

- woninginrichting: ca. 10.000 m² wvo;
- (outdoor) sport: ca. 4.000 m² wvo;
- speelgoed: ca. 2.500 m² wvo;
- elektronica: ca. 1.500-2.000 m² wvo;
- overig/onbekend: ca. 1.500-2.500 m² wvo.

Daarnaast is er in de plannen ruimte gereserveerd voor een fitnesszaak van ca. 1.550 m² bvo en een bescheiden vergroting van een reeds gevestigde horecazaak (+ 100 m² bvo) .

1.3 Opmerkingen vooraf

De cijfers over het aanbod aan winkels, horeca en fitness zijn ontleend aan de Locatus Verkenner, update 2016. Het overgrote deel van de gegevens heeft als peildatum december 2016, voor enkele zaken is de peildatum januari 2016.

In het rapport worden op sommige punten vergelijkingen gemaakt met 2013. Het gaat daarbij om de analyseresultaten zoals ze opgenomen zijn in het rapport 'Groningen, ruimtelijk-functionele ontwikkelingsmogelijkheden Sontplein' (BRO, oktober 2013). Deze resultaten zijn deels weer gebaseerd op het rapport 'Gemeente Groningen, Kwantitatieve marktmogelijkheden detailhandel' (BRO, februari 2013).

Daar waar in onderhavig rapport gesproken wordt over het Sontplein e.o. wordt niet alleen het plein zelf bedoeld, maar ook het aanpalende Keukenboulevardplein (tenzij anders wordt aangegeven).

² Raming m² wvo door BRO.

2. DE GRONINGSE DETAILHANDELSTRUCTUUR

2.1 De detailhandelsstructuur

Omvang en spreiding winkelaanbod

De detailhandelsstructuur van de stad Groningen is opgebouwd uit de volgende elementen:

- de binnenstad e.o.: hoofdwinkelcentrum met een bovenregionale verzorgingsfunctie;
- Sontweggebied (incl. Ikea en Bauhaus): perifere detailhandelslocatie met een bovenregionale functie;
- Hoendiep: perifere detailhandelslocatie met een regionale functie;
- Peizerweg/Vesta: perifere detailhandelslocatie met een regionale functie;
- Winkelcentrum Paddepoel: winkelcentrum met stadsdeelverzorgende functie;
- diverse buurt- en wijkverzorgende winkelgebieden;
- verspreide bewinkeling.

De omvang van deze winkelgebieden is in navolgende tabel weergegeven.

Tabel 2.1 Omvang aanbod naar winkelgebieden

	Dagelijkse artikelen		Niet-dagelijkse art.		Totaal	
	a.w.	m ² wvo	a.w.	m ² wvo	A.w.	m ² wvo
Centrum	104	15.043	514	102.802	618	117.845
Sontplein e.o.*	0	0	8	65.003	8	65.003
Hoendiep	0	0	42	44.512	42	44.512
Peizerweg/Vesta	0	0	19	36.488	19	36.488
Paddepoel	14	2.789	47	9.056	61	11.845
Buurt- en wijkcentra	113	44.504	132	23.978	245	68.482
Verspreid	29	7.403	111	60.033	140	67.436
Totaal	260	69.739	873	341.872	1.133	411.611

a.w. = aantal winkels

*inclusief Ikea en Bauhaus

Sterke regiofunctie

Het winkelaanbod in Groningen heeft een sterke regiofunctie, met name de winkels in de binnenstad en op de perifere locaties, waaronder het Sontweggebied. Die regiofunctie komt tot uiting in de omvang van het winkelaanbod; die is relatief groot voor het aantal inwoners van de stad. Dit geldt voor alle branchegroepen, maar met name de branchegroep in/om het huis steekt er boven uit.

De Groningse binnenstad neemt met meer dan de helft van de winkels en bijna een derde van de winkelruimte een zeer belangrijke positie in de detailhandelsstructuur.

Een groot deel van de bezoekers (48%) komt van buiten de stad³. Op basis van recent onderzoek⁴ komt ook naar voren dat de detailhandel in de binnenstad een relatief zeer hoge omzet per m² wvo realiseert. Het winkelaanbod in de binnenstad functioneert daarmee gemiddeld goed. De recente initiatieven voor nieuwe vestigingen en modernisering en bevestigen dit ook.

Voor het Sontweggebied ligt het aandeel bezoekers van buiten de stad op 54% en voor de andere grote perifere detailhandelslocatie, Meubelboulevard Hoendiep, op 41%. Het Sontplein heeft bovendien een sterke bovenregionale functie: van de bezoekers komt 33% van buiten de ring van gemeenten rond de stad⁵. Voor de binnenstad en Meubelboulevard Hoendiep zijn deze percentages respectievelijk 24% en 20%.

Vanwege die sterke (boven)regionale functie wordt het Sontweggebied minder frequent bezocht dan Meubelplein Hoendiep, maar de gemiddelde verblijfsduur is wel aanzienlijk langer. Ten opzichte van Meubelplein Hoendiep scoort het Sontplein e.o. in de beoordeling van de bezoekers vooral beter op de aspecten horeca-aanbod en sfeer/gezelligheid.

Omdat bezoekers van buiten de stad gewoonlijk minder frequent de genoemde winkelgebieden bezoeken dan de stadjes, ligt de hoogte van hun winkelbestedingen gemiddeld ook hoger. Ca. 50% van de detailhandelsbestedingen in de binnenstad komt bijvoorbeeld van buiten de gemeente. Voor het Sontplein e.o. zijn hierover geen recente cijfers voor handen, maar dit aandeel zal naar verwachting ruimschots boven de 50% liggen. Hier wordt van ca. 55-60% uitgegaan.

Samenstelling en ontwikkeling winkelaanbod

- De totale omvang van de niet-dagelijkse artikelensector in Groningen bedraagt 341.872 m² wvo, verdeeld over 873 verkooppunten. Dit aanbod is de laatste jaren licht afgenomen, evenals het aantal winkels. In deze sector is de schaalvergroting veel minder sterk geweest dan in de jaren voor 2013.
- Tussen de branches bestaan grote verschillen in ontwikkeling. De verkoopruimte in de doe-het-zelfbranche is fors toegenomen door de komst van Bauhaus, maar zowel het aantal winkels als de verkoopruimte zijn in de woonbranche conform het landelijke beeld juist sterk afgenomen. Dit geldt ook voor de bruin- en witgoedzaken en de 'recreatieve branches' (mode, huishoudelijke artikelen, luxe, warenhuis, optiek, etc.). De economische crisis, de situatie op de woningmarkt en de opkomst van e-commerce zijn de belangrijkste verklarende factoren.
- In Groningen zijn drie grootschalige bouw- annex tuinmarkten, namelijk Hornbach, Praxis en Tuin en Bauhaus. In de aanbodgegevens is er van uitgegaan dat deze zaken samen ongeveer 8.000 m² wvo aan tuincentrumaanbod hebben en dat is gezien de grote omvang per vestiging, toegerekend naar de branche tuincentra.

³ Groningen, Detailhandelsmonitor 2015

⁴ Koopstromenonderzoek Provincie Groningen 2016, Gemeente Groningen, Broekhuis Rijs Advisering.

⁵ De regio betreft de gemeenten Bedum, Grootegast, Haren, Hoogezand-Sappemeer, Leek, Noordenveld, Slochteren, Ten Boer, Tynaarlo, Winsum en Zuidhorn.

Tabel 2.2 Omvang aanbod relevante Branches

Sector/branche	Aantal winkels	m ² wvo
Sport ⁶	29	9.611
Speelgoed	11	2.341
Dierenspecialzaak	12	2.198
Tuincentra	2(5)	18.983
Bruin- en witgoed	43	12.272
Rijwielen	60	7.671
Doe-het-zelf	20	44.750
Wonen (incl. keukens en badkamers)	116	119.728

In navolgende tabel is de omvang van het aanbod in de onderscheiden branches vergeleken met de omvang van het aanbod in enkele andere plaatsen met een zeer sterke regionaal verzorgende functie. Voor de meeste branches geldt dat de omvang van de verkooppriimte in Groningen redelijk in lijn ligt met het gemiddelde voor de referentiesteden. Wel blijven sport en speelgoed wat achter en is doe-het-zelf ruim vertegenwoordigd.

Tabel 2.3: M² wvo per 1.000 inwoners Groningen vergeleken met andere regionaal verzorgende grotere kernen.

Branche	Groningen	Utrecht	Zwolle	Breda	Eindhoven incl. Ekkersrijt
Sport	48	56	82	70	84
Speelgoed	12	18	29	21	20
Dier	12	7	18	8	18
Tuincentra*	94	83	113	108	14
Bruin- en witgoed	61	50	53	58	106
Rijwielen	38	29	43	33	29
Doe-het-zelf**	222	76	115	216	198
Wonen	596	429	539	540	993
Gemiddeld	127	89	118	124	171

*Groningen: inclusief tuinaanbod zeer grootschalige bouwmarkten

**Groningen: exclusief tuinaanbod zeer grootschalige bouwmarkten

2.2 De relevante branches nader bekeken

Sport

Het overgrote deel van de winkels in deze branche is in de binnenstad gevestigd en het betreft hier vooral meer kleinschalige zaken. De grootste zaken zijn Daka Sontplein (2.658 m² wvo), Perry Sport Vismarkt (1.207 m² wvo) en Bever Zwerfsport St Jansstraat (985 m² wvo).

⁶ Recent heeft Top Shelf in een groot gedeelte van het voormalige V&D-pand een winkel van 9.781 m² wvo geopend. Bij Locatus valt deze winkel nog onder de branche sport, maar afgaande op onder meer de berichtgeving in de media heeft de winkel een heel sterk warenhuisachtig karakter. BRO rekent deze zaak daarom tot de branche warenhuis en niet tot de branche sport. Dit neemt niet weg dat er, evenals in andere warenhuizen ook sportartikelen verkocht worden.

De branche sport kent in Groningen de volgende samenstelling:

Tabel 2.4: Omvang en samenstelling sportbranche

Buitensport ⁷	4 winkels	1.957 m ² wvo
Ruitersport	2 winkels	1.008 m ² wvo
Sportzaak alg.	8 winkels	4.818 m ² wvo
Hengelsport	1 winkel	96 m ² wvo
Watersport	4 winkels	492 m ² wvo
Sport speciaalzaak	11 winkels	1.240 m ² wvo
Totaal	29 winkels	9.611 m ² wvo

Speelgoed

In Groningen zijn 11 speelgoedzaken aanwezig met samen een omvang van 2.341 m² wvo. Hieronder bevinden zich 2 modelbouwwinkels. Er is geen grootschalige speelgoedzaak (meer) aanwezig. Deze branche is sterk in de binnenstad geconcentreerd.

Dierenspeciaalzaken

Van de 12 dibevo-zaken⁸ (2.198 m² wvo) in Groningen is het overgrote deel (10) gevestigd buiten de binnenstad, het meest in de buurt- en wijkcentra maar ook verspreid. Dit laatste geldt ook voor de grootste winkel, Pets XL (588 m² wvo) aan de Osloweg (bedrijventerrein Driebond)⁹. Een echt grootschalige zaak ontbreekt. Veruit de meeste winkels vallen in de categorie 100-250 m² wvo. Enkele grotere bouwmarkten en het tuincentrum hebben overigens ook een dierenafdeling.

Bruin- en witgoed (elektronica)

Binnen deze branche worden de in de navolgend tabel aangegeven subbranches onderscheiden.

Tabel 2.5: Samenstelling en omvang electro

Radio & TV speciaalzaak	8 winkels	1.581 m ² wvo
Computerzaken	9 winkels	633 m ² wvo
Onderdelenzaken	2 winkels	290 m ² wvo
Telecom winkels	19 winkels	1.385 m ² wvo
Witgoedzaak	1 winkel	40 m ² wvo
Electrozaken allround	5 winkels	8.343 m ² wvo
Totaal	43 winkels	12.272 m ² wvo

Van alle vestigingen zijn 25 kleiner dan 100 m² wvo. Er zijn slechts 4 winkels groter dan 400 m² en hieronder zijn 3 allround elektronica-zaken. Deze groep omvat ook de beide zeer grootschalige winkels van Media Markt: Sontplein (5.000 m² wvo) en Media Markt Westerhaven (2.473 m² wvo). De landelijk veel voorkomende formule BCC is niet aanwezig. Met het faillissement is de zaak van Scheer en Foppen in het centrum verdwenen.

⁷ Inclusief ANWB

⁸ Dibevo staat voor dierenbenodigdheden en –voeding,

⁹ Formeel betreft het hier een groothandel maar Locatus heeft de zaak als detailhandel opgenomen.

Ca. 62% van de winkels is in het centrum van Groningen gevestigd. Beide perifere winkelclusters beschikken over één winkel, namelijk de Platte TV discounter (818 m² wvo) aan het Hoendiep en Media Markt aan het Sontplein. Ook aan de Peizerweg is een zaak electrozaak gevestigd TVQ Soundstore (209 m² wvo).

Rijwielen

Er zijn 7 zaken in scooters/brommers (666 m² wvo) en 53 fietszaken (7.005 m² wvo). Het aanbod is voor het overgrote deel kleinschalig: 40 winkels zijn kleiner dan 100 m² wvo en slechts twee zaken zijn groter dan 400 m² wvo. Alleen Belga Fietsen aan het Sontplein is echt grootschalig (2.000 m² wvo). Het winkelaanbod is sterk verspreid aanwezig over de stad (ook buiten winkelgebieden).

Wonen

De woonbranche omvat niet alleen een groot aantal winkels, maar vooral door de aanwezigheid van Ikea (31.500 m² wvo), ook een zeer ruime winkelvloeroppervlakte. Een aanzienlijk deel van het aanbod is geconcentreerd op de drie genoemde perifere detailhandelsconcentraties. De hoogwaardige woonzaak Maupertuus is solitair gevestigd.

Doe-het-zelf

Groningen kent een uitgebreid en ook modern aanbod in deze branche. De meeste aanwezige bouwmarkten zijn relatief nieuw en kennen een moderne maatvoering en er zijn ook enkele zeer grootschalige winkels aanwezig zoals Bauhaus (16.974 m² wvo), Hornbach (11.910 m² wvo) en Praxis en Tuin (8.610 m² wvo). De Praxis aan het Sontplein is recentelijk gesloten.

Tuincentra

Er is één modern, grootschalig tuincentrum (Tuinland Peizerweg) en daarnaast wordt ook een kleiner Koi- en vijvercentrum tot deze branche gerekend. Maar de zeer grootschalige bouwmarkten beschikken zoals gezegd ieder ook over een aanzienlijk tuincentrumaanbod, en daarmee is het toch redelijk ruim aanwezig.

2.3 Functioneren winkelaanbod Groningen

Begin 2013 zijn door BRO ramingen gemaakt van de kwantitatieve marktmogelijkheden in Groningen¹⁰ en daarbij is ook het huidig functioneren in enkele branches benaderd. Uit de berekeningen kwam naar voren dat zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector theoretisch aanzienlijk hogere omzetten per m² wvo (excl. BTW) realiseerden dan de landelijke gemiddelden (gecorrigeerd naar de branchesamenstelling van Groningen). Hetzelfde gold voor de branchegroep mode en luxe (incl. warenhuis) en diverse andere branches.

