

Haren (Gr.), ruimtelijk-functionele onderbouwing bestemmingsplan Raadhuisplein

Gemeente Haren



Haren (Gr.), ruimtelijk-functionele onderbouwings bestemmingsplan Raadhuisplein

Gemeente Haren

Rapportnummer: P000127_3

Datum: 6 februari 2018

Projectteam BRO: Aiko Mein, Rian Vermeulen, Daan Goos, Roeland Mathijssen

Trefwoorden: ruimtelijk-functionele analyse, dagelijkse artikelen, niet dagelijkse artikelen, woningen, horeca, toets ladder voor duurzame verstedelijking

Bron foto kapt:

Beknopte inhoud: Ruimtelijk-functionele analyse en laddertoets ten behoeve van de beoogde nieuwbouw aan het Raadhuisplein in het centrum van Haren. In het nieuwe pand komen woningen op verdieping en detailhandel en horeca op de begane grond. De conclusie is dat de voorgenomen ontwikkeling voor de genoemde functies voorziet in de behoefte, en dat het project bijdraagt aan een versterking van de ruimtelijk-functionele structuur en het verblijfsklimaat in Haren-centrum.

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

Inhoudsopgave

1. INLEIDING	3
1.1 Aanleiding en achtergrond	3
1.2 Vraagstelling en uitgangspunten onderzoek	5
 2. ONDERZOEKSRESULTATEN & LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJKING	 6
2.1 Onderzoeksresultaten en conclusies	6
2.2 Toepassing ladder voor duurzame verstedelijking	7
2.2.1 Detailhandel	7
2.2.2 Horeca	8
2.2.3 Wonen	8
2.2.4 Bestaand stedelijk gebied	9
 3. ANALYSE DETAILHANDEL	 10
3.1 Winkelaanbod Haren	10
Ruimtelijke aspecten	13
3.2 Trends en ontwikkelingen	13
3.3 Ontwikkelingen	15
3.4 Beleidskaders	16
3.5 Economisch functioneren en distributieve uitbreidingsruimte	16
3.5.1 Uitgangspunten berekeningen	16
3.5.2 Huidig functioneren	17
3.5.3 Toekomstig functioneren en uitbreidingsruimte	18
3.5.4 Nuancering berekeningen	19
3.6 Analyse effecten	19
 4. HORECA	 22
4.1 Algemene trends	22
4.2 Marktverkenning	24
 5. WONEN	 26
5.4 Onderbouwing woningbouwbehoefte	26
5.4.1 Ruimtelijk verzorgingsgebied	26
5.4.2 Het instemmingsmodel en de woonvisie als uitgangspunt	27
5.4.3 Kwantitatieve behoefte	27
5.4.4 Kwalitatieve behoefte	30

BIJLAGE

Bijlage 1: Begrippenlijst

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en achtergrond

Initiatief

Het voormalige gemeentehuis aan het Raadhuisplein in het centrum van Haren is gesloopt. Voor het betreffende terrein, dat nu tijdelijk als parkeerplaats in gebruik is, zijn plannen ontwikkeld voor een nieuw pand met de naam Emdaborg. Met de bouw van dit pand ontstaat weer een pleinwand en krijgt het Raadhuisplein weer een meer besloten karakter. Tevens wordt de aansluiting van het plein met de Brinkhorst zowel functioneel als stedenbouwkundig versterkt.

Op verdieping worden in het nieuwe 32 woningen gerealiseerd en op de begane grond komt ruimte voor commerciële functies, te weten:

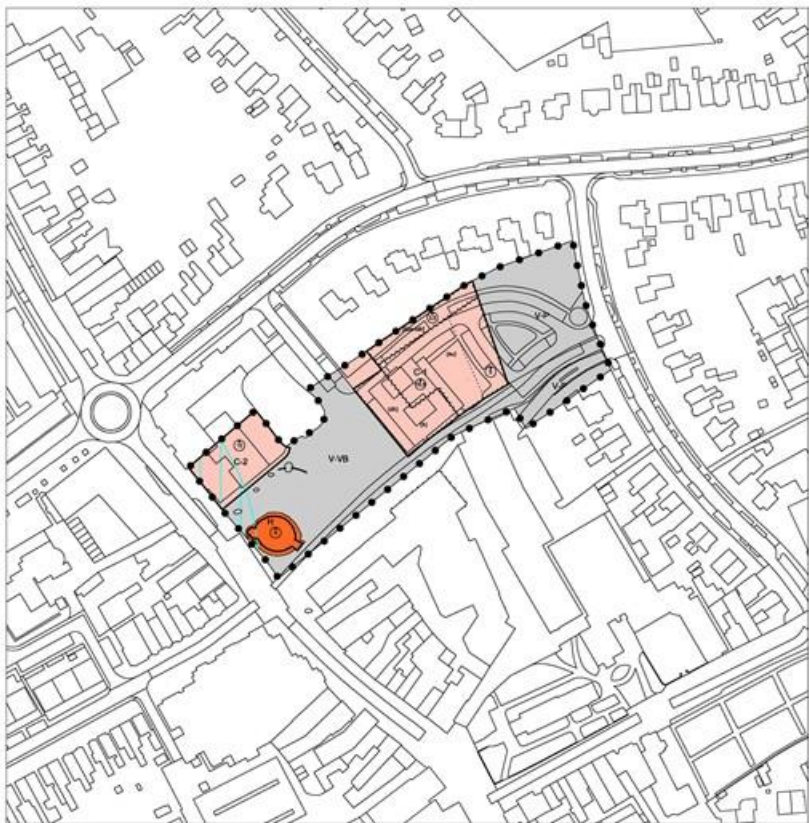
- een supermarkt ca. 1.750 m²;
- Overige detailhandel ca. 200 m²;
- Horeca ca. 350 m².

De supermarktruimte zal ingevuld worden door de nu elders in Haren met een kleine vestiging aanwezige Aldi. De supermarktbestemming zal na de verplaatsing van de oude locatie gehaald worden waardoor er hier dan geen nieuwe supermarkt meer terug kan komen. Aangezien de huidige Aldi ca. 590 m² winkelvloeroppervlakte (wvo) is en in de nieuwe situatie ca. 1.250 m² wvo zal worden, bedraagt de toename ca. 660 m² wvo. De dagelijkse sector kan daarnaast nog met ca. 150 m² wvo uitgebreid worden, waardoor de totale uitbreiding op maximaal ca. 810 m² wvo uitkomt. Door het plan kan de sector niet-dagelijkse artikelen met maximaal 150 m² wvo uitgebreid worden.

In het parkeren wordt voorzien door een parkeergarage onder het gebouw en het achtergelegen Hadera-plein.

