

RAADSVOORSTEL:

2007-2008

Ons kenmerk: RO 07.1425404

Registratienummer : GR 07.

Ingekomen op :

Onderwerp: "Werk aan de winkel", actualisatie van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen.

Groningen,

Aan de raad,

De nota Detailhandel en Leisure dateert van december 2002. Hierin is de gemeentelijke visie op verwachte en gewenste ontwikkelingen in de detailhandel verwoord. Die nota stelde een afzonderlijke uitwerking in het vooruitzicht van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen (pdv en gdv). Dit had te maken met vele op stapel staande veranderingen:

"Gezien de ontwikkelingen in het rijks- en provinciaal beleid is het wenselijk na 2005 het beleid rondom pdv en gdv te herzien. Met name voor het Sontplein en Stationsgebied wordt een herijking noodzakelijk geacht. In de periode 2005- 2010 kunnen, gelet op de nabijheid van de binnenstad, ook publieksintensieve voorzieningen op het Sontplein een plek krijgen, voor zover deze zich niet laten onderbrengen in de binnenstad."

Inmiddels is er van rijkszijde - in de nota Ruimte - duidelijkheid over de invulling van het pdv/gdv-beleid. Vanuit de provincies zijn richtlijnen opgesteld hoe om te gaan met het verruimde beleid. Als gemeente hebben we nader onderzoek laten doen naar de marktruimte binnen een aantal typische pdv- en gdv-branches. Dit resulteerde in oktober 2006 in het concept van de actualisatie van het gemeentelijk detailhandelsbeleid en de toekomst van het Sontplein. Het voorontwerp van de nota "Werk aan de winkel, actualisatie van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen is in november 2006 opiniërend besproken in de raadscommissie Werk en Inkomen en in december 2006 besproken met Groningen City Club (GCC), Kamer van Koophandel (KVK), Brancheorganisatie voor het midden- en kleinbedrijf (MKB) en het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD). Tevens heeft het voorontwerp van 18 april tot en met 17 mei 2007 ter inspraak gelegen. Iedereen is hierop gewezen door middel van een advertentie in de Gezinsbode van 18 april 2007. Er zijn vier inspraakreacties binnen gekomen. Deze hebben niet geleid tot aanpassing van de nota "werk aan de winkel", actualisatie van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen.

Voor de duidelijkheid wij omschrijven hier twee bijzondere vormen van detailhandel. Perifere detailhandelsvestigingen (pdv): vormen van detailhandel die van rijkswege zijn toegestaan op locaties buiten de normale winkelcentra, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen of langs de hoofdwegen. Het betreft winkels die vanwege aard en omvang van de gevoerde artikelen een groot oppervlak vereisen (min. 1.000 m²): auto's, boten, caravans, detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke en milieuverstorende stoffen, grove bouwmaterialen, bouwmarkten, tuincentra en daaraan annex detailhandel in tuinmeubelen, keukens, sanitair en de gehele woninginrichting, waaronder meubelen. Perifere detailhandel heeft branchering als criterium.

Grootschalige detailhandelsvestigingen (gdv): winkels met meer dan 1.500 m² oppervlak zoals bedoeld in het rijksbeleid rond gdv-locaties. Grootschalige detailhandel heeft oppervlakte als criterium, niet de branchering.

Het voorstel omvat een actualisatie van het beleid voor de korte en middellange termijn. Het aantal PDV-locaties zal niet worden uitgebreid en ook het begrip PDV zullen we niet verruimen ten opzichte van het bestaande beleid. We houden dan ook zo veel mogelijk vast aan ons bestaande beleid en de daarin gehanteerde criteria. Feitelijk sluiten wij aan bij het voorgestelde beleid van de provincies (IPO).

Voor het Sontplein stellen wij voor om deze als GDV locatie verder te ontwikkelen.

Daarbij willen we de volgende beleidsuitgangspunten hanteren:

versterking van Groningen als koopcentrum van het Noorden dient de boventoon te voeren;

het moet gaan om additionele winkelformules, die een groter verzorgingsgebied dan de regio Groningen kennen;

de nieuwe formule dient grootschalig te zijn (groter dan 1.500 m² bvo);

nieuwe grootschalige solitaire winkels in de dagelijkse sector worden niet ondersteund;

het valt binnen de gebiedsbegrenzing van het huidige Sontplein (o.a. oude Ikea pand, Praxis, Van der Molen, Mac Donalds).

Op grond van het voorgaande stellen we u voor te besluiten:

- I. kennis te nemen van de reactienota "werk aan de winkel", actualisatie van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen;
- II. de beleidsnota "werk aan de winkel", actualisatie van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen vast te stellen.

Burgemeester en wethouders
van Groningen,

De burgemeester,

De secretaris,

Jacq. Wallage.

H.P. Bakker.

Werk aan de winkel

Actualisatie van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestiging

De nota Detailhandel en Leisure dateert van december 2002. Een gemeentelijke visie op verwachte en gewenste ontwikkelingen in de detailhandel. Die nota stelde een afzonderlijke uitwerking in het vooruitzicht van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen (pdv en gdv). Dit vanwege vele op stapel staande veranderingen: *'Gezien de ontwikkelingen in het rijks- en provinciaal beleid is het wenselijk na 2005 het beleid rondom pdv en gdv te herzien. Met name voor het Sontplein en Stationsgebied wordt een herijking noodzakelijk geacht. In de periode 2005- 2010 kunnen, gelet op de nabijheid van de binnenstad, ook publieksintensieve voorzieningen op het Sontplein een plek krijgen voorzover deze zich niet laten onderbrengen in de binnenstad.'*

Inmiddels is er van rijkszijde - in de Nota Ruimte - duidelijkheid over de invulling van het pdv/gdv-beleid. Vanuit de provincies zijn richtlijnen opgesteld over hoe om te gaan met het verruimde beleid. Als gemeente hebben we nader onderzoek laten doen naar de marktruimte binnen een aantal typische pdv- en gdv-branches. Uit dit alles resulteerde in oktober 2006 het concept van deze actualisatie van het gemeentelijke detailhandelsbeleid en de toekomst van het Sontplein. Dit concept, voor de periode 2006 - 2010, is vervolgens besproken met de Groningen City Club (GCC), de Kamer van Koophandel (KVK), de brancheorganisatie voor het midden- en kleinbedrijf MKB en het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD). Het verslag is als bijlage 4 toegevoegd.

Dit voorstel omvat een actualisatie van het beleid t.a.v. het Sontplein voor de korte en middellange termijn. Gezien de huidige leegstand op deze locatie is actie noodzakelijk. De toekomst van het Sontplein op langere termijn (na 2015) komt ter sprake in het nieuwe structuurplan. Het is duidelijk dat de ontwikkeling van Eemskanaalzone, Damsterdiep en Meerstad een structuurverandering betekent in de stad, en dat het Sontplein daarin zal fungeren als entreegebied voor de binnenstad.

Voor de duidelijkheid omschrijven wij hier de twee bijzondere vormen van detailhandel die in deze nota ter sprake komen.

- *Perifere detailhandelsvestigingen (pdv)*: vormen van detailhandel die van rijkswege zijn toegestaan op locaties buiten de normale winkelcentra, bijvoorbeeld op bedrijventerreinen of langs de hoofdwegen. Het betreft winkels die vanwege aard en omvang van de gevoerde artikelen een groot oppervlak vereisen (min 1.000 m²): auto's, boten, caravans, detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke en milieuverstorende stoffen, grove bouwmaterialen, bouwmarkten, tuincentra en daaraan annex detailhandel in tuinmeubelen, keukens, sanitair en de gehele woninginrichting, waaronder meubelen. Perifere detailhandel heeft *branchering* als criterium.
- *Grootschalige detailhandelsvestigingen (gdv)*: winkels met over het algemeen meer dan 1.500 m² oppervlak zoals bedoeld in het rijksbeleid t.a.v. gdv-locaties. Grootschalige detailhandel heeft *oppervlakte* als criterium, niet de branchering.