¹⁰ Kwantitatieve marktmogelijkheden Detailhandel Gemeente Groningen, februari 2013.

In het kader van onderhavig onderzoek zijn op basis van de meest recente gegevens over het inwonertal en de omvang van het aanbod per branche en daarnaast aangepaste ramingen omtrent de koopkrachtbinding en –toevloeiing, nieuwe berekeningen gemaakt van het huidige functioneren (Bijlage 2). De conclusie is dat de theoretisch gerealiseerde omzet per m² wvo voor de sector niet-dagelijkse artikelen en de in de meeste onderscheiden branches nog steeds ruimschoots boven de landelijke gemiddelden ligt. Navolgend overzicht geeft dat aan:

Tabel 2.6: Omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) Groningen naar sector en branche 2016

Sector/ Branche	Omzet per m ² wvo		Afwijking t.o.v. landelijk gemiddelde
	Groningen	Landelijk	
Totaal niet-dagelijks	€ 2.880	€ 1.912	+ 51%
Waarvan:			
- Sport	€ 2.290,-	€ 1.586,-	+ 44%
- Speelgoed/	€ 4.230,-	€ 2.493,-	+ 69%
- Rijwielen	€ 2.290,-	€ 2.463,-	-7%
- Bruin- en witgoed	€ 5.980,-	€ 4.360,-	+ 34%
- Dierspeciaalzaken	€ 2.640,-	€ 1.417,-	+ 86%
- Tuincentrum	€ 885,-	€ 675,-	+31%
- Doe-het-zelf	€ 1.380,-	€ 1.536,-	-10%
- Wonen	€ 1.685,-	€ 1.220,-	+ 38%

Alleen in de branches rijwielen en doe-het-zelf kent het Groningse aanbod theoretische een beneden gemiddelde vloerproductiviteit, maar dat is een logisch gevolg van de aanwezigheid van drie zeer grootschalige bouwmarkten en een grootschalige rijwielzaak (Belga). Ten aanzien van de doe-het-zelfbranche kan nog gesteld worden dat het gepubliceerde landelijke gemiddelde mogelijk te hoog is in het licht van eerder gepubliceerde cijfers en het feit dat de omvang van het aanbod de afgelopen jaren is gestegen, maar de omzet is gedaald.

2.4 Aanbod regio

In navolgende tabel is de omvang van het aanbod (m² wvo) per 1.000 inwoners voor de relevante branches in het verzorgingsgebied van Groningen opgenomen. Voor de regio-indeling is aangesloten bij het in 2010 door BRO uitgevoerde koopstromenonderzoek. Daarbij omvat de primaire regio de gemeente Groningen, de secundaire regio de aan Groningen grenzende gemeenten (+ Marum), de tertiaire regio I de overige tot de provincie Groningen behorende gemeenten en de tertiaire regio II de overige tot Noord- en Midden-Drenthe behorende gemeenten, aangevuld met het Friese Ooststellingwerf. Een overzicht van de regio-indeling is opgenomen in de bijlage. Daar is ook een tabel met het aantal verkooppunten en de aanwezige m² wvo per regio te vinden.

Tabel 2.7 Aanbod m² wvo per 1.000 inwoners vergeleken

	Gemeente Groningen	Secundaire regio	Tertiaire regio I	Tertiaire regio II	Nederland
Aantal inwoners	200.952	225.002	209.377	286.257	17,1 mln.
Sport (incl. kamperen)	48	112	38	45	51
Speelgoed	12	9	13	9	13
Dierspeciaalzaken	12	21	23	19	17
Tuincentra	94	59	64	141	94
Bruin- wit- en grijsgoed	61	27	42	49	39
Rijwielen	38	42	39	45	35
Doe-het-zelf	222	191	194	208	152
Wonen	596	278	365	473	366

Het grote aanbod per 1.000 inwoners in de branche sport/kamperen in de secundaire regio wordt veroorzaakt door één winkel, namelijk kampeerzaak De vrijbouter in Roden (ruim 18.000 m² wvo). Zonder deze zaak komt het cijfer uit op 28. Er is hier zo bezien dus tamelijk weinig aanbod in de sportbranche. In deze secundaire regio. Als rekening gehouden wordt met het zeer ruime kampeeraanbod in Roden, is de branche sport is momenteel in het totale verzorgingsgebied relatief niet erg ruim aanwezig.

In de (ruime) omgeving van Groningen is relatief veel verkoopruimte in de branche dier, maar in de stad juist niet. De omvang van het tuinaanbod komt alleen in tertiair II boven het landelijke gemiddelde uit, maar de doe-het-zelfbranche is in alle regio's wel redelijk tot goed vertegenwoordigd, evenals de branche rijwielen. Per saldo geldt dit ook voor de elektronikabranche. Uit de cijfers kan verder ook de clustering van de woonbranche in de grotere plaatsen (Groningen en Assen in tertiair II) afgelezen worden.

2.5 Horeca in Groningen

In deze paragraaf is de Groningse horecastructuur beschreven en vergeleken met referentiekernen. Er is geen marktbenadering opgesteld zoals voor detailhandel, omdat voor de sector horeca geen actuele gegevens ten aanzien van bestedingen en omzetten per m² wvo beschikbaar zijn.

Er zijn in de gemeente Groningen in totaal 611 horecazaken. De meest relevante groepen zijn cafés, de fastservice (bestaande uit, fastfood, bezorg/halen en grillroom/shoarma) en restaurants. Het horeca-aanbod in Groningen is relatief beperkt als dit wordt vergeleken met het te verwachten aanbod op basis van de referentiekernen¹¹. Groningen heeft als studentenstad relatief veel cafés en café-restaurants, maar relatief weinig fastservice en restaurants.

¹¹ Dit is het aanbod per 10.000 inwoners in vergelijkbare kernen (175.000 inwoners en groter). Op basis hiervan is het te verwachten aanbod berekend voor het aantal inwoners van Groningen.

Tabel 2.8 Horeca-aanbod Groningen uitgesplitst en vergeleken met de referentiekernen

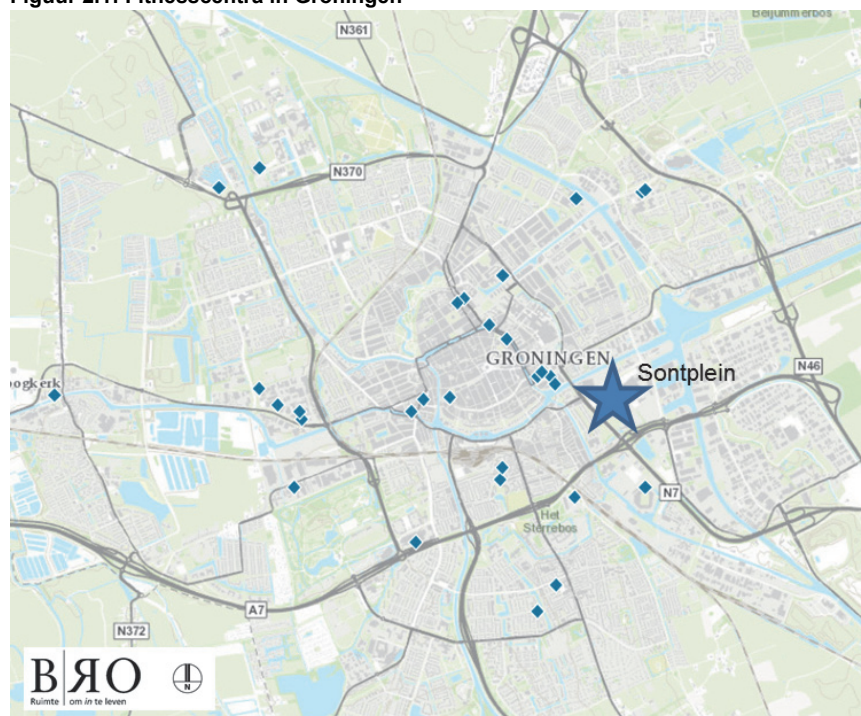
	Aantal zaken Groningen	Te verwachten aanbod o.b.v. referentiekernen
Café	121	109
Koffiehuis	1	10
Coffeeshop	12	20
Discotheek	9	6
Fastfood	76	86
Grillroom/Sh	17	36
Hotel	9	24
Hotel-Rest	14	16
IJssalon	7	12
Lunchroom	62	84
Pannenkoeken	1	4
Café-Restaurant	94	78
Restaurant	128	173
Partycentrum	2	4
Horeca Ov	6	8
Totaal	559	671

2.6 Fitnesscentra in Groningen

Voor het Sontplein behoort een fitnesscentrum tot de opties, vooropgesteld dat er geen negatieve gevolgen ontstaan voor de bestaande leisurestructuur, in concreto de in de Euroborg aanwezige fitnessvoorziening. Groningen telt 30 fitnesscentra, hetgeen overeen komt met het aantal dat wordt verwacht in kernen van soortgelijke omvang. In de directe omgeving van het Sontplein zijn, afgezien van de zaak in de Euroborg, 4 fitnesscentra gevestigd, allen rondom de Damsterdiep. De meeste van deze zaken zijn gespecialiseerd op een bepaalde vorm van fitness.

Wel valt op dat het aanbod in de woongebieden ten oosten en noordoosten van Sontplein niet over een fitnesscentrum beschikken. Het regionale aanbod is hier niet relevant. Fitnesscentra worden doelgericht en dichtbij huis bezocht.

Figuur 2.1: Fitnesscentra in Groningen



2.7 Leegstand en onbenutte plancapaciteit Groningen

In de gemeente Groningen staan 142 (winkel)panden leeg met een gezamenlijk wvo van 41.302 m² wvo. De leegstand in Groningen is relatief beperkt (tabel 2.10). In het centrum staan vooral kleinere winkelpanden leeg. Op de grootschalige concentratiegebieden staan minder panden leeg maar wel met een grotere gemiddelde omvang. Er zijn zes leegstaande winkelpanden met een omvang groter dan 1.000 m² wvo. Het merendeel hiervan bevindt zich op de perifere detailhandelslocaties.

Tabel 2.9: Leegstand naar duur¹² en winkelgebiedstypering

	Centrum		Ondersteunende centra		Overige centra (m.n. perifeer)		Verspreide bewin- keling		Totaal	
	a.w.	m ² wvo	a.w.	m ² wvo	a.w.	m ² wvo	a.w.	m ² wvo	a.w.	m ² wvo
Aanvang/Frictie	42	13.077	16	2.242	2	1.575	6	368	66	17.262
Langdurig	31	3.796	12	1.465	2	8.086	2	327	47	13.674
Structureel	15	1.958	4	646	7	5.485	3	2.277	29	10.366
Totaal	88	18.831	32	4.353	11	15.146	11	2.972	142	41.302

a.w. = aantal winkels

¹² Aanvang/Frictie tot 1 jaar, langdurig 1-3 jaar, structureel langer dan drie jaar.

Tabel 2.10: Leegstandpercentages¹³ in Groningen vergeleken

	Groningen	Referentiekernen
Leegstandspercentage (verkooppunten)	5,8%	6,6%
Leegstandspercentage (m ² wvo)	7,1%	7,4%

Tabel: 2.11: Grootste leegstaande panden in Groningen*

Straat	Nr.	Winkelgebied	Duur	Wvo
Sontplein	4	Sontplein	Langdurig	7.941
Poelestraat*	46-48	Centrum Groningen	Aanvang/Frictie	5.000
Herestraat**	57	Centrum Groningen	Aanvang/Frictie	3.097
Sontweg	1	Sontplein	Structureel	3.000
Hoendiep	97	Hoendiep	Langdurig	2.159
Peizerweg	84	Peizerweg	Aanvang/frictie	1.175

*Het gaat hierbij om een voormalige woninginrichtingszaak die inmiddels weer verhuurd is. In de advertentie wordt bovendien gesproken van 1.550 m².

**Dit is het voormalige Bijenkorf-pand. Er is, afgaande op de berichten hierover, interesse voor herinvulling.

Onbenutte plancapaciteit

In het kader van de onbenutte plancapaciteit moet ook worden onderzocht of er buiten het Sontplein, elders in de gemeente Groningen, bestemmingsplanmatige ontwikkelmogelijkheden zijn voor perifere en/of grootschalige detailhandel. Hierbij moet worden gedacht aan relevante braakliggende kavels waar in het vigerende bestemmingsplan detailhandel niet is uitgesloten. Dit is in twee stappen onderzocht aan de hand gegevens van ruimtelijkeplannen.nl:

- Er is geanalyseerd of er op relevante braakliggende kavels aanwezig zijn op de bedrijventerreinen/perifere detailhandelslocaties.
- Zo ja, is geanalyseerd wat per locatie de bestemmingsplanmatige mogelijkheden voor detailhandel zijn.

Opgemerkt wordt dat deze methode niet uitsluitend is. Een locatie kan over het hoofd gezien worden omdat bestemmingsplannen soms niet digitaal te raadplegen zijn. Ook kunnen de gehanteerde luchtfoto's verouderd zijn.

Er liggen enkel op het bedrijventerrein Zuidoost nog enkele relevante kavels vrij, met de bestemming 'bedrijventerrein'¹⁴. Binnen deze bestemming is ook detailhandel in 'detailhandel in volumineuze goederen' mogelijk en hieronder valt het volgende:

- detailhandel in auto's, boten en caravans;
- detailhandel in kampeerartikelen;
- detailhandel in landbouwwerktuigen;
- detailhandel in grove bouwmaterialen;
- bouwmarkten;

¹³ Berekend volgens Locatus-methode: binnen de leegstand is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1

¹⁴ Gemeente Groningen, Bestemmingsplan Bedrijventerrein Zuidoost, vastgesteld juni 2013

- detailhandel in keukens en sanitair;
- tuincentra;
- detailhandel in tuinmeubelen;
- inrichtingscentra voor kantoorinterieur.

In het bestemmingsplan van Westpoort is een wijzigingsbevoegdheid opgenomen voor:

- detailhandel in auto's en caravans;
- detailhandel in kampeerartikelen;
- detailhandel in landbouwwerktuigen;
- detailhandel in grove bouwmaterialen;
- detailhandel in keukens en sanitair;
- detailhandel in tuininrichtingsartikelen;
- inrichtingcentra voor kantoorinterieur en
- bouwmarkten.

Er ligt een strook langs de autosnelweg A7. Hier ligt de gebiedsaanduiding 'Wro-zone - ontheffingsgebied 1'. Hier is detailhandel toegestaan met dien verstande dat de verkoopvloeroppervlakte van de detailhandel ten hoogste 300 m² mag bedragen. De onbenutte plancapaciteit van deze kavels is dus niet relevant voor onderhavig initiatief.

Aan zuidzijde van het bedrijventerrein ligt nog een kavel (deels) braak¹⁵, ter hoogte van het Afvalbrengringstation. Deze plancapaciteit is op zichzelf bezien vanuit de ladder wel relevant, maar omdat de planvorming voor het Sontplein toch vooral uitgaat van de toevoeging van 'GDV', heeft dit maar een beperkte invloed op de onderbouwing.