Op de ontwikkelingslocatie voor de Emdaborg (C1) is momenteel het bestemmingsplan Komplan Haren 2003 van toepassing. Omdat dit plan het gebruik voor wonen, detailhandel en horeca niet mogelijk maakt, wordt een nieuw bestemmingsplan opgesteld dat is afgestemd op de beoogde nieuwe ontwikkelingen (woningen en andere ruimten in de Emdaborg).

Het nieuwe bestemmingsplan omvat tevens enkele aan het Raadhuisplein, hoek Rijksstraatweg, naast het huidige gemeentehuis gelegen panden (locatie C2). Hier geldt momenteel het Beheersplan Komplan Haren uit 2013. Het nieuwe bestemmingsplan maakt hier een heel beperkte uitbreiding van het winkelaanbod op de begane grond mogelijk door uitbreiding van de bestaande winkels naar voren. In totaal gaat het om ca. 120 m² bvo (= ca. 90 m² wvo) verdeeld over drie units.



Kaart 1.1: Plangebied

Ladder voor duurzame verstedelijking

Met het nieuwe bestemmingsplan wordt een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk gemaakt. Omdat het hierbij om een substantiële toevoeging van functies gaat, zal ter onderbouwing de 'ladder voor duurzame verstedelijking' (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening) doorlopen moeten worden. Dit is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument. Per 1 juli 2017 luidt het tweede lid van art. 3.1.6.: "De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien".

De locatie van de beoogde ontwikkeling bevindt zich binnen bestaand stedelijk gebied. Daarom concentreert de onderbouwing zich op de behoefte aan de ontwikkeling binnen het relevante verzorgingsgebied. Verder wordt aangesloten bij de jurisprudentie omtrent de huidige ladder voor duurzame verstedelijking. In verband hiermee wordt tevens de aanvaardbaarheid van de ontwikkeling ten aanzien van het woon-, leef- en ondernemersklimaat inzichtelijk gemaakt. Hierbij zijn tevens de mogelijke leegstandseffecten van belang.

1.2 Vraagstelling en uitgangspunten onderzoek

Voor het toepassen van de ladder voor duurzame verstedelijking is nader onderzoek nodig naar de relevante functies detailhandel, horeca en wonen. Hierbij wordt per functie de kwalitatieve en de kwantitatieve behoefte aan de ontwikkeling onderzocht. De centrale vraag die aan de basis staat van het onderzoek is:

In hoeverre is er in Haren kwantitatieve en/of kwalitatieve behoefte aan de beoogde toevoeging op het gebied van detailhandel, horeca en wonen op de planlocatie?

Specifiek voor horeca en detailhandel zijn de deelvragen:

- *In hoeverre is er distributieve ruimte in Haren voor een uitbreiding van het horeca-aanbod en het winkelaanbod aan dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen door de realisatie van de Emdaborg, rekening houdend met onder meer een verplaatsing van de Aldi-supermarkt?*
- *Wat zijn de effecten van de vestiging van de met het bestemmingsplan mogelijk gemaakte horeca- en detailhandelsontwikkelingen op de consumentenverzorging, de retailstructuur en de leegstand in Haren?*

Relevant verzorgingsgebied voor detailhandel en horeca

Haren is veruit de grootste kern van de gelijknamige gemeente en het overgrote deel van het winkel- en horeca-aanbod is geconcentreerd in het centrum van de hoofdkern. Dit geldt ook voor de dagelijkse artikelensector, want de aanwezige supermarkten zijn op één na allen in of op hele korte afstand van het kernwinkelgebied gevestigd. Dit kernwinkelgebied omvat de aan de Rijksstraatweg en directe omgeving gelegen winkels en andere voorzieningen.

Hoewel Haren ook klanten trekt uit omliggende plaatsen, waaronder de stad Groningen, heeft het aanbod toch in eerste instantie een lokaal-verzorgende functie, zo blijkt uit de beschikbare koopstroomgegevens. In onderhavige rapportage wordt daarom de kern Haren als het primaire verzorgingsgebied aangehouden. De bovenlokale functie, ook voor de andere tot de gemeente behorende kernen, wordt meegenomen in de gehanteerde koopkrachttoevoering.

Relevant verzorgingsgebied voor wonen

Voor de functie wonen wordt het ruimtelijk verzorgingsgebied aangeduid als de regio Groningen-Assen. Dit komt naar voren op basis van de verhuisbewegingen die we in beeld hebben gebracht vanuit cijfers van het CBS Statline 2017. Hieruit blijkt dat de gemeente Haren ook veel woningzoekenden uit de gemeente Groningen en elders trekt (regio Groningen-Assen). Vandaar dat de onderbouwing van de functie wonen meer in regionaal verband wordt gezien. Daarnaast zien we dat dit aansluit bij samenwerkingsafspraken die in de regio zijn gemaakt tussen Provincies en gemeenten.

2. ONDERZOEKSRESULTATEN & LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

2.1 Onderzoeksresultaten en conclusies

De belangrijkste conclusies uit de deelonderzoeken zijn:

Detailhandel

- De inwoners van de gemeente Haren beschikken over een redelijk uitgebreid aanbod aan dagelijkse artikelenwinkels. Daarbij zijn de meeste supermarkt in of vlak bij het centrum aanwezig. De aanwezige full-servicesupermarkten kennen een moderne maatvoering, maar de Aldi is met ca. 590 m² wvo veel te klein naar de huidige maatstaven van het concern of discounters in het algemeen.
- Omdat de supermarktbestemming bij de verplaatsing naar de Emdaborg van het huidige Aldi-pand afgaat neemt het supermarkt aanbod per saldo door de verplaatsing met ca. 660 m²wvo toe.
- De leegstand in Haren is minder groot dan in kernen van vergelijkbare omvang. Geen enkel leegstaand winkelpand zou qua omvang en/of locatie eventueel geschikt zijn om een supermarkt te huisvesten.
- Uit de distributieve berekening blijkt dat zowel het dagelijkse als het niet-dagelijkse artikelenaanbod in Haren momenteel gemiddeld min of meer normaal functioneert.
- Het planinitiatief past binnen de vigerende voor de detailhandel relevante beleidskaders van zowel de provincie Groningen als de gemeente Haren.
- Naar de toekomst toe is er theoretisch enige distributieve uitbreidingsruimte aan te geven. Die ruimte is bij de dagelijkse sector niet geheel voldoende voor de met het plan mogelijk gemaakte maximale uitbreiding, maar de omzetteffecten blijven dusdanig beperkt dat het hoogst onwaarschijnlijk is dat er verdringing plaats vindt, laat staan onaanvaardbare effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Hierbij speelt ook mee dat het bij de supermarkt om een verplaatsing gaat, waarbij op de bestaande locatie geen supermarkt terug zal komen.