1. Stand van zaken

Uit de cijfers van de meest recente detailhandelsmonitor (2006) blijkt dat de detailhandel in de binnenstad van Groningen zich goed handhaaft. In 2006 is het aantal bezoekers gestegen naar 32 miljoen. De bestedingen en de omzetten zijn vrijwel gelijk gebleven. Voor de komende periode is het zaak de stijgende lijn vast te houden, ook als - zoals we verwachten - het aantal bezoekers langzamer zal groeien. Een nieuwe binnenstadvisie, die wij in voorbereiding hebben, beoogt bij te dragen aan een economisch gezonde positie van de binnenstad.

Winkelaanbod

Groningen beschikt, in verhouding tot het aantal inwoners, over een relatief ruim winkelaanbod. Dit geldt ook voor de binnenstad. Afgezet tegen vergelijkbare centra zijn de modewinkels in de binnenstad sterk vertegenwoordigd, en deze winkels bepalen de aantrekkingskracht van een winkelgebied. Het algehele winkelaanbod is gevarieerd in alle kwaliteits- en marktsegmenten. Ten opzichte van de concurrerende winkelgebieden in Noord-Nederland is het aanbod ruimer en onderscheiden de winkels zich positief qua variatie, diversiteit en kwaliteit. Bijlage 1 licht de branchesamenstelling toe aan de hand van een grafiek.

Toekomst

De detailhandelsmarkt - waarin direct aan consumenten wordt verkocht - is een markt die volop in beweging is. Trends en ontwikkelingen in consumentenvoorkeuren, overheidsbeleid en nieuwe formules van ontwikkelaars en retailers geven het winkellandschap de komende jaren een nieuw karakter. Het aanbod van winkels groeit. Dit leidt tot concurrentie tussen winkelgebieden, maar ook tot een complementair aanbod van retail in de binnenstad, wijkwinkelcentra en winkels aan stadsranden. Zich onderscheiden zal steeds belangrijker worden. Winkelen is bovenal beleving geworden, dat geldt zowel voor funshopping ('winkelen') als runshopping ('boodschappen doen'). Ook schaalvergroting is een belangrijke trend. Formules vragen een steeds groter winkel-oppervlak, dat vaak in de binnenstad niet haalbaar is.

2. Detailhandelsstructuur: hoofdlijnen van beleid

In de nota *Detailhandel en leisure in de stad Groningen: op maat gesneden aanbod voor de toekomst* is een ruimtelijke structuur voor de detailhandel vastgelegd. De nota richt zich op versterken van de bestaande voorzieningenlocaties, waarbij complementariteit (elkaar aanvullen) en synergie (elkaar versterken) zoveel mogelijk worden bevorderd. Dit zal moeten resulteren in het gewenste combinatiebezoek. Drie aankoopmotieven zijn leidend binnen de detailhandelsstructuur:

- zorg en gemak: dagelijkse boodschappen in wijk- en buurtcentra
- doelgericht/extensief: doelgerichte aankopen in combinatie met leisure, veelal in grootschalige thematische centra, verspreid over de stad
- recreatief en leisure/intensief: (sociaal-)recreatief winkelen in kleinschalige winkels en warenhuizen, publieksintensief, centraal gelegen/centrumgebied.

We blijven daarbij onverminderd prioriteit bij de binnenstad en de entreegebieden leggen, waarbij in die gebieden ook (combinaties met) andere functies tot de mogelijkheden behoren,

zoals wonen en kantoren en horeca/leisure.

Dagelijkse aankopen: de wijkwinkelcentra

Een volwaardig en compleet aanbod aan voorzieningen in de wijk voor de dagelijkse boodschappen is van groot belang, zowel vanuit de zorgtaak van de gemeente (ouderen, minder mobilen) als vanuit de levendigheid en woonkwaliteit van de wijk gezien. Herstructurering van winkelcentra kan ook een belangrijke impuls betekenen voor de wijkvernieuwing.

Doelgerichte aankopen: de grootschalige thematische centra

Voor de grootschalige bezoekersintensieve detailhandelsvoorzieningen zijn in de nota Detailhandel en Leisure o.a. de locatie Sontweg aangewezen en enkele solitaire locaties. Op de locatie Sontplein zal de komende jaren het nodige veranderen.

Recreatief winkelen: de binnenstad

Kern van de binnenstadsvisie is het streven naar een landelijk unieke binnenstad die veelkleurig is en ontmoeting stimuleert. Voor de detailhandel betekent dit onder meer dat niet kwantiteit, maar kwaliteit en diversiteit voorop staan. Vermindering van het winkelaanbod kan in sommige gevallen ook leiden tot meer kwaliteit. Forse uitbreiding van het winkeloppervlak in de binnenstad wordt ook door marktpartijen niet langer beschouwd als remedie om de binnenstad op de winkelkaart te houden. In het centrale winkelgebied (Westerhaven, A-kerkhof, Vismarkt, Grote Markt, Herestraat) is recreatief kopen en vergelijkend winkelen het thema. Nieuwe warenhuizen als trekkers van de Grote Markt kunnen daaraan bijdragen. Buiten dit centrale winkelgebied hebben zich straten en gebieden specifiek ontwikkeld met eigen doelgroepen en sfeer. Dit willen we bevorderen door mee te werken aan transformatie van panden naar andere functies of het toestaan van meerdere functies (winkels/horeca).

Gemeentelijk pdv-beleid

Voor perifere detailhandelsvestigingen zijn diverse locaties aangewezen in de stad Groningen. Op bijna alle bedrijventerreinen is momenteel pdv als branche toegestaan. Op het nieuw aan te leggen bedrijventerrein Westpoort is perifere detailhandel alleen toegestaan met vrijstelling van burgemeester en wethouders.

Het beleid van de gemeente wil de ontwikkelingskansen van Hoendiep (incl. Peizerweg/Vesta), Driebond en Sontplein als specifieke themagerichte pdv-locaties optimaliseren. Gegeven de in het verleden geconstateerde marktruimte in de branche woninginrichting is het gemeentelijk beleid erop gericht het Hoendiep met name met woninginrichting (meubels) te versterken. Voor Driebond-Oost geldt ook een duidelijk thema: auto's. Voor de andere terreinen geldt de gebruikelijke pdv-typering, hier mogen - met andere woorden - ook de bouwmarkten en tuincentra gevestigd worden. Verder zijn er ook enkele solitaire pdv-locaties, zoals Vos, Hornbach en Karwei.

Het Sontplein kent, naast het onderdeel keukenboulevard, geen duidelijk thema. Waar het huidige bestemmingsplan Sontplein detailhandel toelaat is de volgende bedrijvigheid mogelijk: detailhandel in volumineuze goederen, te weten auto's, boten, caravans evenals tuincentra,

inrichtingscentra voor kantoorinterieur, keukens en sanitair, bouwmarkten, maximaal één woonwarenhuis, evenals bij de functie behorende postorder- en bezorgdiensten en ten behoeve van het woonwarenhuis een horecagelegenheid. Alle met een minimale omvang van 1000 m². Door de aanwezigheid van een grote trekker (IKEA) functioneert het gebied rondom het Sontplein als pdv-locatie prima. De laatste tijd zien we echter ook leegstand (oude IKEA-pand).

Gemeentelijk gdv-beleid

Voor grootschalige detailhandelsvestigingen (gdv) geldt dat alleen de Westerhaven en een deel van de Euroborg zijn bestemd voor grootschalige detailhandel in niet-volumineuze goederen. Alle detailhandel, inclusief grootschalige detailhandel, is toegestaan in de binnenstad (binnen de diepenring). De gdv-locatie Westerhaven ligt als zgn. schil-locatie aan de rand van de binnenstad en heeft positieve effecten op de binnenstad (Goudappel en Coffeng, detailhandelonderzoek). Het concept voldoet niet helemaal aan de criteria voor grootschalige detailhandel maar de waardering voor de Westerhaven is groot. Er is een duidelijke verschuiving te zien van de bezoekersdruk naar het westen van de binnenstad, richting Westerhaven (Droogh Trommelen en Broekhuis). De Euroborg is specifiek bestemd voor grootschalige detailhandel op het gebied van sport en leisure.