Verder bieden de bedrijventerreinen Witte Lam, Ulgersmaweg, Koningsweg en Driebond beleidsmatig mogelijkheden voor de vestiging van (klassieke) perifere detailhandel evenals Hoendiep, Woonforum en Peizerweg. Maar het Sontplein e.o. is beleidsmatig aangewezen als de voornaamste locatie in de stad voor een verdere ontwikkeling als winkelgebied voor doelgericht aankopen doen (combinatie PDV én GDV)¹⁶.

¹⁵ Hier is grootschalige volumineuze detailhandel wel mogelijk. Op basis van de gehanteerde luchtfoto's en Google is het niet geheel duidelijk wat de actuele ontwikkeling van de kavel.

¹⁶ Groningen, Structuurvisie Detailhandel 2011-2020, Gemeente Groningen 2011

3. TRENDS EN ONTWIKKELINGEN, BELEID EN MARKTRUIMTE

3.1 Algemene trends en ontwikkelingen

De perifere detailhandel is sterk in transitie. Navolgend worden kernachtig de meest relevante algemene trends en ontwikkelingen aangegeven die van invloed zijn op het perspectief van PDV-branches en -clusters. In de bijlage zijn de voornaamste trends en ontwikkelingen per branche opgenomen.

3.1.1 Detailhandel

Vraagontwikkelingen

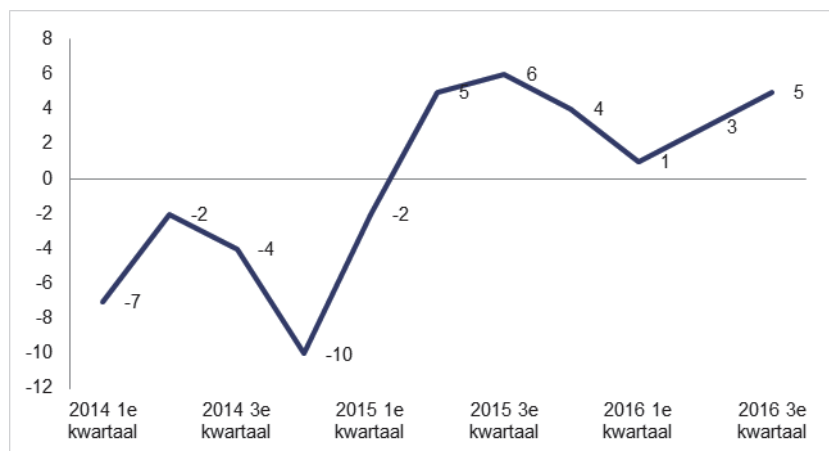
- De Nederlandse economie groeit sinds twee jaar weer. In 2015 was de economische groei 2%¹⁷ en ook 2016 kende een groei. De verwachting is dat het economisch herstel zich ook in 2017 voortzet, en dat is in het eerste kwartaal ook inderdaad gebeurd. De verwachte BBP-groei van 2% zal een positieve impact hebben op de detailhandel. Het herstel is in de detailhandel echter broos, met name in de internetgevoelige branches.
- Het consumentenvertrouwen en de koopbereidheid stijgen sinds 2014 (figuur 3.1) Ook het vertrouwen in de woningmarkt neemt toe en de uitgaven stijgen (figuur 3.2). Zo registreerde het Kadaster in het jaar 2015 bijna 178.300 woningtransacties en 253.200 inschrijvingen van nieuwe hypotheeklen. Dit is een toename van respectievelijk 16% en 14% ten opzichte van de jaartotalen in 2014¹⁸. De aantrekkende woningmarkt is van grote invloed op de bestedingen in de woon-, tuin- en doe-het-zelfbranches.
- De consument is steeds beter geïnformeerd dankzij (mobiel) internet en heeft tegelijkertijd steeds minder tijd. Het resultaat is dat de consument kritisch is bij aankopen en hierbij spelen de volgende aspecten een rol: offline, online, gemak, snelheid, genieten en beleven.
- De Nederlander koopt steeds meer online. In 2015 werden er ruim 142 miljoen online aankopen gedaan voor een totaal van € 16,07 miljard. In totaal gaf de Nederlandse consument in 2015 online ruim € 8,4 mld. uit aan de aankoop van producten, 21,9% meer dan vorig jaar¹⁹. De totale omzet in de detailhandel bedroeg in 2015 100,3 mld. Het online aandeel bestaat dus uit ca. 8,4%. In 2016 is de omzet van de online winkels ook zeer sterk gegroeid.
- De consument is steeds mobieler en is bereid tot grotere afstanden af te leggen. Hierdoor groeit het referentiekader van consumenten. Welke producten wil de consument waar kopen? Keuzes worden gebaseerd op de aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling, de interne verschijningsvorm (inrichting, uitstraling) en de externe verschijningsvorm (omgevingskwaliteit).

¹⁷ CBS, Economische groei in nagenoeg alle provincies, 2016

¹⁸ NVM.nl, Nieuws 4-2-2016

¹⁹ Thuiswinkel.org, Nederlanders shoppen in 2015 voor € 16,07 miljard online, 2016

Figuur 3.1: Consumentenvertrouwen, saldo % positieve en negatieve antwoorden²⁰



Figuur 3.2: Aantrekkelijke woningmarkt²¹



Aanbodontwikkelingen perifere detailhandel

De voorgaande algemene trends zijn van invloed op de perifere detailhandelsclusters behorend tot de categorie grootschalige concentratiegebieden²². Het betreft een breed scala aan soorten clusters, van enkele winkels, tot de meest complete woonboulevards. Binnen deze clusters ligt het accent op de brede invulling van het thema wonen. Vaak zijn er bouwmarkten, tuincentra en zaken in de woningrichting gevestigd. Aanvullend vestigen zich steeds vaker zaken uit verwante branches in deze clusters. Voorbeelden zijn elektrowarenhuizen (Mediamarkt, BCC) en grootschalige speelgoed- en sportzaken zoals (Toychamp, Decathlon, Intersport).

²⁰ CBS, Statline, consumentenvertrouwen, per consument, november 2016

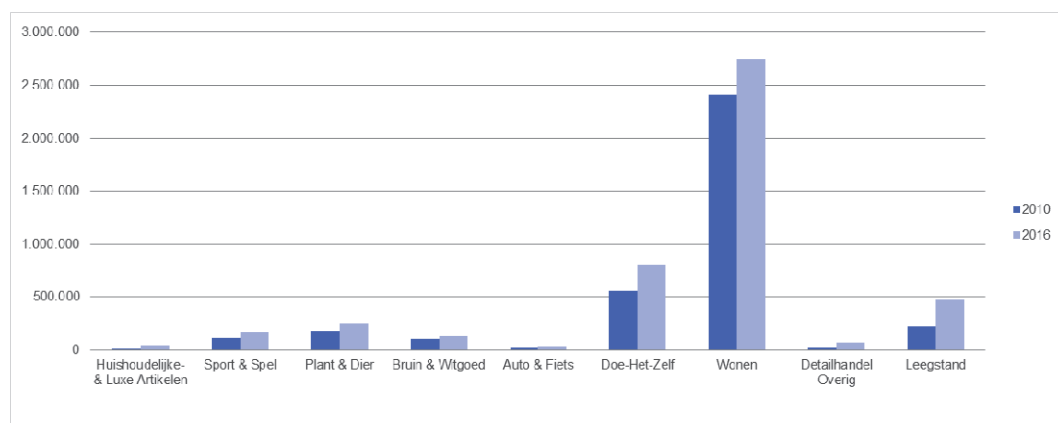
²¹ NVM, persberichten, oktober 2016

²² Concentratie van 5 of meer verkooppunten in de detailhandel met een gemiddeld winkelverkoopvloeroppervlak per winkel van minimaal 500 m². Het aanbod moet minimaal voor 50% doelgericht zijn. Dit betekent dat minimaal de helft van het winkelverkoopvloeroppervlak van het betreffende winkelgebied zich richt op de branches 'dier en plant', 'bruin- en witgoed', 'fietsen- en autoaccessoires', 'doe- het-zelf' of 'wonen'. Locatus Retailverkenner.

Het aantal grootschalige concentratiegebieden en daarmee ook het detailhandelsaanbod is sterk opgeschaald (figuur 3.3²³). Navolgend zijn de belangrijkste aanbodontwikkelingen besproken.

- Binnen de hoofdbranche doe-het-zelf groeit zowel het aantal en de omvang van de bouwmarkten. Dit komt enerzijds doordat bekende formules zoals Praxis en Gamma opschalen en nieuwe vestigingen openen, maar ook door de opkomst van Bauhaus en Hornbach. Die laatste formule is in de periode 2010-2016 met bijna 70.000 m² wvo gegroeid in Nederland.
- Binnen de branche woninginrichting is het aantal meubelzaken het harst gegroeid en is ook de groei in totale omvang aanzienlijk. Gelet op de omvang is enkel de groei van de woonwarenhuizen groter. De totale omvang van de formule Ikea groeide met ca. 40.000 m² wvo. Ook komen er nieuwe spelers op de markt zoals Poco.
- Het aanbod aan tuincentra neemt toe en wordt verklaard door een groei van bijvoorbeeld Intratuin.
- Het leisure-aanbod neemt toe en dan vooral het aantal fastfoodzaken (zoals Mc Donalds en Burger King) maar ook het aantal lunchrooms (zoals Subway), waardoor de winkelbeleving wordt verbeterd en de verblijfsduur wordt vergroot. Vooral Subway wil zich steeds vaker op perifere trafficlocaties vestigen zoals bij bouwmarkten en pick-up-points bij supermarkten. Daarbij is het aantal wereldrestaurants gegroeid en ook neemt het aantal fitnesscentra toe.
- De leegstand neemt toe. In 2010 bedroeg deze 0,3% in aantal verkooppunten en 4,1% in wvo. In 2016 bedragen deze cijfers respectievelijk 5,7% en 6,7%²⁴.

Figuur 3.3: Detailhandel en leegstand op PDV-clusters naar omvang (in m² wvo)



Ontwikkeling en perspectief PDV-clusters

Naar verwachting neemt de vraag naar vestiging op grootschalige locaties de komende jaren nog verder toe. Ook branche- en sectorvervaging spelen een relevante rol in de ontwikkeling van deze clusters. De gedachte dat de consument in vast omlijnde branches denkt en doet, wordt steeds meer losgelaten. Veel formules ontlenen hun bestaansrecht immers ook aan een mix van artikelgroepen en diensten waardoor vaste typering steeds minder opgaan.

²³ Locatus Retailverkenner, 2010-2016, peildatum februari 2016

²⁴ Berekend volgens Locatus-methode: binnen de leegstand is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1

Daarbij worden detailhandel en horeca steeds meer met elkaar vermengd (bijvoorbeeld restaurant bij Ikea of koffiehok/lunchroom in tuincentra).

Veel van de bestaande PDV-clusters kennen een eenzijdig aanbod en voldoen niet meer aan de maatstaven van deze tijd. Het ontbreekt er aan sfeer, beleving en het verrassingselement. Bovendien is het aanbod in Nederland zeer ruim²⁵. Ook de toename van de internetbestedingen en het veranderende koopgedrag van de consument, zorgen voor een gewijzigd toekomstperspectief van het PDV-cluster. De verschillen tussen de perspectiefarme en perspectiefrijke clusters worden steeds groter. Relevante aspecten zijn het bereikbaarheidsprofiel, de aanwezigheid van sterke publiekstrekkingen, zoals een bouwmarkt, electrozaak of een groot woonwarenhuis, maar ook of er al dan niet grotere soortgelijke winkelgebieden in de regio aanwezig zijn. Het traditionele concept van het PDV-cluster blijft van toegevoegde waarde voor de detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging, maar het zal in veel gevallen moeten worden vernieuwd omdat randvoorwaarden als een aantrekkelijk verblijfsklimaat, een goede bereikbaarheid, voldoende parkeermogelijkheden en veel keuzemogelijkheden en worden nog relevanter.

Woonbranche

Binnen de woonbranche wordt ingezet op een verbreding en verdieping van het assortiment. De woonbranche heeft het de afgelopen jaren moeilijk gehad als gevolg van de economische omstandigheden en de malaise op de woningmarkt. Maar met de verbeterde economie en de aantrekkende woningmarkt zijn de consumentenbestedingen in deze branche sinds 2015 weer fors toegenomen en ontstaan er ook weer kansen voor nieuwe initiatieven en investeringen vanuit deze sector.

Bouwmarkten en tuincentra

Landelijk is er op de grotere PDV-clusters vrijwel altijd ook doe-het-zelf-en/of tuinaanbod aanwezig. Samen met de woonbranche kunnen deze winkels invulling geven aan het ruimere thema 'in en om het huis'. Bouwmarkten en tuincentra trekken niet alleen meer bezoekers op doordeweekse dagen dan de meeste woonwinkels, ze hebben ook inhoudelijk een sterke verwantschap aan het thema wonen. Zij voeren over het algemeen veel woonartikelen (keukens en sanitair, kasten, tuinmeubelen, woondecoratie-artikelen, etc.), maar ook veel dierenbenodigdheden. Dit geldt zeker voor bijvoorbeeld formules als Karwei of Intratuin.

Retailparken

Zoals vermeld kunnen aanvullende branches zoals bruin- en witgoed en huishoudelijke artikelen, rijwielen en sportzaken, in de vorm van GDV²⁶-vestigingen aan het traditionele PDV-aanbod worden toegevoegd. Zaken als Megabike, Decathlon en Mediamarkt vestigen zich steeds vaker op perifere locaties. Door de toevoeging van dit soort branches, verschuift het profiel van een aantal PDV-clusters steeds meer richting retailparken. De consument bezoekt deze parken zowel om doelgerichte aankopen te doen als om recreatief te winkelen. De geschetste ontwikkeling betekent wel dat de concurrentie van dit type perifere winkelgebieden en de reguliere hoofdwinkelcentra groter wordt.

²⁵ Bron: Retailresult (2014).

²⁶ Grootchalige detailhandelsvestigingen

Met name in kleinere en middelgrote kernen, waar het onderscheidende karakter van de hoofdwinkelcentra beperkt is, kan dit problematisch zijn (toename leegstand in het hoofdwinkelcentrum). In grotere plaatsen kunnen ze echter de regionale verzorgingsfunctie van de stad versterken.