Horeca

- Uit de benchmarkvergelijking blijkt dat de omvang van het horeca-aanbod in de kern Haren aanzienlijk lager ligt dan in referentiekernen. Dit mag worden opgevat als een sterke indicatie voor marktmogelijkheden voor een uitbreiding van het horeca-aanbod.
- De trends en ontwikkelingen geven aan dat onderscheidende horeca meer en meer in voorzieningencentra zoals Haren-centrum wordt ingepast.
- De bestedingen aan horeca nemen al enige tijd weer toe, en landelijk komt in veel leegkomende winkelpanden horeca terug.
- De juiste lichte horeca verlevendigt gebieden en door concentratie van voorzieningen en synergiewerking neemt daardoor ook de levensvatbaarheid van andere voorzieningen toe. Zodoende heeft een extra horecavoorziening aan het Raadhuisplein een positieve invloed op de voorzieningenstructuur en de consumentenverzorging van het centrum van Haren.

- Het ligt het niet in de lijn der verwachting dat er bestaande horeca-aanbieders zullen verdwijnen als gevolg van het initiatief. Het initiatief zal geen negatieve effecten hebben op de leegstand en daarmee ook niet op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat.

Wonen

- Vanuit het regionale instemmingsmodel is de afspraak gemaakt dat de regio Groningen – Assen tot 2030 circa 25.400 woningen zal bouwen. Per jaar komt dat neer op 1.340 woningen. De verdeling van deze opgave is op basis van het woningbehoefteonderzoek uit 2015 en daaruit volgende woningmarktanalyse van 2017 verder naar de verschillende deelregio's gemaakt. Hierin wordt rekening gehouden met een krimpscenario voor inwoners en een groeiscenario voor huishoudens en de woningvoorraad. Uit zowel de woningbouw- en woningmarktmonitor (2017) als de meest recente cijfers van Primos (2016 en 2017) voor zowel de regio als gemeente Haren blijkt echter dat een positievere stijging van de bevolking wordt verwacht. Dit geldt eveneens voor de huishoudens en de woningvoorraadbehoefte.
- In de regio Groningen-Assen is tot 2030 een grote stedelijke woonvraag. Deze vraag verdeelt zich gedeeltelijk over de regio. Haren is een belangrijke gemeente binnen de regio voor huishoudens die de stad Groningen verlaten, maar huisvest eveneens huishoudens uit de andere omringende buurgemeenten.
- Er is vraag naar circa 1.750 woningen in een excellent milieu, waar onder andere de gemeente Haren toe behoort. Deze vraag wordt ingevuld met circa 1.250 woningen (vooral grondgebonden) tot 2030. Dat is onvoldoende om invulling te geven aan de regionale vraag naar excellent wonen. Een deel van het tekort aan plancapaciteit voor excellent wonen kan worden opgelost door het realiseren van appartementen op inbreidingslocaties.
- Bij het initiatief aan het Raadhuisplein is sprake van een inbreidingslocatie en transformatie. Bestaande opstallen (het oude gemeentehuis) met een stedelijke functie zijn inmiddels gesloopt en op locatie worden onder andere nieuwe woningen gerealiseerd. Hiermee sluit de ontwikkeling aan op het beleid dat vernieuwing stimuleert van binnenuit in plaats van een uitleglocatie. Daarnaast is het initiatief gelegen te midden van de voorzieningen in het centrum. Het gaat hier om de toevoeging van een vrij kleinschalig initiatief waar kwaliteit wordt toegevoegd. Dit zijn belangrijke kenmerken die Haren zo aantrekkelijk en tot een excellent woonmilieu maken.

2.2 Toepassing ladder voor duurzame verstedelijking

2.2.1 Detailhandel

Op basis van de analyses is geconcludeerd dat het planinitiatief bij de beoogde winkelinvulling en –omvang kan leiden tot een verbetering van de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur in Haren. Het is gezien de uitkomsten van de berekeningen en de effectenanalyse zeer onwaarschijnlijk dat er als gevolg van het initiatief bestaand winkelaanbod zal verdwijnen. De berekende distributieve ruimte is voor de niet-dagelijkse sector voldoende voor de maximaal mogelijke toevoeging en komt daar in de dagelijkse sector bij in de buurt. Voeg hierbij de te verwachten positieve effecten van de ontwikkeling op de consumentenverzorging (verbetering aanbod), de ruimtelijke winkelstructuur (bron-

punt, bijdrage aan beter functioneren winkelcircuit, sterkere concentratie winkelaanbod), het verblijfsklimaat (aantrekkelijker omgevingskwaliteit, levendigheid Raadhuispleinplein) en de leegstandssituatie (verbetering vestigingsklimaat in met name Brinkhorst), en de conclusie is dat het plan voorzien in een behoefte. Het plan draagt per saldo in kwantitatief en kwalitatief opzicht bij aan een verbetering van het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Haren. Het plan past bovendien in de beleidsmatige kader van de gemeente en de provincie (versterken centrumgebied).

2.2.2 Horeca

Geconcludeerd wordt dat het horecaprogramma (lichte horeca) voldoet aan de ladder. Er is namelijk sprake van zowel een kwalitatieve als een kwantitatieve behoefte aan lichte horeca op de planlocatie. Dit omdat lichte horeca op de beoogde plek aansluit bij de algemene trends en ontwikkelingen, de horecabestedingen toenemen en Haren momenteel over relatief weinig horeca-aanbod beschikt. Voorts leent de planlocatie zich uitstekend voor lichte horeca omdat dit hier een bijdrage kan leveren aan de levendigheid op het plein en dit plein een rustpunt vormt binnen het winkelcircuit. Dat draagt bij aan een verlenging van de verblijfsduur en dat resulteert gewoonlijk in hogere bestedingen, ook in de winkels. Het ligt gezien het voorgaande ook niet in de lijn der verwachting dat er bestaande horeca-aanbieders zullen verdwijnen als gevolg van het initiatief. Het initiatief zal daardoor geen negatieve effecten hebben op de leegstand. De effecten van het planinitiatief zijn daarmee aanvaardbaar voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Haren.

2.2.3 Wonen

Het initiatief Raadhuisplein, waarbij 32 woningen worden toegevoegd, wordt passend geacht binnen de Ladder voor Duurzame Verstedelijking. Er is namelijk sprake van zowel een kwalitatieve als een kwantitatieve behoefte aan zowel de toevoeging van aantallen in het woonmilieu excellent wonen in Haren als het type woningen (appartementen) die geborgd zijn binnen dit initiatief. Daarnaast is er sprake van transformatie op een locatie binnen het bestaand stedelijk gebied. Hiermee sluit de ontwikkeling aan op het beleid dat vernieuwing stimuleert van binnenuit in plaats van een uitleglocatie.