3. Nieuw rijks- en provinciaal beleid

Sinds de jaren negentig is in Nederland een restrictief (= beperkend) rijksbeleid gevoerd voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen. Hierbij streeft het rijk een tweeledige doelstelling na. Enerzijds de winkelfunctie van de binnensteden en andere bestaande winkelconcentraties handhaven, anderzijds de dynamiek in de detailhandel bevorderen. Tot nog toe heeft dit een remmend effect gehad op de ontwikkeling van grote (weide)winkels en winkelcentra buiten de stad.

De nieuwe rijks-Nota Ruimte kent geen specifiek ruimtelijk beleid meer voor de detailhandel. De nota zet in op geïntegreerd beleid voor bedrijven en voorzieningen (incl. detailhandel) en op decentralisatie van ruimtelijke bevoegdheden. Provincie en gemeente zouden samen het beleid moeten formuleren. Ervaringen in o.a. Oost-Duitsland en Groot-Brittannië leren dat een dergelijke versoepeling kan leiden tot een snelle verandering in de detailhandelsstructuur. Ook in Nederland zijn tal van initiatieven te verwachten. De tendens is dat schaalvergroting en branchevervaging in de detailhandel zullen doorzetten. Steeds meer bedrijven zullen zich aan de rand van de stad willen vestigen met een steeds breder assortiment.

Deze ontwikkeling bergt zowel kansen als bedreigingen in zich.

Een kans is meer klanten, doordat meer mensen uit de regio naar de stad komen en stadjsers meer artikelen in hun eigen stad kopen.

Een bedreiging is een mogelijke verschuiving van klanten van de binnenstad naar de periferie. Het aantal klanten van de detailhandel in de binnenstad loopt dan terug.

In de Nota Ruimte staat: *De provincies stellen gezamenlijk richtlijnen op met betrekking tot branchebeperkingen voor perifere detailhandel, die vervolgens door het kabinet worden geaccordeerd.* Het IPO (interprovinciaal overlegorgaan) heeft namens de provincies een voorstel gedaan: een minimumpakket, dat sterk aansluit bij het oude pdv-beleid. Het voorstel is inmiddels de Tweede Kamer gepasseerd en de voorgestelde richtlijnen zijn integraal

overgenomen in de Nota Ruimte. Die richtlijnen¹ luiden als volgt.

- De positie van de bestaande winkelgebieden heeft prioriteit. Ruimte voor veranderingen wordt geboden onder de voorwaarde dat de bestaande voorzieningenstructuur niet duurzaam wordt aangetast.
- Vernieuwingen en uitbreidingen vinden plaats binnen of onmiddellijk grenzend aan bestaande winkelgebieden.
- Vestiging van detailhandel in het buitengebied is niet toegestaan.
- Grootschalige winkelvoorzieningen worden bij voorkeur geacommodeerd op binnenstedelijke locaties. Voorzieningen die hier niet ondergebracht kunnen worden, worden met inachtneming van richtlijn 9 geacommodeerd op randstedelijke (perifere) locaties.
- Detailhandel voor niet-frequente doelgerichte aankopen is alleen op perifere locaties toegestaan als deze moeilijk inpasbaar is in bestaande winkelgebieden vanwege volumineuze aard, brand- en explosiegevaar of dagelijkse bevoorrading (abc-goederen, tuincentra, bouwmarkten, keukens en sanitair, woninginrichting waaronder meubels).
- Thematische ontwikkelingen zijn toegestaan (wonen, auto's, ed.) als er aangrenzend aan bestaande centra geen plek is en het thema specifiek aan perifere locaties is gebonden.
- Grootschalige detailhandel met een bovenlokale functie dient aan te sluiten bij bestaande detailhandelsconcentraties en goed bereikbaar te zijn met openbaar vervoer en auto. Zijn geen geschikte locaties voorhanden, dan is ontwikkeling van nieuwe locaties in het stedelijk gebied mogelijk.
- Clusters van grootschalige detailhandelsvoorzieningen kunnen alleen worden geconcentreerd in stedelijke netwerken en stedelijke centra nabij centra/knooppunten met een bovenregionale functie.
- De ontwikkeling van grootschalige detailhandel mag geen - op basis van een te eisen onderzoek aan te tonen - ontwijking van de bestaande detailhandelsstructuur tot gevolg hebben.

Specifieke richtlijnen over nevenassortiment, consumentenverkoop buiten specifieke detailhandelslocaties en ondersteunende detailhandel op bedrijventerreinen zijn buiten de algemene richtlijnen gehouden. Hier ligt een stuk beleidsvrijheid voor de gemeente in samenspraak met de provincie.

4. Mogelijkheden tot verruiming van pdv/gdv

De vraag is hoe we het gemeentelijk pdv/gdv-detailhandelsbeleid kunnen herijken met voldoende draagvlak en passend bij de ontwikkelingen die zich in de detailhandel voordoen. De eerste opgave is te onderzoeken of we moeten blijven bij het restrictieve beleid of meer mogelijkheden voor verruiming moeten bieden.

De tweede opgave betreft twee specifieke locaties. Van de locatie *Sontplein* merken we al op dat deze niet wordt gekenmerkt door een thema - afgezien van het gedeelte keukenboulevard, dat eigenlijk niet voluit functioneert - en dat met name bij de entree van het gebied leegstand (lees achteruitgang) wordt verwacht. Door de verplaatsing van de huidige P+R-functie naar de Skivijver en de ontwikkeling van het transferium aan de Driebondsweg ontstaat een potentieel voor herontwikkeling van dit gebied.

Voor de locatie *Ciboga* is de vraag of deze nog steeds als gdv-locatie bestempeld moet worden of dat een clustering van kleinschalige detailhandel meer in de rede ligt.

¹ Bron: IPO, kenmerk 38017/06

Vernieuwen is noodzakelijk

Pdv en gdv zijn reële ontwikkelingen binnen de detailhandel en moeten dus ook beleidsmatig worden verankerd. Een interessant gegeven hierbij is dat het juist aantrekkelijke en vitale steden zijn die vernieuwing in de detailhandel stimuleren en faciliteren. Deze steden beschikken over bloeiende binnensteden en laten daarnaast een grote groei zien van grootschalig, veelal perifeer gelegen aanbod. Ook Groningen behoort daartoe. Om onze sterke lokale, regionale en bovenregionale verzorgende positie te behouden moeten wij blijven vernieuwen en versterken. Daarbij zal vooral ingespeeld moeten worden op de schaalvergroting in de detailhandel. Deze schaalvergroting kan deels in de binnenstad plaatsvinden. Voor een ander deel van het grootschalig winkelaanbod, met name de meer doelgerichte soorten winkels, bieden perifere vestigingslocaties een uitkomst. Clustering blijft hierbij een belangrijke leidraad, niet alleen vanwege de synergievoordelen, maar ook om onnodige verkeersbewegingen te voorkomen en de consument een duidelijke richting te bieden.

Groningen kan zich met enkele perifere winkelgebieden - qua voorkomen en functionele invulling duidelijk herkenbaar - veel sterker als winkelstad profileren dan met verspreid aanbod of alleen de reguliere winkelcentra. Het complementaire en concurrerende aanbod trekt niet alleen meer en vaker bezoekers naar Groningen, het betekent ook een impuls voor de binnenstad om te blijven veranderen en vernieuwen. Ondernemers worden gestimuleerd actief op de veranderende markt in te spelen, delen van de binnenstad zullen vernieuwen naar andere functies, en dit alles houdt de binnenstad up to date als een winkelgebied dat ook in de toekomst aantrekkelijk blijft. Zo heeft de vestiging van IKEA een positief effect gehad op de regiofunctie van de stad. De binnenstad heeft hiervan geprofiteerd, en de extra concurrentie heeft niet geleid tot een uitholling van de woonbranche. Integendeel, zowel het woonthemacentrum Hoendiep als de boulevard Peizerweg zijn versterkt. Ook de realisatie van het complex Westerhaven is eerder een impuls gebleken voor de binnenstad dan een extra concurrent.

Welke ruimte is er voor pdv-ontwikkelingen?

Het onderzoeksbureau BRO heeft een nadere inschatting gemaakt van de pdv/gdv-markt in Groningen. Dit distributieplanologisch onderzoek wijst uit dat Groningen reeds over een ruim aanbod in de meeste pdv- en gdv-branches beschikt. De innovatie in deze branches heeft in Groningen zowel in de binnenstad als op perifere locaties een plek gekregen. Hieronder een raming van de uitbreidingsruimte in de verschillende pdv- en gdv-branches in de stad Groningen.