3.1.2 Horeca en leisure

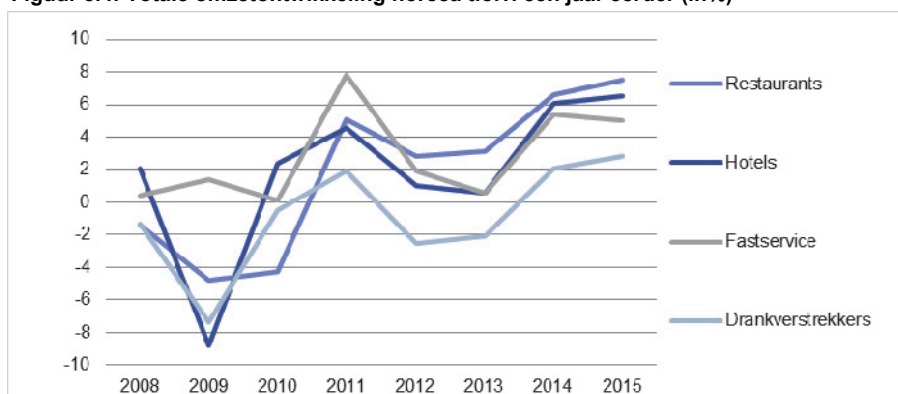
Vraagaspecten

- De belevenis- en betekenis-economie worden steeds relevanter. Nederland ontwikkelt zich in toenemende mate tot 'leisureland' waar wonen, werken en winkelen niet meer zonder goede horeca- en belevingsconcepten kunnen.
- Na de voorbije crisisjaren durft de consument weer geld uit te geven en neemt de totale omzet in de horecasector weer toe (figuur 3.4).
- De leisure-sector (dagrecreatie) is zeer gevarieerd (van fitnesscentrum tot attractiepark) en algemene cijfers over het gebruik zijn er niet. Wel is de verwachting dat door de aantrekkende economie en de groei in het aantal toeristische overnachtingen de totale besteding en omzet in de leisure-sector groeit.
- Er is een groei van het aantal toeristische overnachtingen (zowel buitenlands als binnenland toerisme; figuur 3.5).

Aanbodontwikkelingen (algemeen)

- Horeca en leisure worden steeds meer met andere functies zoals detailhandel gemixt om meer belevingswaarde te creëren en nieuwe vernieuwende concepten te realiseren. De functies worden daarmee ook meer als instrument ingezet bij gebiedsontwikkeling en herontwikkeling.
- Ook neemt het aantal horeca- en leisure-concepten toe, zoals de vele food-to-go-concepten bij stations, winkelcentra en luchthavens. In dit verband zijn verder de 'fast-casual' concepten populair: fastfoodconcepten met restaurant-service en kwaliteit (Happy Italy en Vapiano's, maar ook de navolgend besproken wereldrestaurants).

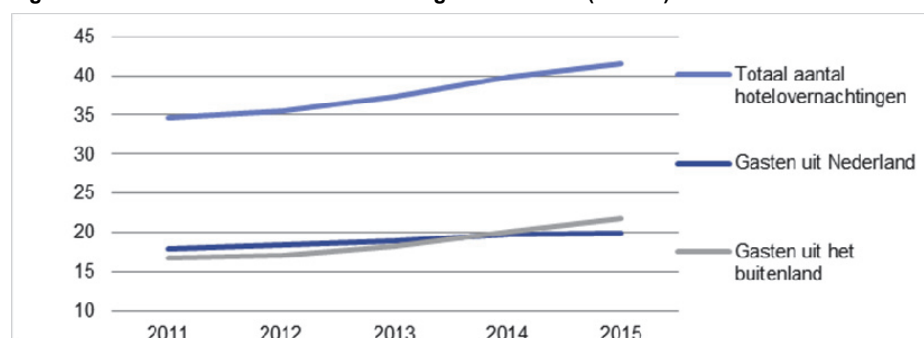
Figuur 3.4: Totale omzetontwikkeling horeca t.o.v. een jaar eerder (in%)²⁷



²⁷ CBS, Statline, Horeca omzetontwikkeling in waarde, peildatum 31 mei 2016

- Horeca- en leisure-concepten worden steeds vaker ingepast in perifere detailhandelsgebieden (zoals het Sontplein). Bijvoorbeeld in de vorm van fastservice-restaurants, wereldrestaurants maar ook bioscopen, binnenspeeltuinen, trampolinedparken).
- Mede door het toenemend aantal recreatieve en vernieuwende concepten en de doorzettende branchevervaging, beweegt de markt zich snel. Zo neemt het aantal fitnesscentra nog altijd toe.

Figuur 3.5: Totaal aantal hotelovernachtingen Nederland (in mln.)²⁸



Fitness

Fitnesscentra worden steeds vaker ingepast in bestaande perifere winkelgebieden, zij zorgen voor een groeiende passantenstroom, ook buiten de winkeluren. De afgelopen jaren is het aanbod aan fitnesscentra in Nederland explosief gegroeid van 1.230 in 2010 naar 2.417 in 2016. Specifiek voor perifere detailhandelsgebieden zoals het Sontplein groeide het aantal van 30 naar 80 in diezelfde tijdspanne²⁹. De echte groei in de fitnessbranche, zoals van de afgelopen 10 jaar is er wel uit, maar toch neemt het aantal personen dat een vorm van fitness doet nog altijd toe en wordt door ketens volop geïnvesteerd in nieuwe steeds grotere fitnesscentra en concepten. Fitnesscentra variëren sterk qua omvang en de omvang is ook afhankelijk van het ledenbestand en de locatie. Een regulier fitnesscentrum heeft een omvang van ca. 900 m², terwijl een multifunctioneel fitnesscentrum, met bijvoorbeeld ook fysiotherapie, of vechtsport gemiddeld een omvang van 1.400 m² beslaat.

Binnenspeeltuinen

Ook het aantal binnenspeeltuinen neemt toe in Nederland van 75 in 2010 naar 156 in 2016³⁰ en ook hiervan neemt het aantal op perifere detailhandelsgebieden toe (van 8 in 2010 naar 13 in 2016). Bekende formules zijn Monkey Town, Ballorig en de kleinere spelers zoals Chimpie Champ. Indien deze zaken in perifere detailhandelsgebieden worden gerealiseerd, kan er (beperkte directe) synergie optreden. De kinderen kunnen een paar uur spelen, terwijl de ouders rustig winkelen.

²⁸ Rabobank, Horeca 2015/2016, op basis van CBS, peildatum juli 2016

²⁹ Locatus Retailverkenner, 2010-2016, checkdatum van Locatus februari 2016

³⁰ Locatus Retailverkenner, 2010-2016, checkdatum van Locatus februari 2016

3.2 Beleid en beleidsmatige ontwikkelingen

3.2.1 Provinciaal beleid

Omgevingsvisie Provincie Groningen 2016-2020 (vastgesteld juni 2016)

Een goede detailhandelsstructuur is van belang voor de (regionale) economie en draagt bij aan de leefbaarheid en ruimtelijke kwaliteit van de steden en kernen in de provincie. De provincie Groningen zet in op en toekomstbestendige detailhandelsstructuur, door de positie van de kernwinkelgebieden te versterken en perifere vestigingen te beperken.

In het belang van een toekomstbestendige detailhandelsstructuur moeten afwegingen meer op regionaal niveau plaatsvinden. Op regionale schaal moet gestreefd worden naar evenwicht tussen vraag en aanbod zodat overcapaciteit en leegstand voorkomen worden. Juist vanwege de reeds aanwezige leegstand. Dit vraagt om (ruimtelijke) keuzes gericht op het versterken van kansrijke locaties en het omvormen van kansarme locaties naar andere functies (compactere winkelgebieden). Deze opgave zal gezamenlijk door overheden, ondernemers, vastgoedeigenaren en ontwikkelaars en moeten worden opgepakt

Visie op detailhandel

Om te bereiken dat gemeenten de detailhandelsstructuur in stads- en dorpscentra gaan versterken en keuzes gaan maken met betrekking tot kansarme en kansrijke locaties, adviseren we van gemeenten om een detailhandelsvisie op te stellen, die bij voorkeur in regionaal verband wordt afgestemd. De visie over detailhandel dient bij voorkeur de volgende aspecten te bevatten:

- streven naar goed evenwicht tussen vraag en aanbod;
- streven naar concentratie van de (grootschalige) voorzieningen;
- inzicht geven in de positie en het perspectief van de verschillende winkelgebieden;
- expliciete keuzes maken voor kansrijke en kansarme winkelgebieden;
- alternatieven voor kansarme gebieden (herstructurering, sloop, functieverandering);
- aandacht besteden aan de ruimtelijke effecten.

Perifere detailhandel

Detailhandel dient in bestaande winkelgebieden gevestigd te worden, tenzij in een gemeentelijke detailhandelsvisie anders is bepaald. Detailhandel op perifere locaties is alleen toegestaan als deze moeilijk ruimtelijk inpasbaar is binnen bestaande winkelgebieden vanwege het volume van goederen of veiligheidseisen. Er is niets specifiek opgenomen ten aanzien van het Sontplein. De provincie vraagt de gemeente om zorgvuldig om te gaan met de inkrimping, uitbreiding en branchering van perifere detailhandelslocaties. Nieuwe ontwikkelingen moeten passen binnen de (regionale) detailhandelsvisies. De verdere invulling van het beleid ten aanzien van uitbreiding en branchering van perifere detailhandel laten wij over aan de gemeenten.

Omgevingsverordening Provincie Groningen 2016 vastgesteld juni 2016

Concentratie van winkelvoorzieningen in bestaande (wijk- en) winkelcentra is van groot belang voor de aantrekkelijkheid en het functioneren van die winkelcentra en kan bovendien bijdragen aan een efficiënt ruimtegebruik. Dit neemt uiteraard niet weg dat – als er in een wijk, buurt of kleine kern geen wijk-

of winkelcentrum aanwezig is – de vestiging van bijvoorbeeld een buurt- en gemakswinkel gewenst kan zijn. Vestiging buiten de wijk- en winkelcentra kan ook nodig zijn daar waar het te voeren assortiment – hetzij vanwege gevaar, hetzij vanwege de volumineuze aard van de goederen – zich niet goed leent voor vestiging binnen de wijk- en winkelcentra. Verder is er niets specifiek vermeld over perifere detailhandel of woonboulevards.

3.2.2 Gemeentelijk beleid

Structuurvisie Detailhandel

In de Structuurvisie Detailhandel 2011 – 2020 van de gemeente Groningen is benoemd dat het gebied Sontplein en omgeving zeer geschikt is om verder te verwinkelen vanwege de fysieke mogelijkheden, de aanwezigheid van enkele sterk trekkende winkels, het nu al hoge aandeel regionale en bovenregionale bezoekers, de bereikbaarheid vanuit de stad en grote delen van het achterland en de nabijheid van de binnenstad. Er wordt benoemd dat door ligging en ontwikkelingsmogelijkheden Sontplein e.o. dé locatie in Groningen is waar een deel van de vernieuwing in de detailhandelsstructuur een plek kan krijgen. Met name grootschalige winkelvestigingen die door de aard van de formule in de binnenstad geen geschikte vestigingsplaats kunnen vinden en/of daar ook niet zo goed passen, maar wel een toegevoegde waarde hebben voor de consument, zouden hier terecht moeten kunnen komen. Het Sontplein e.o. is er vooral voor het doelgerichte koopgedrag. Daarbij wordt er ingezet op:

- een uitbouw tot een retailpark met grootschalig aanbod in meerdere branches;
- een versterking als themacentrum wonen.

Specifiek over bouwmarkten wordt vermeld dat deze winkels op enkele specifieke perifere locaties worden mogelijk gemaakt, waar de bedrijventerreinen Koningsweg, Ulgersmaweg, een beperkt gedeelte van Driebond en Witte Lam in ieder geval in aanmerking komen. Gelet op het bijzondere karakter, het voorkomen en het ruimtebeslag van tuincentra wordt vestiging in de stadsrandzone niet op voorhand uitgesloten. Concrete initiatieven worden op basis van de locatievoorwaarden en effecten op de detailhandelsstructuur beoordeeld.

Visievorming Sontweggebied, Bouwstenennotitie en Masterplan

Met het oog op de verdere ontwikkeling en transformatie van het Sontweggebied van bedrijventerrein naar hoogwaardig woon- en winkelgebied is een visie op hoofdlijnen opgesteld (2 april 2012). In functionele zin sluit de visie aan op in de detailhandelsnota uitgezette lijn. Specifiek voor het zuidoostelijke kwadrant van beoogd detailhandelskwartier, is als ontwikkelingsrichting 'Perifere detailhandel' aangegeven (wonen, doe-het-zelf, tuin, etc.). Voor het westelijke Sontpleindeel is voor het noordelijke deel de ontwikkelingsrichting Grootschalige detailhandel, bezoekersintensief aangegeven, terwijl het zuidelijke deel in reserve wordt gehouden.

Op dit moment werkt de gemeente Groningen aan nieuw Masterplan voor het Sontplein en omgeving. Dit Masterplan wordt in nauw overleg met de eigenaren van de panden en gronden in het gebied opgesteld, en daarmee wordt dus rekening gehouden met de planvorming voor het gebied.

Horecanota Groningen 2011-2015

Ten aanzien van horeca in het gebied Sontplein en omgeving geeft deze nota aan: “Binnen het bestemmingsplan van de kop van Oost is horecavestiging mogelijk. Voor de toekomst van het Sontplein willen we horeca als onderdeel van grootschalige winkelformules mogelijk maken. Ook is er ruimte voor nog één vestiging van een zelfstandig horecabedrijf”.

Het Sontplein e.o. wordt gerekend tot de specifieke (traffic)locaties, waarvoor geldt dat horeca hier een kwalitatieve impuls aan het functioneren kan geven. Dit doen zij door de mogelijkheid te bieden nog even snel iets te eten of drinken aan te bieden, maar ook door het vergroten van de sociale veiligheid.

3.3 Vraag- en aanbod ontwikkelingen

Groei aantal inwoners Groningen en regio

De gemeente Groningen telt 200.952 inwoners. Navolgende tabel geeft de prognose voor de onderscheiden Groningen omringende regio's.

Tabel 3.1 Bevolkingsontwikkeling³¹

	2016	2020	2025	2030
Gemeente Groningen	200.952	208.794	215.283	218.489
Secundaire regio	225.800	225.900	227.700	229.800
Tertiaire regio I	209.377	207.305	201.618	195.594
Tertiaire regio II	286.257	287.506	285.440	283.515
Totaal	922.386	929.505	930.041	927.398

Naar voren komt dat er alleen in de beide tertiaire regio's krimp verwacht wordt, maar in de overige regio's niet. In totaliteit neemt het inwonertal van de stad nog aanzienlijk toe en neemt het aantal inwoners in de totale regio nog iets toe.

De verwachting is dat in de gemeente Groningen het aantal ouderen (65+) de komende jaren verder zal toenemen, maar ook het aantal 18-39 jarigen, en daar binnen vooral de groep 25-39-jarigen. Aangezien dit een groep is die qua woon- en gezinssituatie in de “opbouwfase” zit, is dit gunstig voor de bestedingen in de detailhandel.

Bestedingen

Het gemiddelde besteedbaar inkomen ligt met € 13.300,- in de gemeente Groningen ca. 12% onder het landelijk gemiddelde van € 15.100,-. Vanwege deze afwijking is een correctie van -6% op het landelijk gemiddelde bestedingscijfer noodzakelijk³².

³¹ Voor de actuele inwonertallen is gebruikt gemaakt van CBS Statline, checkdatum november 2016, voor de prognose is gebruik gemaakt van Primos Online, abf Research 2016.

³² De prijselasticiteit van niet dagelijkse goederen is ca. 0.5 procentpunt. Dit wordt conform landelijke afspraken (zie Detailhandel.info en Panteia, Omzetkengetallen 2015) doorgerekend in de te hanteren bestedingscijfers.