2.2.4 Bestaand stedelijk gebied

In de geconstateerde behoefte per functie kan worden voorzien binnen bestaand stedelijk gebied. De beoogde locatie maakt immers onderdeel uit van het bestaand stedelijk gebied, waarbij de ontwikkeling wordt opgevangen door herontwikkeling van ruimte die voorheen in gebruik was als gemeentehuis en nu tijdelijk als parkeerplaats. Er is hierbij dus sprake van transformatie. Dit is in lijn met de uitgangspunten van de Ladder, te weten duurzaam ruimtegebruik.

3. ANALYSE DETAILHANDEL

In dit hoofdstuk staat de detailhandel centraal. Hierbij ligt de nadruk op de sector dagelijkse artikelen, omdat veruit de grootste uitbreiding via het planinitiatief in deze sector plaats vindt.

3.1 Winkelaanbod Haren

Gemeente Haren

De gemeente Haren telt in totaal 113 winkels met een totale omvang van 22.933 m² wvo. Navolgende tabel geeft de verdeling weer naar hoofdgroepen en kernen. Naar voren komt dat het overgrote deel van het winkelaanbod in de kern Haren aanwezig is.

Tabel 3.1: Aanbod detailhandel Gemeente Haren naar branchegroep en kern

Rijlabels	Haren		Glimmen		Onnen		Totaal Aantal van WVO	Totaal Som van WVO2
	Aantal van WVO	Som van WVO2	Aantal van WVO	Som van WVO2	Aantal van WVO	Som van WVO2		
Dagelijks	24	6.746			1	40	25	6.786
Mode & Luxe	48	7.820	1	36			49	7.856
Vrije Tijd	6	1.183	1	145			7	1.328
In/Om Huis	27	6.522	1	142			28	6.664
Detailh Overig	4	299					4	299
Eindtotaal	109	22.570	3	323	1	40	113	22.933

Per 1.000 inwoners is er 343 m² wvo aan aanbod in de dagelijkse artikelen sector aanwezig. Het landelijk gemiddelde bedraagt ca. 358 m² wvo, en het landelijke gemiddelde voor plaatsen met 15.000-20.000 inwoners 403 m² wvo. Er is in Haren dus minder dagelijks aanbod aanwezig dan gemiddeld. De niet-dagelijkse artikelensector blijft met 16.147 m² qua omvang ruimschots achter bij hetgeen op basis van de landelijke kengetallen verwacht mag worden (ca. 25.000 m² wvo).

Kern Haren

Uit navolgende tabel komt naar voren dat de dagelijkse artikelensector iets achter blijft bij het landelijke gemiddelde voor plaatsen met 15.000-20.000 inwoners. In de niet-dagelijkse sector is het aantal winkels vergelijkbaar, maar de omvang van de verkoopruimte is aanzienlijk minder dan het gemiddelde. Het aanbod is gemiddeld dus kleinschalig. Dit is te verklaren door de beperkte omvang van het aanbod in enkele meer doelgerichte, veelal perifeer aanwezige branches, zoals wonen, doe-het-zelf en plant en dier. De nabijheid van Groningen met grootschalig winkelaanbod op onder meer de locaties Sontplein en Hoendiep vormt hiervoor de verklaring. Hier staat tegenover dat het aanbod in de "recreatieve branches" en vooral kleding en mode in Haren relatief ruim is, zeker gemeten naar aantal

winkels. Dit aanbod bepaalt sterk de uitstraling van Haren als aankoopplaats, te meer daar dit winkel-aanbod sterk in het centrumgebied geconcentreerd is.

Tabel 3.2: Aanbod kern Haren naar hoofdbranche en gemiddelde voor plaatsen met 15.000-20.000 inwoners

	Kern Haren (17.108 inw.)			Vergelijkbare plaatsen		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	20	5.996	300	23	5.946	260
Persoonlijke verzorging	4	750	188	6	915	163
Dagelijkse artikelen	24	6.746	281	29	6.861	241
Warenhuis	1	451	451	1	657	665
Kleding en mode	33	4.820	146	19	3.143	162
Schoenen en lederwaren	3	686	229	4	915	249
Juwelier en optiek	7	448	64	5	342	71
Huishoudelijke en luxe artikelen	4	1.415	354	4	1.118	268
Antiek en kunst				1	144	152
Sport en spel	3	655	218	3	986	312
Hobby	1	65	65	3	225	89
Media	2	463	232	2	385	160
Dier en plant	9	1.414	157	8	3.069	390
Bruin- en witgoed	4	591	148	5	727	159
Fietsen- en autoaccessoires	4	510	128	4	893	228
Doe-het-zelf	2	1.867	934	4	3.796	904
Wonen	8	2.140	268	11	7.278	645
Detailhandel overig	4	299	75	6	1.316	227
Niet-dagelijkse artikelen	85	15.824	186	80	24.993	314
Totaal detailhandel	109	22.570	207	108	31.854	295
Leegstand	11	2.205	200	19	4.183	220

Dagelijkse artikelenaanbod nader beschouwd

Het dagelijkse artikelenaanbod in de kern Haren bestaat uit 5 supermarkten, 15 levensmiddelen speciaalzaken en 4 winkels op het gebied van persoonlijke verzorging. Aan supermarkten is het volgende aanbod aanwezig:

Tabel 3.3: Supermarkten kern Haren

Naam	Straat	Nummer	Winkelgebied	M ² wvo
Albert Heijn	Kerkstraat	27	Centrum Haren	1.397
Jumbo	Kroonkampweg	10	Centrum Haren	1.341
Jumbo	Anjerplein	31	Bebouwde kom	1.328
ALDI-Markt	Jachtlaan	2	Bebouwde kom	589
EkoPlaza	De Brinken	16	Centrum Haren	303
Totaal				4.958

Zowel de Albert Heijn als de beide Jumbo's kennen een moderne maatvoering voor full service-supermarkten. De Aldi is daarentegen erg klein, ook voor een discounter. Discounters maken namelijk de laatste jaren een echte schaalvergrotingsslag door en de nieuwe of vernieuwde winkels zijn gewoonlijk tussen 1.000 en 1.500 m² wvo groot.