In bijlage 2 een specifiek overzicht met een nadere analyse per deelsector en de uitgangspunten voor het onderzoek.

Cijfermatige uitbreidingsruimte in m ²	2005	2015
Woonbranche	-9.100 à -18.850	-1.988 à 4.050
Doe-het-zelf/bouwmarkten	- 10.550	-7.500
Dier & plant	15.152	22.060
Tuincentra	12.460	18.820
Dibevo (dierbenodigdheden en voeders)	500	710
Sport	-1.562	-266
Speelgoed	-110	540
Rijwielen	680	2.260
Electro	1.140	3.335

(Bron: BRO 2006, DPO onderzoek gemeente Groningen)

In sommige van de onderzochte branches bestaat, of ontstaat binnenkort, ruimte voor een verdere uitbreiding van het aanbod, maar in veel branches is er niet of nauwelijks distributieve ruimte.

Voor tuincentra, bruin- en witgoed, dier en plant is distributieve ruimte aan te geven, voor de branche speelgoed in beperkte mate. In de overige branches is niet of nauwelijks ruimte, hetgeen inhoudt dat bij een nieuw aanbod eventueel bestaand aanbod verdwijnt. Dat kan vervelende consequenties hebben maar ook positieve: het nieuwe kan de consument immers meer te bieden hebben dan het oude.

Onderzoek wijst ook uit dat de golf van ‘periferisering’ van de bestaande pdv-branches achter de rug lijkt. Deze branches hebben zich verplaatst of zijn reeds perifeer gevestigd. Een nieuwe pdv-golf vanuit de bestaande branches lijkt niet aanstaande. Daarentegen zien we wel in andere branches en met name in de supermarktsector een toenemende neiging zich aan de rand van de stad of op bedrijventerreinen te vestigen.

Deze onderzoeksresultaten sterken ons in de gedachte dat het bestaande beleid met locaties en criteria voor pdv-branches uitgangspunt moet blijven. Dat is verstandig zowel voor het functioneren van de binnenstad als om ongewenste ontwikkelingen op schaarse bedrijventerreinen tegen te gaan. Er is momenteel nauwelijks marktruimte voor nieuwe locaties en verruiming van het aantal pdv-branches. De ruimte die er nog binnen bepaalde sectoren is willen we gebruiken voor het doorontwikkelen van de bestaande pdv-locaties. Dat moet mogelijk zijn waar sprake is van bedrijfsmatige dynamiek, mits daarvoor de planologische ruimte aanwezig is en mits er strikt wordt gehandhaafd op de branches en criteria. Om wildgroei te voorkomen stellen wij voor een zogenaamde 10-procent-norm in te voeren. Dit houdt in dat een winkel met inachtneming van de minimale omvang van 1.000 m² - die geldt voor pdv-locaties - op 10% van het oppervlak branchevreemde producten mag verkopen, exclusief food, met als maximum 500 m² voor een perifere detailhandelsvestiging van 5000 m² of groter.

Welke ruimte is er voor gdv-ontwikkelingen?

In de binnenstad - Grootschalige winkels, zoals electro, sport en speelgoed, kennen een relatief hoge bezoekersintensiteit en zijn daarmee belangrijke trekkers binnen winkelstructuren. Zij zijn sterk van invloed op de bezoekersstromen in winkelgebieden. Hun locatie is daarmee bepalend voor het functioneren van het omringende winkelgebied, en voor de positie van dit gebied binnen de gehele ruimtelijk-economische structuur. Met name in combinatie met parkeerfaciliteiten worden het belangrijke bronpunten voor komende en vertrekkende bezoekers.

De binnenstad - binnen de diepenring - kent een vrij vestigingsbeleid en dus geen branche- of groottebeperkingen. Dit betekent dat alle grootschalige detailhandel in de binnenstad terecht kan, mits er natuurlijk fysiek ruimte is. Daarnaast hebben we twee locaties aan de rand van de binnenstad gespecificeerd, waar gdv-ontwikkelingen bij uitstek wenselijk zijn. Dit zijn de ‘oude’ bronpunten Westerhaven (gereed) en Ciboga (in ontwikkeling).

We hebben de bronpunten-benadering voor Ciboga destijds verlaten omdat de vraag uitbleef en omdat de provincie eerder clustering dan spreiding voorstond. Wel is de bouw van de parkeergarage voortgezet, maar overigens zijn alle nieuwe ontwikkelingen gericht geweest op

het tegengaan van leegstand in de binnenstad. Echter, zoals in hoofdstuk 1 al aangestipt, de retailmarkt - waarin direct aan consumenten wordt verkocht - is een markt die volop in beweging is. Trends en ontwikkelingen in consumentenvoorkeuren, overheidsbeleid en nieuwe formules van ontwikkelaars en retailers geven het winkellandschap de komende jaren een nieuw karakter. Het aanbod van winkels groeit. Dit leidt tot concurrentie tussen winkelgebieden, maar ook tot een complementair aanbod van retail in de binnenstad, wijkwinkelcentra en winkels aan stadsranden. Zich onderscheiden zal steeds belangrijker worden. Winkelen is bovenal beleving geworden, dat geldt zowel voor funshoppen ('winkelen') als runshoppen ('boodschappen doen'). Ook schaalvergroting is een belangrijke trend. Formules vragen een steeds groter winkel-oppervlak, dat vaak in de binnenstad niet haalbaar is.

Maar ook om onze regionale en bovenregionale verzorgende positie te behouden moeten wij blijven vernieuwen en versterken. Denk aan mogelijke ontwikkeling van een FOC (factory outlet center, 'merkendorp') in de gouden driehoek. Ook de stad moet inspelen op de schaalvergroting in de detailhandel. Deze schaalvergroting kan deels in de binnenstad plaatsvinden. Maar voor een ander deel van het grootschalig winkelaanbod, met name voor de meer doelgerichte soorten winkels, bieden perifere vestigingslocaties uitkomst. Clustering blijft hierbij een belangrijke leidraad, niet alleen vanwege de synergievoordelen, maar ook om onnodige verkeersbewegingen te voorkomen en de consument richting te bieden.

In de binnenstad is niet meer voldoende ruimte om winkelformules boven de 1500 m² te accommoderen. Juist het Sontplein is gezien zijn ligging geschikt voor deze winkelformules. Het ligt op loopafstand van de binnenstad en dat maakt combinatiebezoeken aantrekkelijk. De formules moeten dan een aanvulling zijn op het totale detailhandelsaanbod, waardoor Groningen als koopcentrum van het Noorden aan kracht wint. Daarbij zou het moeten gaan om additionele winkelformules voor een groter verzorgingsgebied dan de regio Groningen. Grootschalige solitaire winkels in de dagelijkse sector worden - naast de bestaande vestiging in Euroborg - niet ondersteund. Dit sluit aan op het basisprincipe van het eerder verwoorde specifieke supermarktbeleid: de bestaande structuur van wijkwinkelcentra mag niet worden ondergraven door nieuwe ontwikkelingen.

De huidige plannen voor Ciboga/Boterdiep omvatten beperkte ruimtelijke mogelijkheden voor grootschalige winkels, in totaal 3200 m². Daarmee is de ruimte voor een echt gdv-cluster eigenlijk te beperkt. Bovendien is de plek vanuit de markt gezien niet optimaal, omdat de bereikbaarheid vanuit de regio te wensen overlaat. Verkeer uit zuidelijke, oostelijke en westelijke richting zal via de ring moeten omrijden dan wel Sontplein of Westerhaven passeren. Detailhandelsontwikkeling op de locatie Ciboga zal zich naar dit inzicht veeleer moeten richten op de lokale bezoeker en klanten uit de directe omgeving, bijv. in de sfeer van schoenen en/of kledingdiscounters. Inzet blijft grootschalige detailhandel, maar als hiervoor onvoldoende belangstelling is kan opknippen in kleinere eenheden aan de orde zijn.

De conclusie moet luiden dat er in de binnenstad wel mogelijkheden zijn voor inpassing van individuele grootschalige winkels, maar niet voor een echte geclusterde gdv-locatie.