Effect-internet

In de niet-dagelijkse sector is de impact van internetaankopen relatief groot en deze zal naar verwachting nog verder groeien. Het aandeel van internetaankopen in de detailhandelsbestedingen verschilt echter nogal per branche. Voor de traditionele PDV-branches wordt geen aanvullende internetcorrectie doorgevoerd. Immers, de uitgaven per persoon stijgen als gevolg van de sterk aantrekkende woningmarkt en door de huidige bestedingscijfers te hanteren wordt een eventueel toekomstig interneteffect verdisconteerd. Voor enkele GDV-branches, waarin momenteel geen of beperkt sprake is van omzetgroei, is voorzichtigheidshalve een aanvullende internetcorrectie van -5% doorgevoerd. Hierbij moet wel aangetekend worden dat in enkele van deze branches momenteel wel weer sprake is van omzetgroei.

Tabel 3.2: Bestedingscijfers naar branche en doorrekening interneteffect³³

Branche	Bestedingscijfer per hoofd van de bevolking	Correctie voor inkomensniveau	Aanvullende internetcorrectie	Gecorrigeerd bestedingscijfer
Woninginrichting ³⁴	€ 476,-	€ 447,-	-	€ 447,-
Doe-het-zelf	€ 206,-	€ 194,-	-	€ 194,-
Tuincentra	€ 69,-	€ 65,-	-	€ 65,-
Dibevo	€ 28,-	€ 26,-	-	€ 26,-
Speelgoed	€ 41,-	€ 39,-	-5%	€ 37,-
Bruin- witgoed	€ 248,-	€ 233,-	-5%	€ 221,-
Rijwielen	€ 73,-	€ 69,-	-5%	€ 65,-
Sport	€ 78,-	€ 73	-5%	€ 70,-

Ontwikkelingen

De binnenstad van Groningen heeft de afgelopen jaren te maken gehad met een toenemende leegstand, onder meer het gevolg van de sluiting van de Bijenkorf en V&D, maar deze trend is in 2016 omgebogen. Nieuwe trekkers als Primark, TKMaxx en Top Shelf hebben de deuren geopend en in de Herestraat gaan zich diverse nieuwe winkels vestigen of hebben er al de deuren geopend. Verder zal Nike aan de Westerhaven een winkel openen van ca. 800 m². Wel is er ook sprake van een trend naar schaalverkleining. Desalniettemin is landelijke trend dat met name de grotere binnensteden het weer goed doen, ook in Groningen zichtbaar. Daarnaast wordt het aangezicht van de binnenstad versterkt met het in aanbouw zijnde project Grote Markt-Oost.

In de regio wordt in diverse plaatsen wel gewerkt aan het versterken van centrumgebieden, maar deze ontwikkelingen zijn nauwelijks van invloed op de stad Groningen. Wel van belang is dat de realisatie van een factory outlet center bij Assen niet doorgaat. Dergelijke centra bieden namelijk gewoonlijk naast veel modisch aanbod ook een uitgebreid aanbod aan sport(kleding).

³³ Bron: Detailhandel.info, bestedingscijfers 2014, bewerking BRO.

3.4 Distributieve uitbreidingsruimte

Omdat het inwonertal van de stad Groningen nog blijft doorgroeien, neemt het consumentendraagvlak voor winkelvoorzieningen ook toe. Hier staat tegenover dat er in het achterland van Groningen per saldo geen sprake zal zijn van bevolkingsgroei: in sommige regio's neemt het inwonertal af, in andere regio's zal het inwonertal nog licht toenemen. Ook zal, zoals hiervoor is aangegeven, de verwachte toename van de internetbestedingen invloed hebben op de omzet van de fysieke winkels (hoewel ook zij internetomzet kunnen genereren).

Een andere verwachting is dat de schaalvergroting nog door blijft gaan, zeker in de onderscheiden branches, en dat daardoor de te realiseren omzet per m² wvo lager wordt. In de berekeningen in Bijlage 4 is hier mee voor de onderscheiden branches rekening mee gehouden door uit te gaan van een 10% lagere vloerproductiviteit. De achtergrond hiervan is dat de vernieuwing van het Sontplein e.o. juist bedoeld is om de schaalvergroting te faciliteren. Voor de sector niet-dagelijkse artikelen als geheel is overigens uitgegaan van een 5% lagere omzet per m² wvo dan theoretisch momenteel behaald wordt. In niet alle branches is namelijk sprake van schaalvergroting, en dat geldt zeker voor de modische centrumbranches.

Voor een aantal branches is uitgegaan van een hoger aandeel omzet van buiten dan bij de berekening van het huidige functioneren in Bijlage 2 is gehanteerd. De reden hiervoor is dat een versterking van het aanbod door de komst van grootschalige winkels aan het Sontplein e.o. de centrumpositie van de stad zal versterken. Daar komt bij dat het waarschijnlijk is dat gezien de algemene trends en ontwikkelingen het aanbod in sommige branches, zoals bruin- en witgoed en sport, vooral in kleinere en middelgrote plaatsen in de omringende regio nog verder zal afnemen.

De gehanteerde koopstromen zijn gebaseerd op het door BRO in 2010 uitgevoerde koopstromenonderzoek in de gemeente Groningen en omgeving en daarnaast kennis en ervaringsgegevens van BRO. Het recent (2016) in opdracht van de Provincie Groningen uitgevoerde koopstromenonderzoek biedt geen houvast omdat de resultaten uitsluitend betrekking hebben op de binnenstad en winkelcentrum Paddepoel.

De berekeningen in bijlage 3 geven het volgende beeld van de distributieve uitbreidingsruimte:

Tabel 3.3 Distributieve uitbreidingsruimte Groningen naar sector en branche tot 2025

Sector/ Branche	M ² wvo (afgerond)
Totaal niet-dagelijks	39.200
Waarvan:	
- Sport	4.200
- Speelgoed	700
- Rijkwielen	50
- Bruin- en witgoed	1.600
- Dier	400
- Tuincentrum	3.500

- Doe-het-zelf	200
- Wonen	22.900

In Bijlage 4 is een tweede benadering opgenomen voor de distributieve uitbreidingsruimte in de voor de vernieuwing van het Sontplein e.o. meest relevante branches³⁵. Uitgangspunt in deze berekeningen is dat het aanbod in de betreffende branches voor een goed functioneren in Groningen een vloerproductiviteit moeten behalen die lager ligt dan het momenteel behaalde niveau, maar nog altijd een derde boven het landelijke gemiddelde. De resultaten hiervan zijn:

Tabel 3.4 Distributieve uitbreidingsruimte Groningen naar sector en branche tot 2025 (tweede benadering)

Branche	M ² wvo (afgerond)
- Sport	5.300
- Speelgoed	1.500
- Bruin- en witgoed	1.500
- Wonen	13.500

Naar voren komt dat er ook op deze wijze berekend distributieve ruimte is voor een uitbreiding van het aanbod is in deze branches.

Nuancering berekening

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het tevens van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend; het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

Als bijvoorbeeld nieuwe winkelontwikkelingen, op een vanuit de structuur gezien goede plek, als resultaat hebben dat verouderd aanbod op een slechte plek verdwijnt, dan is de detailhandelsstructuur er per saldo op vooruitgegaan. Er is immers modern aanbod en/of een aantrekkelijk verblijfsklimaat bij gekomen en daar heeft de consument uiteindelijk het meeste baat bij. Het, in het kader van structuurverbeteringen, meer realiseren dan de berekende distributieve uitbreidingsruimte hoeft dus niet erg te zijn, vooropgesteld dat de effecten per saldo positief zijn.

³⁵ Dit zijn de branches die door de initiatiefnemers genoemd zijn als mogelijke invulling voor de nieuwe en leegstaande winkelruimte.

4. RUIMTELIJK-FUNCTIONELE POSITIONERING EN PERSPECTIEF SONTPLEIN EN OMGEVING

4.1 Inleiding

In de rapportage van 2013 is uitgebreid ingegaan op de ruimtelijk-functionele ontwikkelingsrichting voor het Sontplein e.o. en de mogelijke effecten van de toen beoogde versterking op de consumentenverzorging en de lokale en regionale detailhandelsstructuur. Hoewel de huidige plannen ruimtelijk gezien veel minder ingrijpend zijn dan de toen gepresenteerde, is er nog steeds sprake van een aanzienlijke uitbreiding van het aanbod. Daarmee wijken de in dit hoofdstuk gepresenteerde conclusies maar weinig af van die uit het rapport van 2013.

4.2 Ontwikkelingsrichting

4.2.1 Uitgangssituatie

Ruimtelijk

In de huidige situatie wordt de aantrekkingskracht van het winkelgebied in sterke mate bepaald door de aanwezige winkels en veel minder door de winkelomgeving. De omgevingskwaliteit is als matig te kwalificeren door de ruimtelijke opzet van het gebied (scheiding Sontplein en keukenboulevard), de leegstand, de aanwezigheid van niet-publieksgerichte functies en zeker ook de uitstraling van de bebouwing. Ook de ruimtelijke relatie met Bauhaus en Ikea is matig te noemen.

De plannen voor uitbreiding en vernieuwing van het gebied steken sterk in op het verbeteren van de omgevingskwaliteit door herinrichting van de openbare ruimte en vernieuwen van de gevels. Daarnaast worden de onderdelen van het gebied beter ruimtelijk met elkaar verbonden.

Functioneel

Het Sontweggebied heeft door de gevarieerde branchering de kenmerken van een retailpark. Het gebied herbergt bovendien al enkele van de grootste winkels van Groningen, zoals Media markt, Ikea en Bauhaus. Gezien het grote aandeel bezoekers van buiten de stad en ook van relatief ver weg, draagt het gebied in sterke mate bij aan de positie van Groningen als koophoofdstad van het Noorden. Toch zijn er in functionele zin nog wel verbetermogelijkheden aan te geven:

- De grootste publiekstrekker van de woonbranche, Ikea, is met een zeer grote en moderne winkel aanwezig, maar de woonbranche is verder heel beperkt vertegenwoordigd. Het woonaanbod is te beperkt om van een woonthema-centrum te spreken.
- De aanwezige bouwmarkt en het electrowarenhuis kennen een nauwe functionele verwantschap met het thema wonen en kunnen tot het thema 'in en om het huis' gerekend worden. Vanwege het beperkte woonaanbod is dit echter ook niet het functionele kernthema van het Sontweggebied.

- Het Sontplein is momenteel ook geen echt retailpark omdat het aantal aanwezige GDV-winkels gering is.

Geconcludeerd moet worden dat het Sontweggebied momenteel in functionele zin vooral samenhang ontbeert: er is geen gemeenschappelijke noemer. Dit, gecombineerd met de onduidelijke ruimtelijke opbouw en matige uitstraling, beperkt de onderlinge synergie. Waarschijnlijk worden de meeste zaken individueel heel doelgericht bezocht.

4.2.2 Functioneel profiel Sontplein

De verdere functionele ontwikkeling van het Sontweggebied en daarbinnen meer specifiek het Sontplein dient gebaseerd te zijn op een aantal uitgangspunten. De belangrijkste daarbij is de dat er sprake moet zijn van complementariteit met de binnenstad. Dat houdt in dat winkelaanbod in het Sontweggebied met name gericht is op doelgericht aankopen doen (runshopping), terwijl in de binnenstad vooral het recreatieve winkelen centraal staat (funshopping). Er mag wel sprake zijn van enig overlap in winkelaanbod, maar beide winkelgebieden dienen zich qua branchering en functiemix duidelijk te onderscheiden. Voor het Sontweggebied als doelgericht winkelgebied kent de ontwikkelingsrichting twee elkaar versterkende componenten, namelijk:

- een verdere uitbouw als themacentrum 'in en om het huis';
- een verdere uitbouw als locatie voor grootschalige winkels in meerdere branches die niet essentieel zijn voor het functioneren van de binnenstad en de buurt- en wijkcentra.

4.2.3 Versterking thema in- en om het huis

De woonbranche

De essentie van een themacentrum is dat de consument er vrijwel alles op een bepaald gebied kan kopen. De in het Sontweggebied aanwezige woonwarenhuizen voorzien hier wat betreft de woonartikelen deels in, maar een verbreding van het aanbod is gewenst om de consument voldoende keuzemogelijkheden te bieden. Nu is er alleen een uitgebreid aanbod aan keukenspecialzaken. Die verbreding kan bereikt worden door het toevoegen van meer woninginrichtingsspecialzaken. Een tweede optie is het toevoegen van meer grootschalig woonwarenhuisaanbod. Het voordeel van de laatste optie is dat het Sontplein meer complementair blijft aan de locaties Meubelboulevard Hoendiep en Woonforum/Vesta, waar vooral specialzaken gevestigd zijn.

Groningen kent al een zeer ruim woonwinkelaanbod, maar theoretisch is er zoals hiervoor is aangegeven, nog wel distributieve uitbreidingsruimte, onder meer door de woningbouw en bevolkingsgroei in de stad. Daarnaast blijft vernieuwing van het aanbod ook nodig om zowel de lokale als regionale consument te blijven binden. Nieuwe formules en/of bestaande formules met een hoge uniciteit die nog niet in Groningen aanwezig zijn, moeten daarom in de stad een plek kunnen krijgen en het Sontplein vormt hier gezien de uitgangssituatie een uitstekende plek voor.

Een versterking van het woonaanbod kan overigens ook bereikt worden door in te zetten op verplaatsingen van nu verspreid of anderszins ongunstig binnen de detailhandelsstructuur gevestigde woonzaken. Het is bovendien niet uit te sluiten dat als het Sontweggebied zich verder als ontwikkelt, er ook woonwinkels vanuit bijvoorbeeld de locatie Hoendiep naar het Sontplein verhuizen. Een krimp van dit winkelgebied kan daarom eventueel het resultaat zijn, maar het marktgebied in Groningen in principe omvangrijk genoeg om aan de westzijde van de stad een perifeer cluster met onder meer woonaanbod te handhaven.

Overige perifere detailhandel

Binnen het huidige bestemmingsplan is op delen van het gehele Sontweggebied tevens detailhandel in bouwmarkten, tuincentra, auto's, boten, caravans, kampeerartikelen, landbouwwerktuigen en grove bouwmaterialen toegestaan. Voorgesteld wordt dit te handhaven.

Er is nog een groep winkels die door het volumineuze karakter van de gevoerde artikelen moeilijk in te passen zijn in reguliere winkelcentra. Het gaat dan om zaken op het gebied van aanhangwagens, paardentrailers, tuinhuisjes, zwembaden, buitenspeeltoestellen, fitnessapparatuur, zonnebanken, etc. Dergelijke zaken hebben een sterke functionele relatie met het thema in- en om het huis en worden ook sterk doelgericht bezocht. Het Sontweggebied kan ook dergelijke zaken een goede vestigingsplaats bieden, maar deels zijn ze qua bezoekersintensiteit en voorkomen minder geschikt voor inpassing in het Sontplein. De vestiging hoeft echter niet uitgesloten te worden, en kan bijvoorbeeld met een afwijkingsprocedure opgenomen worden in het bestemmingsplan.