Leegstand

De leegstand in Haren omvat 11 panden met in totaal ca. 2.200 m² wvo. Volgens de Locatus-methodiek komt dat over een met 4,6% van het aantal panden en 6,1% van de verkoopruimte. Daarmee is de leegstand relatief beperkt want landelijk bedragen deze percentages voor kernen met 15.000-20.000 m² wvo respectievelijk 7,5% en 8,6%¹. Positief is ook dat er geen structurele leegstand aanwezig is. De meeste leegstand (7 panden, 1.400 m² wvo) valt in de categorie aanvang/frictieleegstand. De leegstand is wel voornamelijk in het centrum aanwezig (9 panden, 1.950 m² wvo). Met name het nieuwe winkelgebied Brinkhorst draagt hier met 3 panden en 846 m² wvo verhoudingsgewijs sterk aan bij.

Figuur 3.1 retailfuncties Haren-centrum



¹ Bron: Locatus retailverkenner

Ruimtelijke aspecten

Zoals gezegd is het aanbod aan winkels en andere publieksgerichte voorzieningen sterk geconcentreerd in het centrum van Haren. Hierbij is sprake van een sterke menig van de retailfuncties. Het meeste aanbod is aan weerszijden van de verkeersluwe Rijksstraatweg gelegen, maar via de Brinkhorst en het Raadhuisplein is er aan de oostzijde ook een winkelcircuit aanwezig. Het bijgevoegde kaartbeeld geeft aan dat de Emdaborg een belangrijk onderdeel kan zijn van dat circuit, met name omdat deze locatie door de beoogde supermarkt tevens een belangrijke bronpunctfunctie voor centrumbezoek zal krijgen. Dit zal een positief effect hebben op het aantal passanten op het Raadhuisplein en in de Brinkhorst, hetgeen weer gunstig is voor het functioneren van de aanpalende winkels en andere voorzieningen.

Figuur 3.2 Impressie centrum Haren



3.2 Trends en ontwikkelingen

De detailhandel in dagelijkse artikelen is volop in beweging. In het navolgende worden de meest relevante algemene trends kernachtig geschetst, met nadruk op de dagelijkse artikelensector.

Trends in consumentengedrag²

- Er wordt vanuit de consument op het gebied van dagelijkse artikelen verlangd naar verantwoorde producten die gemakkelijk te bereiden zijn of ready-to-eat zijn op de momenten die voor de consument logisch zijn. Er wordt minder tijd dan voorheen besteed aan het boodschappen doen en het bereiden van een maaltijd en maaltijdboxen en foodserviceconcepten stijgen dan ook in populariteit. Daarnaast zijn afhaalpunten in opkomst.
- De verandering in samenstelling van huishoudens en de vergrijzing zorgen ervoor dat er andere doelgroepen gaan ontstaan. In Nederland bereikt de vergrijzing een hoogtepunt in 2040, wanneer het land 4,8 miljoen 65-plussers telt. Deze nieuwe senioren hebben naar verwachting andere koopgewoonten dan de huidige generatie 65-plussers. Maar zij blijven behoefte hebben aan dagelijkse artikelen. Bekend is in ieder geval dat de 65-plussers relatief veel geld over hebben voor gezonde en luxe voeding. Zij besteden ook niet minder in supermarkten dan de andere leeftijdsgroepen.

² Onder meer gebaseerd op o.a. Rabobank (2017). Cijfers en Trends. Supermarkten.

- De bestedingen in de dagelijkse artikelensector nemen al geruime tijd jaarlijks gestaag toe (om en nabij 2% per jaar). Na meerdere moeilijke jaren groeien ook de omzetten in de verschillende tot de niet-dagelijkse artikelensector behorende branches weer. De verwachting is dat met de huidige economische groei, ook de groei van detailhandelsbestedingen nog enige tijd zal aanhouden.
- De consument koopt steeds meer levensmiddelen online. Toch is het aandeel online, ten opzichte van de totale omzet in de dagelijkse sector, nog altijd zeer beperkt (< 2% in 2016)³. Uit onderzoek van Supermarkt & Ruimte blijkt dat het aandeel online bij geen enkele supermarkt-artikelgroep boven de 5% uitkomt⁴. Een verdere groei wordt wel verwacht, maar een zeer sterke toename is onwaarschijnlijk.

Ontwikkeling in de sector dagelijkse artikelen

De dagelijkse artikelen sector in het algemeen en de supermarktenbranche in het bijzonder zijn de laatste jaren sterk in beweging.

- De afgelopen jaren heeft over de hele linie schaalvergroting plaatsgevonden. Voor een rendabel functioneren is vaak een groter verkoopvloeroppervlak nodig. Nieuwe, moderne service-supermarkten hebben landelijk gemiddeld een omvang van circa 1.250 - 1.750 m² wvo, terwijl ook moderne discountsupermarkten al ca. 1.000-1.500 m² wvo omvatten⁵.
- Binnen de levensmiddelensector vormen supermarkten ca. 80% van het aandeel voor wat betreft omzet en werkgelegenheid. Qua vloeroppervlak is dit aandeel 70%.
- De concurrentie voor (traditionele) supermarkten neemt toe. Enerzijds komen er door branchevervaging steeds meer aanbieders op de markt met een dagelijks assortiment, zoals Ikea, Hema en Action. Tegelijkertijd groeit ook het aandeel online. Daarnaast doen supermarkten zelf ook aan branchevervaging / blurring door zich steeds meer te vermengen met horeca, zoals de integratie van La Place door Jumbo⁶ of de actiematige verkoop van non-foodartikelen (Aldi, Lidl).
- Het merendeel van de online-verkoop wordt nog thuisbezorgd, maar verliest wel aandeel aan afhaalpunten. De belangrijkste reden hiervoor is dat de consument bij voorkeur zelf bepaalt wanneer hij of zij de boodschappen afhaalt⁷. Een aantal grote supermarktketens oriënteert zich steeds meer op afhaalpunten terwijl tegelijkertijd nieuwe concepten starten die wel boodschappen thuisleveren zoals de online supermarkt Picnic en de maaltijdboxen van onder andere Hello Fresh.
- Supermarkten hebben te maken met een hybride consument. Een supermarkt moet daarom of zo goedkoop mogelijk zijn, of een meerwaarde creëren om consumenten te trekken⁷. Daarnaast ontstaan concepten met een hoge toegevoegde waarde, zoals het bieden van volledige service. Conceptontwikkeling is essentieel en hierbij moet worden ingespeeld op de locatie en de klanten die er komen.
- Mede door het alsmaar veranderende consumptiegedrag valt de aankoop en de consumptie van levensmiddelen steeds vaker samen. Dit uit zich in zeer uitgebreide versmarkten in grootschalige supermarkten (Jumbo, Albert Heijn) en een toename van gespecialiseerde supermarkten (Marqt en Estafette) en kleinere gemakswinkels (Spar City Stores).