Buiten de binnenstad - Vooral vanuit de volgende gdv-branches komen regelmatig verzoeken binnen voor een perifere vestiging: fietsen, audiovisuele apparatuur, geluidsdragers, computers, verlichtingsartikelen, witgoed, schoenen en kleding (beide discount), dierenspeciaalzaken. Om aan die vraag tegemoet te komen - en aldus een actueel vestigingsbeleid te voeren - vinden wij het wenselijk een nieuwe gdv-locatie aan de rand van de binnenstad te benoemen.

Gezien vanuit de bereikbaarheid, de afstand tot de binnenstad, het tot nu toe gevoerde detailhandelsbeleid en de beschikbaarheid van ruimte is er op dit moment maar één locatie die

hiervoor in aanmerking komt, namelijk het Sontplein. Deze locatie voldoet aan de voorwaarden om uit te groeien tot een complementair winkelgebied en kan tevens dienen als bronpunt voor de binnenstad. De vestiging van nieuwe, grootschalige winkels kan leiden tot een verbetering van het verblijfsklimaat en het gevelbeeld richting Sontweg (Eemskanaalzone) en Europaweg (entree van de stad). Als minimum houden we vast aan 1500 m² winkelvloer-oppervlak: kleinere winkels kunnen nog steeds in de binnenstad terecht.

5. Het Sontplein als pdv- en gdv-locatie

Tot de kwaliteiten van het Sontplein behoort de goede bereikbaarheid zowel vanuit de stad als vanuit de regio. Ook de aanwezigheid van het nieuwe Ikea vormt een kwaliteit, evenals het diverse aanbod in pdv-detailhandel, het transferium en de nabijheid van de binnenstad. Als knelpunt onderkennen we de toegankelijkheid (filevorming Europaweg). Ook kan niet van kwaliteit worden gesproken als het gaat om de interne ontsluiting, de spreiding van het aanbod, de mix van functies (geen thema), de omgevingskwaliteit en de loopafstand tot het centrum.

Toch neemt de pdv-locatie Sontplein in het totale aanbod een unieke plaats in. Door de relatief korte afstand tot het entreegebied Damsterdiep en de binnenstad zijn combinatiebezoeken mogelijk en krijgt het binnenstedelijk winkelcentrum een extra impuls. Het Sontplein onderscheidt zich ook van andere locaties door de uitstekende verbinding met de binnenstad per openbaar vervoer (P+R-pendel en Citybus). Vanaf andere locaties zijn de ov-verbindingen met de binnenstad minder van kwaliteit. Zo rijdt ook vanaf de Peizerweg een pendelbus, maar de verbinding vanaf de Sontweg is sneller. De locatie Sontplein heeft meer toegevoegde waarde dan de andere perifere locaties.

De positie van het Sontplein geeft ons aanleiding tot de vaststelling dat een verruiming van het aanbod mogelijkheden biedt. Geen verruiming door het benoemen van meer (pdv-)branches, maar door de locatie te benoemen als gdv-locatie waar grootschalige detailhandel van minimaal 1500 m² wvo zich kan vestigen. Uit het marktonderzoek komt naar voren dat de keus redelijk beperkt is: auto/fiets (zoals een grote Halfords), bruin- en witgoed (bijv. Saturn), dier en plant. Ook de leisure-component is opgenomen: fitness in een hoger marktsegment en speelvoorzieningen zijn in de nota Detailhandel en Leisure genoemd als wenselijk voor Sontplein, Karding en/of Euroborg.

Voor deze branches is distributieve ruimte aanwezig, echter de concrete invulling hangt samen met andere in deze nota aangehaalde beleidsuitgangspunten: uiteraard dient vast te staan dat de formules op het Sontplein regionale trekkracht hebben - in staat moeten worden geacht meer publiek te verleiden tot een bezoek aan de stad - en de gemiddelde verblijfsduur van de consumenten moet zodanig zijn dat er nog tijd is voor een bezoek aan de binnenstad. Samengevat leidt dit tot de volgende plussen en minnen.

Auto/fiets		+
Bruin- en witgoed	+	
Dier en plant		+
Leisure voorzieningen	+	
Bouwmarkten		+
Wonen (keukens en woninginrichting)	-	
Speelgoed		-
Sport		-

Bij elke nieuwe ontwikkeling aan het Sontplein moet de parkeerdruk kritisch in ogenschouw

worden genomen. Het gebied kent momenteel al een hoge verkeersintensiteit, die met de komst van de Berlagebrug mogelijk verminderd of meer gespreid wordt.

6. Voorstel voor actualisering van het pdv- en gdv-beleid

Concluderend blijven we bij het uitgangspunt dat het niet wenselijk is het aantal pdv-locaties te vergroten, nieuwe pdv-vestigingen buiten de bestaande locaties toe te staan of het begrip pdv te verruimen. Het huidige gemeentebeleid in dit kader sluit, inclusief de daarin gehanteerde criteria, goed aan bij de beleidsvoorstellen die het IPO als interprovinciaal overlegorgaan heeft geformuleerd als uitwerking van de Nota Ruimte van de rijksoverheid.

Vanwege de ruimte voor dynamiek in de bestaande pdv-clusters is het wel noodzakelijk per locatie de mogelijkheden voor intensivering en herstructurering te onderzoeken en deze waar nodig ook te bieden. Daarnaast zal er meer handhavend worden opgetreden bij verkoop aan particulieren buiten de aangewezen pdv- en gdv-locaties op bedrijventerreinen.

De dynamiek op de inmiddels ontstane pdv-locaties vraagt ook beleidsmatig aandacht. Waar sprake is van bedrijfsmatige dynamiek moet doorontwikkeling mogelijk zijn, mits daarvoor de planologische ruimte beschikbaar is en mits de branchering strikt wordt gehandhaafd met inachtneming van de minimale omvang van 1000 m² verkoopvloeroppervlak die geldt voor pdv-locaties, en ruimte voor de verkoop van branchevreemde producten - met uitzondering van food - tot 10% van het v.v.o. met een maximum van 500 m². Een shop-in-the-shop-formule is uitgesloten.

Wij stellen voor het Sontplein verder te ontwikkelen als gdv-locatie. Daarbij hanteren we de volgende beleidsuitgangspunten:

Versterking van Groningen als koopcentrum van het Noorden dient uitgangspunt te zijn.

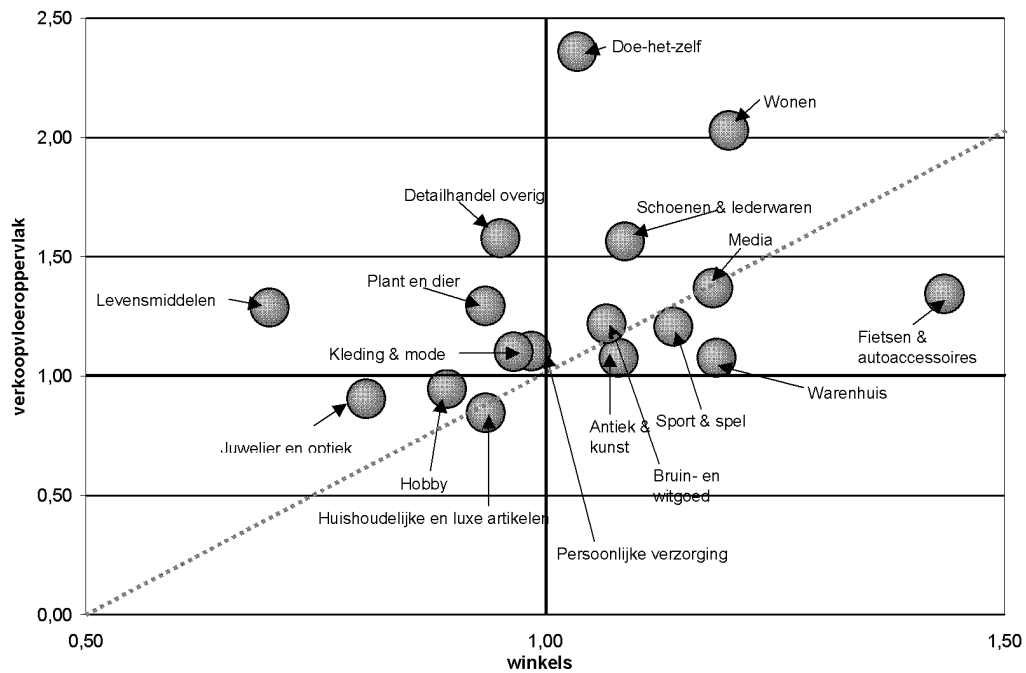
Nieuwe ontwikkelingen op het Sontplein mogen geen schade brengen aan het functioneren van de binnenstad, maar moeten dit functioneren juist versterken. Nieuwe ontwikkelingen moeten daarnaast complementair zijn aan het bestaand aanbod en een bovenregionale markt kennen.