4.2.4 Versterking met grootschalige detailhandelsvestigingen

Een verdere uitbreiding van het winkelaanbod in het Sontweggebied dient zich, mede in het licht van de complementariteit met Meubelplein Hoendiep/Woonforum/Peizerweg, toch vooral te richten op grootschalige winkels (branchespecifieke warenhuizen) in branches die overwegend doelgericht bezocht worden. Navolgend gaan we in op de afzonderlijke branches en soorten winkels die passen in dit profiel.

Bruin- en witgoed

Bruin, -wit- en grijsgoedzaken (elektronica- en computerwinkels) zaken kunnen gezien worden als zeer goed passend bij het thema in- en om het huis. Audio- en videoapparaten maken, evenals computers en grote elektrische huishoudelijke apparaten, onmiskenbaar deel uit van de inrichting van woningen en tegenwoordig ook van de tuin. Grootschalige elektronikazaken kennen een relatief hoge bezoekintensiteit en dragen daardoor sterk bij aan de levendigheid en bekendheid van perifere winkelgebieden. Het volumineuze karakter van veel van de door elektronikazaken gevoerde artikelen (koelkasten, wasmachines, tv's, etc.) pleit daarnaast voor perifere vestiging, evenals het feit dat deze artikelen tegenwoordig ook vaak verkocht worden in keuken-/sanitairzaken, bouwmarkten en woonwarenhuizen. Landelijk komen electrowarenhuizen ook al veel voor op perifere detailhandelsclusters. Electrozaken passen dus binnen uitstekend het profiel van het Sontplein.

In Groningen kenmerkt de branche zich door de aanwezigheid van slechts twee grootschalige aanbieders, Media Markt aan de Westerhaven en aan het Sontplein. Misschien leidt de vestiging van een extra grootschalige allround elektronicazaak aan het Sontplein tot enige verdringing bij bestaand aanbod, maar van structurele effecten zal geen sprake zijn: er blijft altijd marktruimte voor goede, meer kleinschalige speciaalzaken. Grootschalige gespecialiseerde elektronicazaken zijn er landelijk nauwelijks. Mocht een dergelijke uitzonderlijke winkel zich toch aan het Sontplein willen vestigen, dan kan zij vanwege de uniciteit en het grote verzorgingsbereik een wel wezenlijke bijdrage leveren aan de regionaal-verzorgende positie van Groningen.

(Outdoor)sport

Het verdwijnen van enkele grotere sportzaken in de stad Groningen biedt marktmogelijkheden voor verdere vernieuwing en uitbreiding van het sportaanbod. Er is landelijk ook een keten expansief (Decathlon). Deze formule is sterk gericht op sportartikelen en in tegenstelling tot bijvoorbeeld Topshelf, veel minder op sportmode. Daarmee is zo'n soort winkel complementair aan de reeds aanwezige Daka/Intersport-vestiging.

Er is naast de algemene sportzaken ook een groep winkels die sterk gespecialiseerd is in bepaalde vormen van sport of buitensport en –recreatie. Het gaat daarbij om kampeerzaken, maar bijvoorbeeld ook om winkels die gericht zijn op een specifieke sport zoals jachtsport, golfsport, surfsport, ruitersport, watersport, hengelsport, loopsport, etc. Voorbeelden zijn bijvoorbeeld Divoza Horsecworld in Leek of De Vrijbouter in Roden. Dergelijke winkels worden door hun specialisme overwegend heel doelgericht bezocht door consumenten uit een zeer ruime regio. Daarnaast voeren zij soms relatief veel volumineuze artikelen. Als zodanig passen dergelijke zaken goed bij een goed bereikbare perifere locatie als het Sontplein, maar een vestiging hier is alleen van toepassing als het om grootschalige winkels gaat (1.500 m² vvo of meer). Er zijn maar weinig speciaalzaakformules die een dergelijke omvang kennen, en daarmee is de kans op vestiging in de praktijk tamelijk gering. Hierdoor is ook de kans op verschraving van dergelijk aanbod in de binnenstad ook klein.

Rijwielen en automaterialen

Gezien het volumineuze karakter van de gevoerde artikelen en het doelgerichte winkelbezoek past een grootschalige rijwielzaak binnen het geschetste beeld van het Sontplein. Er is bovendien een sterke verwantschap met genoemde (buiten)sportbranche. Zo bezien kan het Sontplein zich tevens ontwikkelen als themacentrum outdoor en sport. Een ruimtelijke clustering van het hierbij horen winkelaanbod is niet strikt noodzakelijk, maar kan wel een toegevoegde waarde hebben (bijvoorbeeld door gecombineerd gebruik try- en buy faciliteiten).

Er is al een grootschalige rijwielzaak aanwezig en dat, in combinatie met de marktomstandigheden, maakt de vestiging van een tweede zaak minder waarschijnlijk. Vanuit de visie op de ontwikkeling van het gebied hoeft dit echter niet uitgesloten te worden, zeker niet als het een zaak betreft die complementair is (bijvoorbeeld door specialisatie). Gezien de veelheid aan rijwielzaken in Groningen en omgeving en hun buurt- wijk- of dorpsverzorgende karakter (combinatie met reparatiewerkzaamheden) zijn er geen structurele negatieve effecten op de aanbodstructuur te verwachten.

Voor automaterialen geldt dat dit soort zaken eveneens doelgericht bezocht worden en dus past een grootschalige zaak in principe aan het Sontplein. Het naastgelegen Driebond kent bovendien een clustering in de Automotive-branche (auto-verkoop). Eventuele negatieve effecten op de aanbodstructuur zijn niet te verwachten omdat het gros van de aanwezige zaken al perifeer gevestigd is, vaak ook solitair.

Speelgoed

Een grootschalige speelgoedzaak past vanwege het doelgerichte bezoek binnen het concept van het Sontplein. Met het verdwijnen van de winkel aan de Westerhaven is er geen grootschalige speelgoedzaak meer in Groningen aanwezig en er is distributieve ruimte aangegeven. De vestiging zal daarmee naar verwachting geen structurele negatieve effecten op het bestaande aanbod hebben.

Dierenwinkel

De schaalvergroting in deze branche heeft zich in Groningen nog maar zeer beperkt doorgezet. Aangezien dit soort winkels, en zeker de grootste, gewoonlijk sterk doelgericht bezocht worden, en vanwege de grote zakken diervoeder veelal ook per auto, passen ook zij in het beoogde profiel van het Sontplein. Ook voor deze branche geldt dat grootschalig en meer kleinschalig aanbod goed naast elkaar kan bestaan omdat ze verschillende doelgroepen aanspreken (zij het dat het daarbij wel om dezelfde consument kan gaan die op verschillende momenten verschillende koopmotieven heeft).

Het kleinschalige aanbod heeft meer een buurt- wijk of dorpsfunctie en deze winkels blijven perspectief houden mits ze in een voldoende geutiliseerd winkelcentrum gevestigd zijn. Het eventueel verdwijnen van bestaand verspreid gevestigd aanbod als gevolg van de vestiging van een grootschalige dierenwinkel aan het Sontplein heeft geen structurele effecten op de verzorgings- en detailhandelsstructuur in stad en regio.

4.2.5 Overige voorzieningen

Horeca

De aanwezigheid van horeca-aanbod kan een belangrijke bijdrage leveren aan de algehele uitstraling en levendigheid van het winkelgebied, zoals dit ook in het beleid van de gemeente is benoemd. Daarnaast is er sprake van een positieve invloed op de veiligheid in de avonden (als winkels gesloten zijn). De al op en bij het Sontplein aanwezige aanbod is vooral winkelondersteunend (McDonald's, KFC, Subway, restaurant Ikea). Ook eventueel toe te voegen nieuw horeca-aanbod zal vooral winkelondersteunend dienen te zijn, met name om ongewenste concurrentie met het in de binnenstad aanwezige horeca-aanbod te voorkomen..

Leisure

Landelijk komen leisure-voorzieningen als fitness en kinderspeelhallen al veel voor op perifere locaties en ook op perifere winkelclusters. Het directe combinatiebezoek met het winkelaanbod is veelal beperkt omdat er sprake is van een ander bezoekdoel. Maar de functies kunnen toch een positieve bijdrage leveren aan de levendigheid en uitstraling van een perifeer winkelcluster.

Een fitnesscentrum op het Sontplein sluit in functionele zin aan bij een eventuele versterking van het aanbod op het gebied van (out)doorsport en kan ook een functie hebben voor de werknemers van de omliggende bedrijven en de bewoners van de aanpalende woonwijken. De groeipotentie voor leisure-concepten in de stad kan op basis van de vraag-aanbodanalyse niet puur kwantitatief worden bepaald omdat kwalitatief hoogwaardig en onderscheidend aanbod zijn eigen markt creëert. Wel moet geconstateerd worden dat er al een meer hoogwaardige aanbieder aanwezig is in de nabij gelegen Euroborg, en dat een uitgangspunt voor de ontwikkeling van het Sontplein e.o. is dat hiermee niet geconcurrereerd mag worden. Een voorwaarde voor de vestiging van een fitnesscentrum op het Sontplein is dus dat deze zich nadrukkelijk moeten onderscheiden van het aanbod in de Euroborg en een eigen, geheel ander, publiek moeten gaan bedienen. Dit kan op dit moment in de planvorming nog niet aangetoond worden.

Een binnenspeeltuin kan eveneens een positieve toevoeging aan het aanbod op het Sontplein zijn, en past ook uitstekend in de geformuleerde ontwikkelingsrichting. Groningen telt 2 binnenspeeltuinen, hetgeen overeenkomt met het aantal dat wordt verwacht in kernen van soortgelijke omvang. Monkey Town ligt in het perifere detailhandelsgebied Peizerweg en Ballorig ligt in Kardinge. Gelet op deze spreiding van het aanbod, de actuele trends en ontwikkelingen en de verwachte bevolkingsgroei behoort een derde binnenspeeltuin aan het Sontplein tot de mogelijkheden.

4.3 Effecten op de detailhandelsstructuur

4.3.1 Effecten algemeen

Detailhandelsstructuur

De vernieuwing/uitbreiding van het Sontplein draagt bij aan een ruimtelijke concentratie van de aangegeven soorten winkels op een vanuit de stad en de regio zeer goed bereikbare locatie. Door vast te blijven houden aan het geschetste specifieke functionele profiel zal het gebied een eigen functioneel karakter houden en aanvullend blijven aan de structuur van reguliere winkelcentra in de stad.

Vanwege het bereikbaarheidsprofiel, de aanwezigheid van enkele (zeer) grootschalige, sterk publiek-trekkende winkels en de beoogde aanzienlijke verbetering van de parkeermogelijkheden en de omgevingskwaliteit, is er straks in principe sprake van een zeer aantrekkelijk vestigingsklimaat, waardoor het Sontweggebied een belangrijke bijdrage kan leveren aan het faciliteren van de dynamiek in de detailhandel. Het gaat hierbij om het ruimte bieden aan schaalvergroting op een aantrekkelijke plek. Dat kan weer bijdragen aan een sanering van verouderd en/of ongunstig in de detailhandelsstructuur gelegen winkelaanbod. Dat kan ook positief zijn voor het functioneren van de bestaande reguliere perspectiefrijke winkelcentra.

Hoewel het winkelaanbod in Groningen in totaliteit, afgemeten naar de gerealiseerde omzet per m² vvo, goed functioneert, en er in de meeste aangegeven branches distributieve ruimte is gesignaleerd, is het niet uit te sluiten dat een aanzienlijke uitbreiding van winkelaanbod aan het Sontplein kan resulteren in het (versneld) verdwijnen van bestaand aanbod. Als verouderd en/of ongunstig gesitueerd

aanbod (verspreid, slecht bereikbaar, winkelgebied zonder perspectief) verdwijnt, zal de verzorgings- en detailhandelsstructuur er niet op achteruitgaan, maar juist op vooruit (ook toevoeging modern aanbod op gunstige locatie). Daarbij zal het verdwijnen van bestaand aanbod ook weer resulteren in extra marktruimte voor andere bestaande aanbieders: een complete verdringing van bestaand aanbod in een bepaalde branche zal daardoor niet aan de orde zijn.

Rekening houden met effecten van de algemene trends en ontwikkeling

Er zijn in Nederland enkele algemene trends ontwikkelingen die los van een ontwikkeling als de versterking van het Sontweggebied naar verwachting zullen resulteren in een afname en verschraving van het winkelaanbod in verschillende gebieden. Het gaat daarbij bijvoorbeeld om de bevolkingskrimp en vergrijzing, de vergrijzing onder de zelfstandige ondernemers, waardoor velen er op afzienbare tijd mee zullen ophouden en er geen opvolging is, de verder groei van e-commerce, de schaalvergroting, waardoor een groter consumentendraagvlak nodig is, en de ruimtelijke clustering in grotere winkelgebieden. Met name in de kleinste kernen, op buurtniveau, in buurtwinkelcentra, op kleine perifere winkelclusters en bij het verspreide aanbod zal er sprake zijn van een autonome verdere afname van winkelaanbod, ook nu de economie weer aantrekt. Bij het beoordeling van effecten van de nieuwe winkelontwikkelingen dient hier rekening mee gehouden te worden.

Handhaving/versterking positie Groningen als koopstad

Vraag en aanbod in de detailhandel veranderen constant als gevolg van allerlei demografische, maatschappelijk, technische en economische processen. Wil een stad als Groningen haar positie al hoofdstad van het noorden behouden, dan zullen de bij detailhandelsontwikkelingen betrokken partijen (gemeente, winkelondernemingen, vastgoedeigenaren) zich rekenschap moeten geven van de veranderingen en hier op moeten inspelen. Dit betekent onder meer ruimte bieden aan nieuwe formules, sturen op ruimtelijke concentratie van winkelaanbod en bijzondere aandacht schenken aan de positie en het perspectief van de verschillende winkelgebieden binnen de totale detailhandelsstructuur (met aandacht voor de daarbij behorende randvoorwaarden, zoals bijvoorbeeld bereikbaarheids- en belevingsaspecten).

Het Sontweggebied biedt, door haar bijzondere ligging binnen de ruimtelijke structuur van Groningen, uitzonderlijk goede mogelijkheden om te komen tot een versterking van de aanbodstructuur op het gebied van zowel het klassieke PDV-aanbod als grootschalige winkels in enkele andere, overwegend sterk doelgericht bezochte branches. De belangstelling vanuit de markt geeft dat ook aan³⁶. Daarmee kan de stad Groningen zich blijven onderscheiden van de omringende plaatsen en haar regionaal verzorgende positie versterken.