³ Distrifood (2015). Marktaandeel van online knalt naar 2,2 procent.

⁴ Supermarkt en Ruimte (2015). Online supermarkt omzet deert omzet fysieke supermarkt (nog) niet.

⁵ Detailhandel.info (2017). Supermarkten.

⁶ Rabobank (2017). Cijfers en Trends. Supermarkten.

⁷ Deloitte (2015). Consumentenonderzoek 2015.

Conclusie

De consument wil enerzijds meerwaarde in de vorm van service en anderzijds verlangt de consument goedkope producten. Het initiatief om in Haren de Aldi te verplaatsen en te vergoten speelt dus in op de wensen van deze hybride consument: Aldi is immers een discounter en het serviceniveau wordt met de nieuwe winkel hoger (ruimere gangpaden, aantrekkelijker indeling winkel, betere parkeermogelijkheden). Daarnaast voegt Aldi in haar nieuwste winkels ook meer service elementen dan voorheen toe (afbakbroodjes, meer nadruk op vers). Het planinitiatief speelt hiermee in op trends en ontwikkelingen in consumentengedrag en aanbod.

Trends niet-dagelijkse detailhandel

Landelijk worden voor centra zoals Haren aspecten als snelheid, bereikbaarheid, gemak en comfort steeds belangrijker. Vrij parkeren speelt hierin een rol, omdat de consument voor de boodschappen vaak ook keuze heeft uit andere centra zonder betaald parkeren. Het winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector neemt in dit soort plaatsen in totaliteit ook af, met name als gevolg van het toenemende belang van internet als aankoopkanaal. De consument heeft daarnaast ook veelal de keuze uit de grotere binnensteden of perifere winkelclusters. Het niet-dagelijkse winkelaanbod krijgt zodoende een meer functioneel karakter. Dit wordt versterkt door opschaling van bestaand, meer doelgericht bezocht, niet-dagelijks winkelaanbod. Voorbeelden zijn huishoudelijke artikelen (Blokker), textielsuipers (Zeeman) of warenhuizen (Hema). De verwachting is dat het echt recreatief bezochte winkelaanbod (bijvoorbeeld mode en schoenen) in plaatsen als Haren op termijn verder zal afnemen, maar toch staan dergelijke centra minder onder druk dan van de centra van grotere kernen, omdat het recreatieve winkelaanbod van oudsher beperkt ofwel heel specialistisch is. Voorts bieden de ontwikkelingen ook kansen voor nieuwe innovatieve concepten, waarin detailhandel vaker met horeca en dienstverlening wordt gemixt.

3.3 Ontwikkelingen

Bevolking

De gemeente Haren had medio augustus 2017 19.738 inwoners, waarvan er 17.108 in de hoofdkern woonden en de rest in de kernen Glimmen, Onnen en Noordlaren⁸. Begin 2017 waren er 19.570 inwoners en begin 2015 ca. 18.500. Daarmee is er de afgelopen jaren sprake geweest van een aanzienlijke bevolkingsgroei, hetgeen in tegenspraak is met de bevolkingsprognoses. De Primos-prognose geeft, uitgaande van 1-1-2016, bijvoorbeeld nog een groei tot 19.776 in 2025 aan. Maar het huidige aantal inwoners ligt al vrijwel op dit niveau en zijn nog diverse woningbouwplannen. BRO acht een verdere groei in de komende 10 jaar waarschijnlijk. Voorzichtigheidshalve wordt hier een toename tot ca. 20.250 inwoners in 2028 aangehouden (= ca. + 50 per jaar)⁹. Deze groei zal volledig in de hoofdkern plaats vinden, en het aantal inwoners hier bedraagt dan ca. 17.620.

⁸ Bron: website gemeente Haren.

⁹ Broekhuis Rijs Advisering gaat in haar rapportage "Gemeente haren Actualisatie Distributie planologisch onderzoek" uit februari 2017 uit van 20.500 inwoner in 2023.

Ook in de omgeving van Haren wordt een groei van het aantal inwoners verwacht, met name in de stad Groningen. Dit is positief omdat daarmee ook het bezoekerspotentieel voor de voorzieningen in Haren toeneemt.

Plannen en initiatieven

Er zijn geen andere relevante plannen voor een uitbreiding van het winkelaanbod bekend dan het project aan het Raadhuisplein.

3.4 Beleidskaders

Provincie Groningen

De Omgevingsvisie 2016-2020 en de Omgevingsverordening geven aan dat ontwikkelingen zoveel mogelijk plaats dienen te vinden binnen het bestaand stedelijke gebied. Daarbij zijn de gemeenten primair verantwoordelijk voor de ruimtelijke kwaliteit binnen het stedelijke gebied.

Gemeente Haren

In haar Centrumvisie Haren geeft de gemeente aan in te zetten op een versterking van het winkelaanbod, met name in het centrum. De komst van een nieuwe, grote supermarkt in het centrum past hierin omdat een dergelijke winkel veel publiek trekt. Als een supermarkt op een andere locatie vrijkomt, dan is de gemeente bereid actief mee te denken met eigenaar en/of initiatiefnemers over een andere detailhandelsfunctie (niet-dagelijks).

Conclusie

Aangezien de beoogde ontwikkelingen aan het Raadhuisplein binnen het stedelijke gebied vallen, een versterking van het supermarktaanbod in het centrum betekenen, bijdragen aan een verbetering van de ruimtelijke kwaliteit in het centrum en de supermarktbestemming van de oude Aldi-locatie afgehaald wordt, passen ze in het provinciale en gemeentelijke beleidskader.

3.5 Economisch functioneren en distributieve uitbreidingsruimte

3.5.1 Uitgangspunten berekeningen

Bestedingen

Landelijk bedragen de gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking over 2016 voor dagelijkse artikelen € 2.606,- (excl. BTW) en voor niet-dagelijkse artikelen € 2.431,-¹⁰. Dit cijfer wordt gewoonlijk naar de lokale situatie gecorrigeerd indien het inkomensniveau in het verzorgingsgebied meer dan 5% afwijkt van het landelijke gemiddelde van € 23.400,-. Het gemiddeld inkomen per inwoner in Haren bedraagt € 29.600,-¹¹. Dit is een verschil van 26,5% ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Rekening houdend met de inkomenselasticiteit bedraagt de correctie voor dagelijkse artikelen een kwart

¹⁰ INretail (2016). Omzetkengetallen 2016 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, september 2017.

¹¹ CBS Statline (2015). Kerncijfers wijken en buurten 2015 – inkomen

van het verschil (= + 6,6%), voor niet dagelijkse artikelen de helft (= + 13,25%). De bestedingscijfers per inwoner komen daarmee voor Haren uit op:

- Dagelijkse artikelen • 2.779,-;
- Niet-dagelijkse artikelen • 2.753,-.