Op basis van marktonderzoek worden de volgende nieuwe branches toegestaan: auto/fiets, bruin- en witgoed. Daarnaast zijn de subbranches toegestaan die vallen onder de branche pdv. Het moet gaan om additionele winkelformules met een groter verzorgingsgebied dan de regio Groningen. De formule moet grootschalig zijn, groter dan 1500 m² bvo. Nieuwe grootschalige solitaire winkels in de dagelijkse sector worden, conform het eerder verwoorde specifieke supermarktbeleid, niet toegelaten. Ten slotte: deze gdv-ontwikkeling heeft het Sontplein als gebiedsbegrenzing.

Groningen, september 2007

—

Bijlage 1: Branchesamenstelling Groningen



Toelichting grafiek

Bovenstaand overzicht van de branchesamenstelling van het Groningse winkelapparaat geeft inzicht in de positionering van de verschillende branches ten opzichte van elkaar én ten opzichte van het landelijk gemiddelde. De grafiek geeft het verkoopvloeroppervlak en het aantal winkels per branche weer. De omvang van het aanbod is afgezet tegen het landelijk gemiddelde voor kernen van 175.000 inwoners of meer, gewogen naar het inwonertal van Groningen (180.600). De waarde 1,00 op de x- en y-as geeft dit landelijk gemiddelde aan, naar respectievelijk aantal winkels en verkoopvloeroppervlak (m² wvo). Een waarde van meer dan 1,00 betekent dat het aanbod in de branche groter is dan dit gemiddelde, een waarde lager dan 1,00 duidt op een kleiner dan gemiddeld aanbod. De diagonale lijn geeft de gemiddelde winkelgrootte weer. Een positie boven deze lijn duidt op relatief grote winkels, een positie daaronder duidt op relatief kleine winkels.

Bijlage 2. Distributieplanologisch Onderzoek PDV/GDV sectoren door BRO (2006)

Voor de berekeningen voor 2015 wordt steeds uitgegaan van een groei van het inwonertal. Verder wordt steeds aangenomen dat het aanbod in de betreffende branche zich versterkt, en daardoor meer lokale en (boven) regionale koopkracht zal trekken. In enkele gevallen is in het licht van de algemene detailhandelsontwikkelingen, verondersteld dat die versterking met name door schaalvergroting gestalte krijgt.

Woonbranche

	2005	2015
Aantal inwoners gemeente	180.600	194.135
Bestedingen woonbranche per hoofd	€ 470	€ 470
Bestedingspotentieel (mln.)	€ 84,9	€ 91,2
Koopkrachtbinding	91%	91%
Totaal gebonden bestedingen (mln.)	€ 77,2	€ 83,0
Koopkrachttoevoeiing (als aandeel van de omzet)	50-55%	55-57,5%
Omzet door toevoeiing	€ 77,2- € 94,4	€ 101,5 - € 112,3
Totale besteding (in mln.)	€ 154,5- € 171,7	€ 184,5 - € 195,4
Omvang woonbranche (m ² wvo)	104.493	104.493
Omzet per m ² wvo (vloerproductiviteit)	€ 1.500- € 1.650	€ 1.775 - € 1875
Vergelijkbaar gemiddelde	€ 1.800	€ 1.800
	-9.100 à -18.850	-1.988 à 4.050

Onderverdeling naar keukens en overige woninginrichting (2005)

Doe-het-zelf/bouwmarkten

	2005	2015
Aantal inwoners	180.600	194.135
Bestedingen per hoofd (in €)	€ 249	€ 249
Totale bestedingspotentieel (mln.)	€ 45,0	€ 48,3
Koopkrachtbinding	97%	98%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 43,6	€ 47,4
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	25%	25%
Omzet door toevoeiing (mln.)	€ 14,5	€ 15,8
Totale omzet (mln.)	€ 58,1	€ 63,2
Totaal m ² wvo	45.342	45.342
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 1.280	€ 1.390
Vergelijkbare gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 1.670	€ 1.670
Cijfermatige uitbreidingsruimte	- 10.550	-7.500

Dier & plant

	2005	2015
Aantal inwoners	180.600	194.135
Bestedingen per hoofd (in €)	€ 145	€ 145
Totale bestedingspotentieel (mln.)	€ 26,2	€ 28,1
Koopkrachtbinding	94%	96%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 24,6	€ 27,0
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	15%	25%
Omzet door toevoeiing (mln.)	€ 4,3	€ 9,0
Totale omzet (mln.)	€ 29,0	€ 36,0
Totaal m ² wvo	13.408	13.408

Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 2.160	€ 2.685
Vergelijkbare gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 1.015	€ 1.015
Cijfermatige uitbreidingsruimte	15.152	22.060

Tuincentra

	2005	2015
Aantal inwoners	180.600	194.135
Bestedingen per hoofd (in €)	€ 60	€ 60
Totale bestedingspotentieel (mln.)	€ 10,8	€ 11,6
Koopkrachtbinding	85%	90%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 9,2	€ 10,5
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	20%	30%
Omzet door toevoeiing (mln.)	€ 2,3	€ 5,7
Totale omzet (mln.)	€ 11,5	€ 15,0
Totaal m ² wvo	8.452	8.452
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 1.280	€ 1.775
Vergelijkbare gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 550	€ 550
Cijfermatige uitbreidingsruimte	12.460	18.820

Dibevo

	2005	2015
Aantal inwoners	180.600	194.135
Bestedingen per hoofd (in €)	€ 26	€ 26
Totale bestedingspotentieel (mln.)	€ 4,7	€ 5,0
Koopkrachtbinding	97%	97%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 4,6	€ 4,9
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	15%	15%
Omzet door toevoeiing (mln.)	€ 0,8	€ 0,9
Totale omzet (mln.)	€ 5,4	€ 5,8
Totaal m ² wvo	2.393	2.393
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 2.250	€ 2.425
Vergelijkbare gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 1.870	€ 1.870
Cijfermatige uitbreidingsruimte	500	710

Sport

	2005	2015
Aantal inwoners	180.600	194.135
Bestedingen per hoofd (in €)	€ 54	€ 54
Totale bestedingspotentieel (mln.)	€ 9,8	€ 10,5
Koopkrachtbinding	80%	90%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 7,8	€ 9,4
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de omzet	30%	35%
Omzet door toevoeiing (mln.)	€ 3,3	€ 5,1
Totale omzet (mln.)	€ 11,1	€ 14,5
Totaal m ² wvo	5.849	5.849
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	1.906	2.482
Vergelijkbare gemiddelde omzet per m ² wvo	2.600	2.600
Cijfermatige uitbreidingsruimte	-1.562	-266

Speelgoed

	2005	2015
Aantal inwoners	180.600	194.135
Bestedingen per hoofd	€ 48	€ 48
Totale bestedingspotentieel (mln.)	€ 8,7	€ 9,3
Koopkrachtbinding	90%	95%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 7,8	€ 8,8
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	20%	22,5%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 2,0	€ 2,6
Totale omzet (mln.)	€ 9,8	€ 11,4
Totaal m ² wvo	3.429	3.429
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 2.860	€ 3.325
Vergelijkbare gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 2.950	€ 2.950
Cijfermatige uitbreidingsruimte	-110	540