4.3.2 Effecten op winkelgebieden

Binnenstad Groningen

Bij het opstellen van het functionele profiel voor het Sontweggebied is reeds rekening gehouden met de complementariteit tussen dit gebied en het hoofwinkelcentrum van Groningen. Eventuele zich toch voordoende negatieve effecten zullen gecompenseerd worden door de kansen van het extra combina-

³⁶ Gebaseerd op informatie van de vastgoedeigenaren over in vestiging geïnteresseerde partijen.

tiebezoek. Op dit moment ligt dat combinatiebezoek al op een hoog niveau: 27% van de bezoekers van het Sontplein combineert dit met een bezoek aan de binnenstad³⁷. De realisatie van de nieuwe parkeergarage Damsterdiep en de eventuele aanleg van de kabelbaan zullen naar verwachting een extra positief effect hebben op dit combinatiebezoek. Verder zal het combinatiebezoek met de binnenstad nog een impuls kunnen krijgen door herinrichting van het tussengebied en de beoogde verbeteringen van de langzaam verkeersverbindingen

Buurt- en wijkcentra

Omdat de meeste perspectiefrijke boodschappencentra in de stad Groningen zijn of worden gemoderniseerd, is er sprake van een stevige basisstructuur aan ondersteunende reguliere winkelcentra. Daardoor hebben de daar gevestigde rijwiel- of dierenwinkels in principe een goed perspectief. Dat geldt in minder mate voor veel speelgoed-, sport- of electrozaken, maar dat heeft vooral te maken met de algemene trends (met name e-commerce). Overigens is een basis-assortiment op deze gebieden vaak wel te krijgen in andere aanwezige winkels (warenhuis, huishoudelijke artikelenzaak, schoenen-discounter, etc.). Geconcludeerd moet worden dat een versterking van het Sontweggebied niet of nauwelijks effect zal hebben op deze winkelcentra.

Hoendiep en Peizerweg/Vesta

Een uitbreiding van het winkelaanbod binnen het thema in- en om het huis zal mogelijk wel enige effecten hebben op de overige perifere detailhandel in de stad. Het zal daarbij gaan om de verspreide bewinkeling, maar ook om aanbod op perifere clusters. Voor het cluster Peizerweg/Vesta zijn geen structurele effecten te verwachten. Het hier aanwezige tuincentrum is de enige grootschalige aanbieder in de stad is en er is theoretisch marktruimte. De beide hier aanwezige bouwmarkten zijn relatief nieuw, hebben vooral een stadsdeelverzorgende functie en functioneren al binnen een structuur met een zeer grootschalige bouwmarkt in het noordoosten en een ruim bouwmarktenaanbod op en rondom het Sontweggebied. Voor het wooncluster Vesta geldt dat dit door z'n omvang en meer hoogwaardige invulling een geheel eigen, onderscheidende positie inneemt en autonome trekkracht heeft.

Dit laatste geldt in mindere voor het aanbod op de locatie Hoendiep. In functionele zin is hier veel meer 'doorsnee' winkelaanbod in de sfeer van wonen en aanverwante branches aanwezig, hoewel er ook meer hoogwaardig aanbod gevestigd is, zoals de woonwinkel Kruit en Kramer. Op dit moment kent het cluster door de ruimtelijke opbouw, de spreiding van het aanbod en de externe presentatie van diverse panden een weinig aantrekkelijke omgevingskwaliteit. Er is recent een toekomstvisie voor de meubelboulevard opgesteld³⁸ waarin aangegeven wordt dat zonder ingrepen de ingezette negatieve spiraal niet zal kunnen afremmen. Gekozen wordt voor een scenario waarbij de winkels ruimtelijk geconcentreerd worden aan één zijde van de weg en er een duidelijk profilering als woonboulevard plaats vindt in samenhang met het aanbod aan de Peizerweg. Hiermee kan het winkelgebied zich onderscheiden van het Sontplein e.o. en brancheverbreiding wordt mede daarom niet geadviseerd.

³⁷ Groningen Detailhandelsmonitor 2014. Uit de monitor 2015 blijkt dat 22% van de bezoeker van Meubelboulevard Hoendiep hun bezoek ook combineert met een bezoek aan de binnenstad.

³⁸ Groningen-Hoendiep toekomstvisie op de meubelboulevard Hoendiep, Broekhuis Rijs Advisering, december 2016.

Bij een eventuele uitbreiding van het woonaanbod op het Sontplein e.o. zal de concurrentie voor Meubelboulevard Hoendiep wellicht iets toenemen. Maar ook dan behoudt het cluster perspectief als echte woonboulevard vanwege het gevarieerde en omvangrijke aanbod, vooropgesteld dat de gesignaleerde huidige knelpunten in de omgevingskwaliteit daadwerkelijk aangepakt worden.

Regio

Een versterking van het Sontweggebied als winkelcluster binnen het geschetste profiel zal ook extra aantrekkingskracht uitoefenen op consumenten van buiten de stad. Veel inwoners van de omringende gemeente zijn overigens al sterk op de stad Groningen georiënteerd omdat ze er werken of vanwege de aanwezige voorzieningen (onderwijs, cultuur, medisch, etc.).

Omdat het bij het Sontplein met name om (zeer) grootschalige winkels gaat, mag verwacht worden dat het verzorgingsbereik relatief groot is. Dat houdt in dat de regionale effecten zich over een groot gebied met vele aanbieders spreiden. Desalniettemin kan het betekenen dat er hier of daar een winkel (versneld) verdwijnt. Daarbij kan het ook gaan om de laatste winkel in een bepaalde branche in een kern. Dit is echter een proces dat al veel langer in deze regio met heel veel kleinere kernen plaats vindt: er zijn al veel dorpen zonder winkels en er ontstaan centrumdorpen met relatief veel aanbod. Het effect van de uitbreiding van het winkelaanbod in het Sontweggebied op dit proces zal door de schaal waarop het zich afspeelt, heel beperkt zijn.

4.4 Ladder voor duurzame verstedelijking toegepast

Eerste trede

De eerste stap van deze ladder behelst het aangeven van de 'actuele regionale behoefte' (kwantitatief en/of kwalitatief) van de voorgenomen nieuwe stedelijke ontwikkeling. De uitkomsten van de berekeningen geven aan dat er in diverse onderscheiden PDV- en GDV-branches in kwantitatieve zin nog uitbreidingsruimte aan te geven is. Dit is voornamelijk terug te voren naar de verwachte bevolkingsgroei in de stad en een eventuele omzetverdunding door schaalvergroting. Hierbij speelt mee dat in diverse branches momenteel een relatief hoge omzet per m² wvo behaald wordt.

Er is niet of slechts beperkt distributieve ruimte in de branche doe-het-zelf, rijwielen en dier. Het mogelijk maken van een of meerdere vestigingen aan het Sontplein in deze branches voorziet daarmee in kwantitatieve zin niet in een actuele regionale behoefte. Omdat er nog geen grootschalige dierenzaak aanwezig is, kan een vestiging aan het Sontplein wel goed in kwalitatieve zin onderbouwd worden.

In de branches (outdoor)sport, speelgoed, bruin- en witgoed, wonen en tuin zijn nog wel aanzienlijke marktmogelijkheden, uitgaande van de gehanteerde uitgangspunten. Een uitbreiding van het aanbod voorziet daarbij in een regionale behoefte, niet alleen kwantitatief maar ook kwalitatief (uitbreiding keuzemogelijkheden op een goede locatie, geen onaanvaardbare negatieve effecten op de bestaande detailhandelsstructuur of de leegstand).

De versterking van het Sontweggebied past in de gemeentelijke en provinciale ambities om de positie van de stad Groningen als hoofdstad van het Noorden te versterken. De locatie biedt door haar unieke kwaliteiten bij uitstek kansen om nieuwe of vernieuwende formules aan te trekken en biedt een zeer geschikt vestigingsmilieu voor reeds gevestigde lokale of regionale winkelondernemingen om te profiteren van de trekkracht van grootschalige aanbieders. Door de ruimtelijke clustering van deze zaken in het Sontweggebied worden zowel de consumenten als de marktpartijen helderheid geboden en wordt een (verdere) versnippering van perifere winkelontwikkelingen voorkomen. Bovendien worden de interne ruimtelijke structuur en de externe presentatie van het winkelgebied verder verbeterd.

Het initiatief draagt zo gezien bij aan een versterking van de regionale detailhandelsstructuur en de consumentenverzorging: de top van de hiërarchie van perifere op doelgericht aankopen doen gerichte detailhandelslocaties wordt uitgebouwd. In kwalitatieve zin speelt het initiatief daarmee in op actuele trends in vraag en aanbod op het gebied van doelgericht en thematisch aankopen doen (o.a. schaalvergroting, gemak, veel keuzemogelijkheden voor de consument). De belangstelling voor vestiging vanuit de markt onderstreept dit ook. Een verdere versterking van de regionaal-verzorgende functie van de stad Groningen voorziet daarmee in een regionale behoefte.

Tweede trede

Specifiek voor trede 2 is aangegeven dat het bij detailhandel moet gaan om het aangeven in hoeverre bestaande leegstaande winkelpanden via transformatie of herstructurering het initiatief zouden kunnen huisvesten. Gesteld kan worden dat zeer grootschalige zaken in de doelgerichte branches door hun omvang en benodigde parkeervoorzieningen een dusdanig groot ruimtebeslag kennen dat een inpassing in bestaande reguliere winkelcentra niet mogelijk is of slechts tegen zulke hoge kosten dat er geen sprake kan zijn van een rendabele exploitatie. Dit is overigens een van de redenen dat dergelijke winkels zich in Nederland al lang op perifere locaties mogen vestigen.

Er staan in Groningen, met name op perifere en verspreide locaties, nog enkele meer grootschalige winkelpanden leeg, waarvan een aanzienlijk deel langdurig of structureel. De betreffende panden voldoen qua vorm, staat van onderhoud, huisvestingslasten, locatie of anderszins blijkbaar niet aan de eisen van marktpartijen.

Gezien het feit dat er beperkte distributieve ruimte aangegeven is, is het, zoals hiervoor is beschreven, niet uit te sluiten dat er als gevolg van de veranderde concurrentieverhoudingen effecten voor bestaand aanbod kunnen zijn en dat er hierdoor elders enige extra leegstand zal ontstaan. Omdat het hierbij vrijwel altijd om bedrijfspanden op bedrijventerreinen zal gaan, waar bestemmingsplanmatig ook andere bedrijvigheid dan detailhandel is toegestaan, is de kans op structurele onaanvaardbare leegstand klein. Verder zal het veelal gaan om ongunstig, bijvoorbeeld solitair gelegen en of verouderde winkels. Van duurzame negatieve effecten op de omgevingskwaliteit zal daarom naar verwachting geen sprake zijn. Het initiatief voor het Sontplein draagt bovendien bij aan de herstructurering van een nu deels verouderd en weinig aantrekkelijk winkel én bedrijventerrein. Een belangrijk deel van de nieuwe ruimte zal ingevuld worden door hier nu al gevestigde winkelbedrijven.

Omdat het om een bestaand bedrijventerrein in stedelijk gebied gaat, is trede 3 van de ladder niet van toepassing.

4.5 Aandachtspunten voor de juridisch-planologische regeling

Beperking metrages per branches

Zoals in de inleiding is gesteld, dient bij de toetsing in het kader van de ladder uitgegaan te worden van de maximale plancapaciteit. Gezien de omvang van het gehele plangebied en de hier beoogde uitbreiding van het voorzieningenaanbod, zal een die maximale plancapaciteit nooit in kwantitatieve zin per branche onderbouwd kunnen worden. Ook niet in kwalitatieve zin overigens, want dan moet uitgegaan worden van een monofunctioneel themacentrum en dat is noch haalbaar, noch wenselijk. Een optie is daarom per branche een maximum aantal meters winkelruimte op te nemen in het nieuw op te stellen bestemmingsplan. Voor een eventuele overschrijding hiervan kunnen dan afwijkingsregels opgenomen worden (zoals een nadere toets op ruimtelijk-functionele effecten).

Shop in the shop

Het gaat hierbij om een onderdeel van een winkel dat zodanig is afgescheiden van de rest van de winkel, dat dit zelfstandig kan worden bezocht. Het betreft een zelfstandige commerciële ruimte binnen een groter geheel dat van de rest gescheiden is door van voor naar achter lopende, zichtbare afgrenzingen en door het publiek als zodanig als zelfstandige ruimte wordt ervaren. In z'n algemeenheid gaat het om het kleinschalige winkels en daarvoor is het Sontplein niet bedoeld. Shops-in-the-shops zouden daarom alleen toegestaan mogen worden voor zover er geen strijdigheid ontstaat met de uitgangspunten qua omvang en branchering zoals het straks in het nieuwe Masterplan beschreven in het profiel voor het Sontweggebied.

Nevenassortimenten

Er is een trend waarbij de branchegerichte warenhuizen steeds meer nevenassortimenten opnemen, soms incidenteel, vaak ook structureel. Ter bescherming van de complementariteit zou een uitgangspunt voor het Sontplein kunnen zijn dat nevenassortimenten niet uitgesloten worden, maar wel ondergeschikt dienen te zijn aan het kernassortiment. Bestemmingsplanmatig kan dat vastgelegd worden door bijvoorbeeld een maximumpercentage voor nevenassortimenten aan te geven gecombineerd met een maximum m² vvo. Van belang is wel dat helder geformuleerd is wat tot het kernassortiment van de betreffende soort winkel behoort

4.6 Ten slotte

Het Sontweggebied biedt hele goede mogelijkheden om te komen tot een versterking van de detailhandelsstructuur van de stad Groningen en de beoogde vernieuwing en uitbreiding van dit winkelcluster draagt daar sterk aan bij. Bovendien wordt de nu matige omgevingskwaliteit sterk verbeterd, en daarmee ook de uitstraling van de Europaweg als entree naar de binnenstad van Groningen.

Uitgangspunt voor de versterking van dit gebied blijft wel de complementariteit met de bestaande winkelgebieden en vooral de binnenstad. In dit verband dient vooral ingezet te worden op:

- de vestiging grootschalige winkels (minimaal 1.500 m² wvo);
- branchebeperkingen (richten op doelgericht bezochte winkels);
- de vestiging van nieuwe, nog niet in de stad en regio aanwezige winkelformules;
- verplaatsingen van nu ongunstig binnen de structuur gevestigde winkels;
- een gefaseerde realisatie.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

Detailhandel

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of gebruiker.

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelverkoopvloeroppervlak (wvo).

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

Koopstromenonderzoek

Telefonische enquête onder de huishoudens van een bepaald gebied (zoals kern, gemeente, regio of provincie) om te bepalen waar (in welke winkels, concentraties) hun detailhandelsbestedingen terecht komen. Het koopgedrag wordt uitgedrukt in 'koopkrachtbinding' en 'koopkrachtafvloeiing' voor een bepaalde aankoopplaats.

Distributieve (uitbreidings)ruimte

De kwantitatieve uitkomst van de benadering van het economisch functioneren. Dit is een inschatting van het aantal vierkante meters dat rendabel kan functioneren in het verzorgingsgebied. Indien de distributieve ruimte groter is dan het aanwezige aanbod, is er sprake van distributieve uitbreidingsruimte. Deze cijfers zijn enkel indicatief en nooit normatief.

PDV-Perifere Detailhandels Vestigingen

Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen, etc. Toegelaten branches in het tot voor kort geldende beleid: auto's, boten, caravans, brand- en milieugevaarlijke stoffen, tuincentra, bouwmarkten, de gehele woninginrichtingsbranche, keukens en sanitair. Perifere detailhandel had de branchering als criterium. Met de komst van de Nota Ruimte is PDV komen te vervallen.

GDV-Grootschalige Detailhandels Vestigingen

Winkels met een ondergrens van 1.500 m² bedrijfsvloeroppervlak, zoals tot voor kort in het Rijksbeleid toegelaten op daarvoor aangewezen GDV-locaties (13 stedelijke knooppunten). Met de komst van de Nota Ruimte is GDV komen te vervallen. Grootschalige detailhandel had oppervlakte als criterium, niet de branchering (zie ook PDV).