Naar de toekomst toe worden deze bedragen gelijk gehouden. Weliswaar zal het aandeel e-commerce in beide sectoren nog wel toenemen, maar dit wordt gecompenseerd door de verwachte absolute groei van de bestedingen door de economische groei.

Koopstromen

Uit het Kopstromenonderzoek Provincie Groningen 2016-2017¹² komt een koopkrachtbinding voor de dagelijkse sector op de kern Haren van 90% naar voren en voor de niet-dagelijkse sector van 44%. Dit zijn op zichzelf goede scores gezien de aard en omvang van het aanbod. Het aandeel omzet van buiten de kern (koopkrachttoevoeiing) bedroeg voor dagelijkse artikelen ca. 17% en voor niet-dagelijkse artikelen 42%. De indruk van BRO is dat het aandeel omzet van buiten de kern in de dagelijkse sector in de praktijk mogelijk wat hoger ligt, mede door de parkeerproblematiek bij de Albert Heijn Hereweg in Groningen Zuid. Bovendien is er ook sprake van enige toeristische toevoeiing. Hier wordt daarom 17-20% aangehouden.

Omdat door het project Raadhuisplein met name de dagelijkse sector versterkt wordt, zal dit resulteren in een iets hogere koopkrachtbinding en meer omzet van buiten. Bij dit laatste speelt ook mee dat de Aldi in Groningen-Zuid kleinschalig is (ca. 620 m² wvo). Voor de niet-dagelijkse artikelensector is de maximale toevoeiing dusdanig beperkt dat dat niet te meten effecten zal hebben op de koopstromen. De huidige cijfers worden daarom ook voor de toekomstige situatie gehanteerd.

3.5.2 Huidig functioneren

Op basis van de vraag- en aanbodanalyse van de bestaande situatie in de sectoren dagelijkse en niet-dagelijkse artikelen sector is een benadering gemaakt van het huidig economisch functioneren.

Tabel 3.4: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse sector

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners	17.108	17.108
Bestedingen per hoofd (dagelijkse artikelen in €)	2.779	2.753
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	47,5	47,1
Koopkrachtbinding	90%	44%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	42,8	20,7
Koopkrachttoevoeiing als aandeel van de reguliere omzet	17-20%	42%
Koopkrachttoevoeiing absoluut (€ mln.)	8,8-10,7	15,0
Totale omzet	51,6-53,5	35,7
Totaal m ² wvo	6.746	15.824
Omzet per m ² wvo	7.650-7.930	2.258
Gemiddelde vloerproductiviteit landelijk (per m² wvo)	Ca. 8.100	Ca. 2.000

¹² Broekhuis Rijs Advisering april 2017

In de huidige situatie ligt de gemiddelde vloerproductiviteit in de dagelijkse sector theoretisch iets beneden het landelijke gemiddelde, en daarmee is het functioneren normaal te noemen. In kleinere kernen zoals Haren ligt de omzet per m² wvo veelal iets lager dan het landelijke gemiddelde omdat de zaken vaak relatief groot zijn en de huisvestingslasten relatief laag.

In de niet-dagelijkse sector ligt de theoretisch behaalde omzet per m² wvo boven het landelijke gemiddelde, maar bedacht moet worden dat Haren verhoudingsgewijs weinig aanbod in de branche wonen, doe-het-zelf en plant en dier kent. Juist in deze branches ligt de gemiddelde omzet per m² wvo laag door de grootschaligheid van het aanbod. De conclusie is daarom dat het niet-dagelijkse winkelaanbod momenteel ook normaal functioneert.

3.5.3 Toekomstig functioneren en uitbreidingsruimte

Naar de toekomst toe ontstaat in beide sectoren distributieve ruimte door de bevolkingsgroei en in de dagelijkse artikelensector ook door het effect van de vernieuwing op de koopstromen. Dat is in de sector niet-dagelijkse artikelen ruim voldoende voor met het bestemmingsplan mogelijk gemaakte toevoeging. In kwantitatieve zin is de berekende ruimte niet geheel toereikend voor de maximale toevoeging in de dagelijkse sector (per saldo 900 m² wvo), maar het verschil is beperkt.

Tabel 3.5: Benadering huidig en toekomstig functioneren dagelijkse sector

	Dagelijkse artikelen	Niet-dagelijkse artikelen
Aantal inwoners	17.620	17.620
Bestedingen per hoofd (dagelijkse artikelen in €)	2.779	2.753
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	49,0	48,5
Koopkrachtbinding	95%	44%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	46,5	21,3
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de reguliere omzet	20%	42%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	11,6	15,4
Totale omzet	58,1	36,7
Totaal m ² wvo	6.746	15.824
Omzet per m ² wvo	8.610	2.320
Benodigde vloerproductiviteit landelijk (per m² wvo)	Ca. 7.930	Ca. 2.250
Haalbaar m ² wvo	7.330	16.310
Distributieve uitbreidingsruimte (m² wvo)	580	490

De uitbreiding van de dagelijkse sector aan het Raadhuisplein heeft bovendien betrekking op specifiek aanbod, namelijk een Aldi-supermarkt en "dagwinkel". Dit aanbod kent een gemiddeld lagere omzet per m² wvo dan het landelijke gemiddelde voor de sector dagelijkse artikelen als geheel. Landelijk genereert Aldi een omzet per m² wvo van € 6.750,-, tegen € 8.311,- voor de supermarkten gemiddeld. Ook de levensmiddelen speciaalzaken en persoonlijke verzorgingswinkels kennen een lagere vloerproductiviteit: (resp. € 7.252,- en € 6.570,-). Er kan dus specifiek voor de ontwikkeling uitgegaan worden van een relatief lage normvloerproductiviteit (aanneame: ca. € 7.000,-). De toename van het be-

stedingspotentieel is € 58,1 mln. minus € 53,5 mln. = € 4,6 mln. Deling door € 7.000,- geeft een uitbreidingsruimte van ca. 660 m² wvo. Ook dan is er nog een verschil, maar minder dan bij de eerdere berekening.

3.5.4 Nuancering berekeningen

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 woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het 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 op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur per saldo positief zijn.

3.6 Analyse effecten

Effecten op de consumentenverzorging

Met de verplaatsing van de Aldi en de toevoeging van enig ander winkelaanbod worden de keuzemogelijkheden voor de inwoners van Haren en omgeving in bescheiden mate uitgebreid. Belangrijker is echter dat het supermarktaanbod door de verplaatsing van de Aldi kwalitatief gezien aanzienlijk verbetert (modernere, grotere discount-supermarkt). Indirect zal dat ook bijdragen aan het behoud van de niet-dagelijkse artikelenwinkels, horecagelegenheden en andere publieksgerichte voorzieningen. Ook dat is weer positief voor de lokale consumentenverzorging.