Rijwielen

	2005	2015
Aantal inwoners	180.600	194.135
Bestedingen per hoofd (in €)	€ 61	€ 61
Totale bestedingspotentieel (mln.)	€ 11,0	€ 11,8
Koopkrachtbinding	91%	95%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 10,0	€ 11,3
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	20%	22,5%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 2,5	€ 3,3
Totale omzet (mln.)	€ 12,5	€ 14,6
Totaal m ² wvo	4.692	4.692
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 2.670	€ 3.110
Vergelijkbare gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 2.330	€ 2.100
Cijfermatige uitbreidingsruimte	680	2.260

Electro

Benadering huidig en toekomstig economisch functioneren electrobranche

	2005	2015
Aantal inwoners	180.600	194.135
Bestedingen per hoofd	€ 280	€ 280
Totale bestedingspotentieel (mln.)	€ 50,6	€ 54,4
Koopkrachtbinding	94%	95%
Gebonden bestedingen (mln.)	€ 47,6	€ 51,6
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	35%	35%
Omzet door toevloeiing (mln.)	€ 25,6	€ 27,8
Totale omzet (mln.)	€ 73,2	€ 79,4
Totaal m ² wvo	12.545	12.545
Gerealiseerde omzet per m ² wvo	€ 5.835	€ 6.330
Vergelijkbare gemiddelde omzet per m ² wvo	€ 5.350	€ 5.000
Cijfermatige uitbreidingsruimte	1.140	3.335

Bijlage 3. Kabinetsreactie IPO richtlijnen perifere detailhandel

Bijlage 4. Reactie Groningen City Club (GCC), Kamer van Koophandel (KVK), Brancheorganisatie voor het midden- en kleinbedrijf (MKB) en het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (HBD).

Alle aanwezigen zijn het er over eens dat met het voorliggende geformuleerde PDV / GDV beleid gestreefd moet worden om Groningen als koopstad van het Noorden nog meer te profileren. Dit betekent dat we vooruit moeten kijken en dat we nieuwe ontwikkelingen mogelijk moeten maken. Dit mag echter niet ten koste gaan van de binnenstad. Het lijkt dat het omzetplafond per m2 van de binnenstad bereikt is, maar dat er nog wel behoefte is aan meer m2 (schaalvergroting). Vooral aan het Sontplein bestaat deze behoefte vanuit de markt.

Het HBD constateert dat de aanwezige markruimte in de onderzochte PDV / GDV branches door BRO erg klein zijn. We moeten voorkomen dat we in de toekomst teveel ruimte beschikbaar stellen met als gevolg dat daarmee de binnenstad uitholt. Ook moeten we voor het Sontplein een ambitie hebben op het gebied van architectuur en uitstraling. Als voorbeeld wordt genoemd Alexandrium. Deze GDV cluster heeft een uitstraling naar de gehele regio. Dit is ook van belang voor Groningen. Verder is een integrale aanpak noodzakelijk waarbij een visie voor het gehele gebied rondom het Sontplein gemaakt moet worden. Kortom er moet een integrale visie op het plangebied komen en de uitvoering hiervan als voorwaarde laten gelden voor het herzien (lees verruimen) van (de gebruiksvoorschriften van) het bestemmingsplan zo stelt het HBD.

Verder is het van belang dat het gebied voor GDV niet te groot wordt gedefinieerd. Hoe kleiner het gebied hoe meer sturing je kunt geven. Het MKB vult aan dat het vooral moet gaan om kwaliteit en niet zo zeer om kwantiteit. Het concept ‘stad Groningen’ is belangrijk en hiermee dus ook de kwaliteit. Verder stelt het MKB dat we moeten nadenken over een uitvoeringsstrategie (fasering in tijd en locaties).

Het GCC stelt dat een integrale visie op de binnenstad eveneens van belang is. De nota PDV / GDV is maar een onderdeel van het detailhandelsbeleid. Wanneer de nota detailhandel en leisure blijft bestaan in de huidige vorm dan stelt het GCC voor dat er op korte termijn een nieuwe binnenstadsvisie wordt opgesteld. Momenteel staat de verblijfsduur, de kwaliteit van de winkels, het evenementenbeleid, ed. onder druk. Juist voor het evenementenbeleid geldt dat het belangrijk is om op kwaliteit te sturen. Dit komt ten goede aan de merknaam Groningen koopstad van het Noorden – wat ook alles heeft te maken met een doelgroep benadering. Voor wie doe je het...

Verder stelt het GCC dat nieuwe ontwikkelingen, met nadruk op nieuw en niet meer van hetzelfde belangrijk is voor de binnenstad. Alleen dan kunnen we ons profileren.

Het zwaartepunt van de horeca-concentratie moet liggen in de binnenstad en daar waar initiatieven niet passen zal gezocht moeten worden in de directe omgeving van de binnenstad.

Alle aanwezigen stellen dat je moet oppassen dat je op het Sontplein zorgt dat de mensen er te lang blijven. Het is juist voor de binnenstad belangrijk dat we op zoek gaan naar combinatiebezoeken, het moet complementair zijn aan de binnenstad.

In het bestemmingsplan van Ciboga is 3200 m2 GDV-cluster als mogelijkheid opgenomen. Echter het gebied kampt met een imago probleem waardoor grote trekkers zich daar niet willen vestigen. Verder zijn de metrages te klein om van een echt GDV cluster te kunnen ontwikkelen. Daarom is in de nota PDV / GDV voor het Ciboga/Ebbingekwartier gekozen voor integratie van wonen, (kunstvak)onderwijs en detailhandel waardoor dit kan gaan leiden tot een creatief cluster. Alle aanwezigen zijn het met elkaar eens over de gekozen richting.

**Reactienota ‘werk aan de winkel, actualisatie van het beleid voor perifere en
grootschalige detailhandelsvestigingen’**

-overzicht van de inspraakreacties en het antwoord daarop-

De nota werk aan de winkel, actualisatie van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen heeft van 18 april tot en met 17 mei 2007 ter inspraak gelegen. Iedereen is hierop gewezen door middel van een advertentie in de Gezinsbode van 18 april.

Op basis van deze ter inzagenlegging zijn op de nota ‘werk aan de winkel, actualisatie van het beleid voor perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen’ zienswijzen ingebracht en wel door:

- Bestuur bedrijvenvereniging Hoendiep
- Botman Beeld en Geluid
- Meeus bedrijfsmakelaars
- Groningen city club

De zienswijzen van het bestuur van de **bedrijvenvereniging Hoendiep** komen samengevat op het volgende neer:

1. Dat er een te eenzijdig beeld wordt geschetst van de huidige en toekomstige situatie van de detailhandel in de gemeente Groningen. Eenzijdig omdat alleen de situatie aan de Sontweg wordt beschreven en niet die van het Hoendiep. Vult men voor Sontweg de naam Hoendiep in dan gelden alle argumenten ook voor het Hoendiep. Op basis van gelijkwaardigheid dient dezelfde regelgeving van het Sontplein te gelden voor het Hoendiep en de Peizerweg.
2. Dat de 10 procentnorm om branchevreemde producten te verkopen te beperkt is en niet goed is onderbouwd.
3. Dat er op het Hoendiep veel leegstand (tot aan verpaupering) is en er een enorme zuigkracht uitgaat van de bedrijven aan de zuidoostkant van de stad en dat er onvoldoende publiekstrekkingen aanwezig zijn om dit te compenseren. Dit zal alleen maar versterkt worden door de ontwikkelingen aan het Sontplein (extra zuigende werking). Een ander argument is dat aan de Westkant van de stad sprake is van veel woningbouw. De bewoners hebben ook aan deze kant van de stad recht op een evenwichtig en gevarieerd aanbod van winkels.

De zienswijzen van **Botman Beeld en Geluid** komen samengevat op het volgende neer:

4. Dat zij vraagtekens hebben bij het uitgevoerde onderzoek door onderzoeksbureau BRO.
5. Dat het aantrekken van een Saturn zal leiden tot negatieve gevolgen voor de binnenstad (leegstand, verdwijnen werkgelegenheid).

De zienswijzen van **Meeus bedrijfsmakelaars** (beheerder Westerhaven) komen samengevat op het volgende neer:

6. Dat wanneer er een Saturn wordt gevestigd aan het Sontplein de mediamarkt zal vertrekken op de Westerhaven. De aanwezigheid van de Media Markt is nog altijd bepalend voor de continuïteit van het object Westerhaven. De aanwezigheid van de Media Markt aan de Westerhaven en de positie van Westerhaven als specifieke winkelzone moet worden gewaarborgd.