Omzetverdunding

Wanneer er meer winkelmeters komen, maar de bestedingen niet toenemen is er sprake van omzetverdunding. De bestedingen worden uitgespreid over een groter winkelaanbod, waardoor de omzetten dalen.

BVO, WGO, WVO

In Nederland worden verschillende termen gebruikt om bepaalde oppervlakten te benoemen. Voorheen werd voor het begrip 'winkelverkoopvloeroppervlakte' (wvo) de term 'verkoopvloeroppervlakte' (vvo) gebruikt. Omdat voornamelijk makelaars de laatstgenoemde afkorting ook gebruiken voor 'verhuurbare vloeroppervlakte' en de hiermee bedoelde oppervlakte juist sterk overeenkomt met de winkelgebruiksoppervlakte, is teneinde verwarring uit te bannen voor de term 'winkelvloeroppervlakte' met de afkorting wvo gekozen.

- **Brutovloeroppervlakte (bvo)** - Ook wel bebouwd oppervlak van een ruimte of een groep van ruimten is de oppervlakte, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen.
- **Bedrijfsoppervlak oftewel winkelgebruiksvloeroppervlak (wgo)** - Alle inpandige ruimte die voor de individuele bedrijfsuitvoering benodigd is. Dus de totale bedrijfsruimte, inclusief de niet direct met de detailhandelsactiviteit verband houdende ruimten, zoals kantines, toiletten, kantoor, magazijn, etc.
- **Winkelvloeroppervlakte (wvo)** - De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, e.d.).
- **Verhuurbare vloeroppervlakte (vvo)** - Het verhuurbare deel van het bedrijfsoppervlak.

Bruto Vloeroppervlak (bvo = 100%)		
Bedrijfsvloeroppervlak / Winkelgebruiksoppervlak (wgo = 90%)	Buitenmu- ren, etc.	
Winkelverkoopoppervlak (wvo)	Niet-winkelruimte (20%)	Buitenmuren, etc. (10%)

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector. BRO hanteert onderstaande (Locatus)indeling in de detailhandel naar sectoren, branchegroepen en hoofdbranches.

Sector	Branchegroep	Hoofdbranche
Dagelijks	Dagelijks	Levensmiddelen
		Persoonlijke verzorging
Niet-dagelijks	Mode & luxe	Warenhuis
		Kleding en mode
		Schoenen en lederwaren
		Juwelier en optiek
		Huishoudelijke en luxe
	Vrije tijd	Antiek en kunst
		Sport en spel
		Hobby
		Media
		Dier en plant
In/om het huis	Bruin- en witgoed	
	Fietsen en autoaccessoires	
	Doe-het-zelf	
Overige detailhandel	Overige detailhandel	Wonen
		Overige detailhandel
Totaal detailhandel		

Bijlage 2: Huidig functioneren

Tabel B2.1: Huidig functioneren detailhandel sector niet-dagelijkse artikelen

	Niet-dagelijks
Inwoners	200.952
Besteding/hoofd (€)	2.345
Bestedingspotentieel (€ in mln.)	471,2
Koopkrachtbinding	94%
Totaal gebonden bestedingen (€ in mln.)	443,0
Koopkrachttoevoeiing	55%
Omzet door toevoeiing (€ in mln.)	541,4
Totale bestedingen (€ in mln.)	984,4
Wvo totaal (m ²)	341.873
Omzet per m ² wvo (€ in mln.)	2.880
Land. gemiddelde omzet per m ² wvo (€)	1.912
Verschil	+ 51%

Tabel B.2: Huidig functioneren naar branche

	Sport	Speelgoed	Rijwielen	Bruin- en wit- goed
Inwoners	200.952	200.952	200.952	200.952
Besteding/hoofd (€)	73	39	73	233
Bestedingspotentieel (€ in mln.)	14,7	7,8	14,7	46,8
Koopkrachtbinding	90%	95%	95%	95%
Totaal gebonden bestedingen (€ in mln.)	13,2	7,4	13,2	44,5
Koopkrachttoevoeiing	40%	25%	25%	45%
Omzet door toevoeiing (€ in mln.)	8,8	2,5	4,4	36,4
Totale bestedingen (€ in mln.)	22,0	9,9	17,6	80,9
Wvo totaal (m ²)	9.611	2.341	7.671	12.272
Omzet per m ² wvo (€)	2.290	4.230	2.290	6.592
Land. gemiddelde omzet per m ² wvo (€)	1.586	2.493	2.463	4.921
Verschil	+ 44%	+ 69%		+ 34%

Tabel B2.2: Vervolg

	Dier	Tuincentrum*	DHZ**	Wonen
Inwoners	200.952	200.952	200.952	200.952
Besteding/hoofd (€)	26	65	194	447
Bestedingspotentieel (€ in mln.)	5,2	13,1	39,0	89,8
Koopkrachtbinding	95%	90%	95%	90%
Totaal gebonden bestedingen ((€ in mln.)	5,0	11,8	37,1	80,8
Koopkrachttoevoeiing	15%	30%	40%	60%
Omzet door toevloeiing (€ in mln.)	0,8	3,3	21,6	121,2
Totale bestedingen (€ in mln.)	5,8	16,8	61,8	202,0
Wvo totaal (m ²)	2.198	18.983	44.750	119.728
Omzet per m ² wvo (€)	2.640	885	1.380	1.687
Land. gemiddelde omzet per m ² wvo (€)	1.417	675	1.536	1.220
Verschil	+ 86%	+ 31%	- 10%	+ 38%

*Inclusief 8.000 m² wvo tuinafdeling bij Hornbach, Praxis en Tuin en Bauhaus

**Exclusief 8.000 m² wvo tuinafdeling bij Hornbach, Praxis en Tuin en Bauhaus

Bijlage 3: Uitbreidingsruimte 2025 (groei aantal inwoners + internet + 10% lagere omzet per m² wvo in verband met schaalvergroting)

De branches rijwielen en doe-het-zelf realiseren in de huidige situatie een vloerproductiviteit die onder het landelijke gemiddelde ligt. Bij deze branches is niet een 10% lagere vloerproductiviteit gehanteerd, maar het huidige niveau.

Tabel B3.1: Distributieve uitbreidingsruimte sector niet-dagelijkse artikelen

	Niet-dagelijks
Inwoners	215.283
Besteding/hoofd (€)	2.345
Bestedingspotentieel (€ in mln.)	504,8
Koopkrachtbinding	95%
Totaal gebonden bestedingen (€ in mln.)	479,6
Koopkrachttoevoeiing	54%
Omzet door toevoeiing (€ in mln.)	563,0
Totale bestedingen (€ in mln.)	1.042,6
Huidige omzet per m ² wvo (€ in mln.), -5%	2.736
Haalbaar m ² wvo	381.067
Aanwezig m ² wvo	341.873
Distributieve uitbreidingsruimte (m ² wvo)	39.194

Tabel B3.2: Distributieve uitbreidingsruimte naar branche

	Sport	Speelgoed	Rijwielen	Bruin- en wit- goed
Inwoners	215.283	215.283	215.283	215.283
Besteding/hoofd (€)	70	37	65	221
Bestedingspotentieel (€ in mln.)	14,9	8,0	14,0	47,6
Koopkrachtbinding	95%	95%	95%	95%
Totaal gebonden bestedingen (€ in mln.)	14,2	7,6	13,3	45,2
Koopkrachttoevoeiing	50%	35%	25%	45%
Omzet door toevoeiing (€ in mln.)	14,2	5,1	2,4	37,0
Totale bestedingen (€ in mln.)	28,4	11,7	17,7	82,2
Huidige omzet per m ² wvo (€) -10%	2.060	3.800	2.290	5.930
Haalbaar m ² wvo	13.786	3.079	7.730	13.862
Aanwezig m ² wvo	9.611	2.341	7.671	12.272
Distributieve uitbreidingsruimte m ² wvo	4.175	720	60	.1.600

Tabel B3.2: Vervolg

	Dier	Tuincentrum	DHZ	Wonen
Inwoners	215.283	215.283	215.283	215.283
Besteding/hoofd (€)	26	65	194	447
Bestedingspotentieel (€ in mln.)	5,6	14,0	41,8	96,2
Koopkrachtbinding	95%	90%	95%	90%
Totaal gebonden bestedingen ((€ in mln.)	5,3	12,6	39,7	86,6
Koopkrachttoevoeiing	15%	30%	36%	60%
Omzet door toevloeiing (€ in mln.)	0,9	3,5	22,3	129,9
Totale bestedingen (€ in mln.)	6,2	18,0	62,0	216,5
Huidige omzet per m ² wvo (€) -10%	2.375	885 -800	1.380	1.518
Haalbaar m ² wvo (€)	2.610	22.500	44.927	142.622
Aanwezig aanbod (m ² wvo)	2.189	18.983	44.750	119.728
Distributieve uitbreidingsruimte (m ² wvo)	420	3.550	175	22.900

Bijlage 4: Uitbreidingsruimte 2025 (groei aantal inwoners + eenderde hogere omzet per m² wvo dan het landelijke gemiddelde)

Tabel B4. 1: Distributieve uitbreidingsruimte sector niet-dagelijkse artikelen

	Niet-dagelijks
Inwoners	215.283
Besteding/hoofd (€)	2.345
Bestedingspotentieel (€ in mln.)	504,8
Koopkrachtbinding	95%
Totaal gebonden bestedingen (€ in mln.)	479,6
Koopkrachttoevloeiing	54%
Omzet door toevloeiing (€ in mln.)	563,0
Totale bestedingen (€ in mln.)	1.042,6
Landelijke omzet per m ² wvo (€ in mln. + een derde)	2.550
Haalbaar m ² wvo	408.863
Aanwezig m ² wvo	341.873
Distributieve uitbreidingsruimte (m ² wvo)	67.000

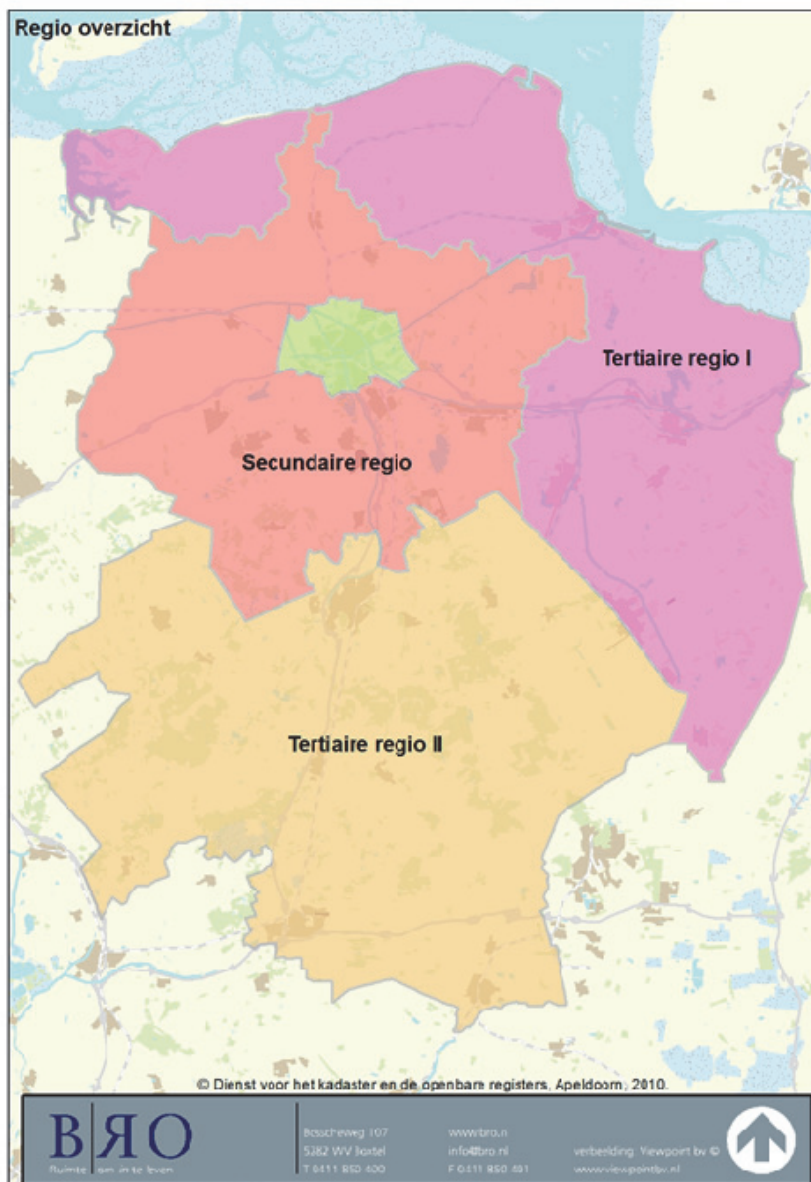
Tabel B4. 2: Distributieve uitbreidingsruimte naar branche

	Sport	Speelgoed	Bruin- en witgoed	Wonen
Inwoners	215.283	215.283	215.283	215.283
Besteding/hoofd (€)	70	37	221	447
Bestedingspotentieel (€ in mln.)	14,9	8,0	47,6	96,2
Koopkrachtbinding	95%	95%	95%	90%
Totaal gebonden bestedingen (€ in mln.)	14,2	7,6	45,2	86,6
Koopkrachttoevloeiing	55%	40%	50%	60%
Omzet door toevloeiing (€ in mln.)	17,4	5,1	45,2	129,9
Totale bestedingen (€ in mln.)	31,6	12,7	90,4	216,5
Landelijke omzet per m ² wvo (€) + 33%	2.115	3.325	6.560	1.625
Haalbaar m ² wvo	14.940	3.820	13.780	133.230
Aanwezig m ² wvo	9.611	2.341	12.272	119.728
Distributieve uitbreidingsruimte m ² wvo	5.300	1.480	1.500	13.500

Bijlage 5: Regio-indeling en aanbod in de regio

Voor de regio-indeling is aangesloten bij het in 2010 door BRO uitgevoerde koopstromenonderzoek. Er is daarbij een secundair verzorgingsgebied onderscheiden (de Groningen direct omringende gemeenten) en een tertiair verzorgingsgebied. Dit laatste gebied is verdeeld in tertiair I (overige provincie Groningen) en tertiair II (midden Drenthe en Ooststellingwerf).

Figuur B5.1: Regio-indeling



Tabel B5.1: Regionaal aanbod detailhandel

	Secundaire regio		Tertiaire regio I		Tertiaire regio II	
	a.w.	m ² wvo	a.w.	m ² wvo	a.w.	m ² wvo
Sport (incl. kamperen)	21	25.265	25	8.060	37	12.883
Speelgoed	15	2.104	10	2.648	14	2.530
Dier	22	4577	25	4.819	21	5.138
Tuinentra	11	13.250	6	13.480	21	40.497
Bruin- wit- en grijsgoed	46	6.077	60	8.856	74	14.089
Rijwielen	50	9.499	45	8.216	64	12.825
Doe-het-zelf	50	43.865	47	40.855	61	60.999
Wonen	109	62.660	108	76.415	169	135.514