De zienswijzen van de **GCC** (samen met HBD, KVK en MKB) komen samengevat op het volgende neer:

7. Dat met de zogeheten 10 procentnorm een te grote verruiming mogelijk wordt gemaakt. Het GCC stelt dat daarmee een structurele mogelijkheid wordt geboden voor typische binnenstadsbranches perifeer gevestigd worden. Het GCC stelt voor om eerst de consequenties goed in beeld te brengen alvorens deze generieke regeling in te voeren.
8. Dat de handhaving strenger ter hand wordt genomen juicht het GCC toe. Alleen willen zij graag op voorhand weten hoe dit wordt georganiseerd.
9. Dat er geen integrale gebiedsvisie is gemaakt voor het Sontplein en dat het alleen wordt benoemd in de nota dat het er op termijn moet komen en dat er complementariteit tussen het Sontplein en de binnenstad moet zijn.

Voor de complete inspraakreacties wordt verwezen naar de bijlagen;

1. Brief d.d. 8 maart van Botman Beeld en Geluid
2. Brief d.d. 10 april van Meeus
3. Brief d.d. 9 mei van het bestuur van de bedrijvenvereniging Hoendiep
4. Brief d.d. 16 mei van Groninger City Club

Commentaar gemeente op de ingebrachte bedenkingen:

- Ad 1. Door het onderzoeksbureau BRO is op 19 juni 2006 een Distributie Planologisch onderzoek verricht voor de gemeente Groningen welke als onderligger is gebruikt voor de herziene nota. De centrale vragen van het onderzoek zijn als volgt geformuleerd: in hoeverre is er nu en in de nabije toekomst distributieve ruimte in Groningen voor een uitbreiding van het aanbod in de branches wonen, doe-het-zelf (met nadruk op de bouwmarkten), plant en dier (met nadruk op tuincentra) en grootschalig winkelaanbod in de branches electro, sport en kamperen, speelgoed en rijwielen en automaterialen? En wat zijn de mogelijke effecten van een uitbreiding met grootschalig winkelaanbod in deze branches op perifere locaties op de aanwezige detailhandelsstructuur in Groningen (zowel de reguliere winkelcentra als de aangewezen perifere detailhandelsclusters)? Onderzoeksbureau BRO heeft voor de analyses van het aanbod gebruik van data van Locatus.
- Pas toen duidelijk was in welke branches ruimte is voor eventuele uitbreiding is gezocht naar mogelijke locaties. Het Sontplein neemt in het totale aanbod een unieke plaats in. Door de relatief korte afstand tot het entreegebied Damsterdiep en de binnenstad zijn combinatiebezoeken mogelijk en krijgt het binnenstedelijke winkelcentrum een extra impuls. Het Sontplein is in feite een tegenhanger van de Westerhaven. Wanneer we het Sontplein bestemmen als

GDV locatie (wat de Westerhaven feitelijk ook is) komt de stad weer in evenwicht. In het oosten het Sontplein en in het westen de Westerhaven. Het zou onlogisch zijn om aan de westkant (lees Hoendiep) een extra toevoeging mogelijk te maken.

Gezien de leegstand is op de locatie Sontplein actie noodzakelijk. De toekomst van het Sontplein op langere termijn (na 2015) komt ter sprake in het nieuwe structuurplan. Het is duidelijk dat de ontwikkeling van Eemskanaalzone, Damsterdiep en Meerstad een structuurverandering betekent in de stad, en dat het Sontplein daarin zal fungeren als entreegebied voor de binnenstad. De positie van het Sontplein geeft ons aanleiding tot de vaststelling dat een verruiming van het aanbod mogelijkheden biedt. Geen verruiming door het benoemen van meer (pdv-)branches, maar door de locatie te benoemen als gdv-locatie waar grootschalige detailhandel van minimaal 1500 m² bvo zich kan vestigen. Uit het marktonderzoek komt naar voren dat de keus redelijk beperkt is: auto/fiets (zoals een grote Halfords), bruin- en witgoed (bijv. Saturn), dier en plant. Ook de leisure-component is opgenomen: fitness in een hoger marktsegment en speelvoorzieningen zijn in de nota Detailhandel en Leisure genoemd als wenselijk voor Sontplein, Kardinges en/of Euroborg.

Het aantal m²'s in de branches, waarin nog wel ruimte zit, kent zijn beperking. Dit laatste is ook de reden om voor één bepaalde, de meest kansrijke en de meeste voordelen voor de positie van de binnenstad en de regionale koopfunctie van de stad opleverende locatie te kiezen, namelijk de locatie Sontweg.

Voor de branches waar distributieve ruimte aanwezig is, blijft de afweging of de formule voldoet aan de beleidsuitgangspunten: het dient vast te staan dat de formules op het Sontplein regionale trekkracht hebben. Dat de nieuwe formule publiek verleid tot een bezoek aan de stad en de gemiddelde verblijfsduur van de consumenten moet zodanig zijn dat er nog tijd is voor een bezoek aan de binnenstad.

De conclusie is dat het college van mening is dat voor het Hoendiep en de Peizerweg niet hetzelfde regiem moet gelden als voor het Sontplein en Westerhaven.

Ad.2 De 10 procentnorm is feitelijk een afgeleide norm wat momenteel wordt gehanteerd voor de bouwmarkten. De bouwmarkten voeren al geruime tijd branchevreemde producten. Landelijk is het een algemeen hanteerde regeling dat in de PDV branch maximaal 10 procent van het totale assortiment branchevreemd mag zijn. Wij vinden dit iets te ver gaan wanneer je kijkt naar de omvang van binnenstad van Groningen. Daarom stellen wij voor om de ruimte voor branche-vreemde producten te maximaliseren op 500 m². Zo kunnen bedrijven wel blijven groeien zonder dat dit de binnenstad schaadt.

Ad 3. Zie onder ad 1.

- Ad 4. Zie onder ad 1.
- Ad 5. Uit het onderzoek uitgevoerd door onderzoeksbureau BRO blijkt dat er maximaal 3335 m² uitbreidingsruimte voor wit- en bruingoed in de toekomst aanwezig is zonder dat er structuurverstoring optreedt. Wanneer we de huidige ruimte erbij optellen dan past de geplande Saturn binnen dit plaatje. Verder merken wij op dat in het geval wij de ruimte niet bieden, Saturn zich waarschijnlijk in de omgeving van Groningen gaat vestigen.
- Ad 6. De Metro-groep waaronder zowel de Mediamarkt als de Saturn vallen heeft aangegeven dat de vestiging aan de Westerhaven op de plek blijft. Metro-groep zal een huurcontract voor minimaal 10 jaar te ondertekenen voor de Westerhaven. De gemeente moet het breder maatschappelijke belang dienen en kan niet voor één formule eisen stellen. De gemeente is wel bereid om mee te denken aan het verfraaien van het Westerhavencomplex om zo meer bezoekers te trekken naar dit gebied.
- Ad 7. Zie onder ad 1. De 10 procentnorm geldt alleen voor de PDV branch. M.a.w. voor de branches auto's, boten, caravans, bouwmarkten, tuincentra en daaraan annex detailhandel in tuinmeubelen en de gehele woninginrichting branch, keukens en sanitair, kampeerartikelen en kantoorinterieur. Wij verwachten dat alleen de bouwmarkten, tuincentra en de woninginrichting gebruik gaan maken van deze regeling. De bouwmarkten en de woninginrichting maken al op grote schaal gebruik van de gehanteerde regeling. Wij zien dan ook niet dat dit de binnenstad zal schaden want het gaat in ieder geval niet om producten die door speciaal zaken uit de binnenstad verkocht worden.
- Ad 8. Zodra de Raad de nota vaststelt wordt een handhavingplan inclusief capaciteitraming opgesteld en in concept besproken met de GCC.
- Ad 9. Zodra de Raad de nota vaststelt wordt er een integrale visie op het gebied worden opgesteld. De GCC en de bedrijventerrein vereniging Zuidoost zullen hierbij worden betrokken.