Omzeteffecten

De verwachting is dat het omzeteffect van het beoogd initiatief op het gevestigd aanbod in de niet-dagelijkse artikelensector gezien de geconstateerde distributieve ruimte nihil zal zijn. De concurrentie zal in een enkele branche misschien iets toenemen, maar daar staat tegenover dat de versterking van de winkelstructuur in het centrum positief is voor het functioneren van andere winkels.

Bij een per saldo toename van het winkelareaal in de dagelijkse artikelensector komt de vloerproductiviteit in 2025 uit op € 58,1 mln.: $7.556 \text{ m}^2 \text{ wvo} = € 7.690,-$. Dat is hooguit 3% beneden het huidige niveau. Een dergelijk daling wordt gewoonlijk tot het ondernemersrisico gerekend. Belangrijker is echter dat de Aldi vooral haar huidige klanten mee zal nemen. Een nieuwe, moderne winkel zal ongetwijfeld ook nieuwe klanten trekken, maar de supermarkt blijft een discounter en is daardoor in belangrijke mate complementair aan de aanwezige andere supermarkten en speciaalzaken. Aldi voert namelijk slechts ca. 1.000-1.500 supermarktartikelen in het assortiment terwijl grotere Jumbo- of Albert Heijnsupermarkten wel ca. 20.000 tot 25.000 artikelen voeren. Een discounter als Aldi wordt overwegend ook veel minder frequent bezocht en meestal als secundaire of tertiaire supermarkt. Het marktaandeel van Aldi is landelijk ook maar beperkt (ca. 5% in de dagelijkse artikelensector, ruim 7% in de supermarktsector). Daar staat tegenover dat deze formule door haar relatieve uniciteit verhoudingsgewijs wel veel bezoekers van verder weg trekt en daarmee een positieve impuls geeft aan de bovenlokale aantrekkingskracht van het centrum van Haren.

Geconcludeerd moet worden dat de beoogde toevoeging geen onaanvaardbare effecten heeft op het bestaande winkelaanbod en niet zal resulteren in extra leegstand. Daarmee zijn de effecten op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat in Haren ook aanvaardbaar.

Ruimtelijke effecten

Omdat de beoogde te (her)ontwikkelen locatie midden in Haren ligt, op zeer korte afstand van de overige winkels en voorzieningen, draagt het initiatief bij aan het functioneel versterken van het dorpshart. De kans op combinatiebezoek met andere winkels neemt toe. Want hoe kleiner de afstand tussen een supermarkt en hoe sterker de zichtrelatie is, des te groter de kans op combinatiebezoek tussen een supermarkt en andere winkels is, zoals onlangs nog onderzocht is.

In de kernverzorgende centra nemen de supermarkten een centrale rol in. Supermarkten zijn door hun omvang en breedte van het assortiment veruit de belangrijkste publiekstrekkers. Een doorsnee-supermarkt trekt ca. 10.000 bezoekers per week. De andere foodspeciaalzaken, winkels en voorzieningen profiteren van de trekkracht van de supermarkten. Mede omdat de consument het bezoek aan een supermarkt vaak combineert met het bezoek aan ander aanbod. Recent onderzoek¹³ komt tot de conclusie dat in dorps- en wijkcentra het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken op een hoog niveau ligt.

- *Gemiddeld loopt ca. 50% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnen tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.*
- *Voorwaarde is wel dat het voorzieningenaanbod, dichtbij moet liggen (max. 80 meter) en zichtbaar moet zijn vanaf de entree van de supermarkt*
- *Gemiddeld ligt het combinatiebezoek door klanten van servicesupermarkten hoger dan bij klanten van discountsupermarkten.*

Door realisatie van het woon-winkelcomplex Emdaborg wordt bovendien zowel de ruimtelijk-functionele structuur als het verblijfsklimaat in het centrum verbeterd. De nieuwbouw resulteert in een intiemer Raadhuisplein en verbetert de visuele relatie met de Brinkhorst. Dit in combinatie met de

¹³ DTNP, Passantenonderzoek trekkersrol supermarkten onder 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra, november 2016

versterking van de bronpuntfunctie¹⁴ draagt bij aan een beter functioneren van het winkelcircuit. Hierdoor verbetert het vestigingsklimaat in met name de Brinkhorst en de kans dat hierdoor de leegstand hier afneemt, neemt toe.

Geen duurzame ontwrichting

Specifiek voor de eerste levensbehoeften, en het planinitiatief voorziet hier qua invulling met detailhandel vooral in, geeft de jurisprudentie aan dat de consument op aanvaardbare afstand van zijn verblijfplaats de boodschappen moet blijven kunnen doen. Met de verplaatsing van de Aldi over korte afstand blijft dit in Haren het geval. Daarmee is er geen sprake van “duurzame ontwrichting” van de voorzieningenstructuur.

Tot slot

De effecten van het realiseren van de Emdaborg zijn voor wat betreft de detailhandel per saldo eerder positief dan negatief voor het centrum van Haren en de consumentenverzorging in deze plaats. Wel kent Haren centrum momenteel al enige leegstand, zij het dat die relatief beperkt is en niet structureel van aard. Geen van de leegstaande panden is echter groot genoeg om een supermarkt te huisvesten. Wel zouden er eventueel kleinere winkels of horecagelegenheden in kunnen komen. Wij wijzen er echter op dat de bijdrage van het nieuwe gebouw aan het functioneren van en het verblijfsklimaat in het centrum van Haren sterk bepaald wordt door de invulling van de relevante plinten. Die invulling bepaalt vooral de mate waarin het nieuwe pand onderdeel wordt van het gehele winkel- en verblijfsklimaat. Daartoe is het noodzakelijk dat er een functionele invulling komt die een aantrekkelijke en open, dus publieksgerichte uitstraling krijgt. Dit kan bereikt worden door een horeca-invulling maar ook door kleinere winkelunits. Deze kleinere units dragen dus mede bij aan het verhogen van de aantrekkelijkheid van Haren-centrum als koop- en verblijfsgebied en leveren zo ook een bijdrage aan het bestrijden van de huidige leegstand.

¹⁴ Locatie waar bezoekers hun bezoek aan een centrumgebied beginnen en ook weer eindigen. Veelal gaat het om een publiektrekkende winkel of combinatie van winkels met bijbehorende parkeerfaciliteiten.

4. HORECA

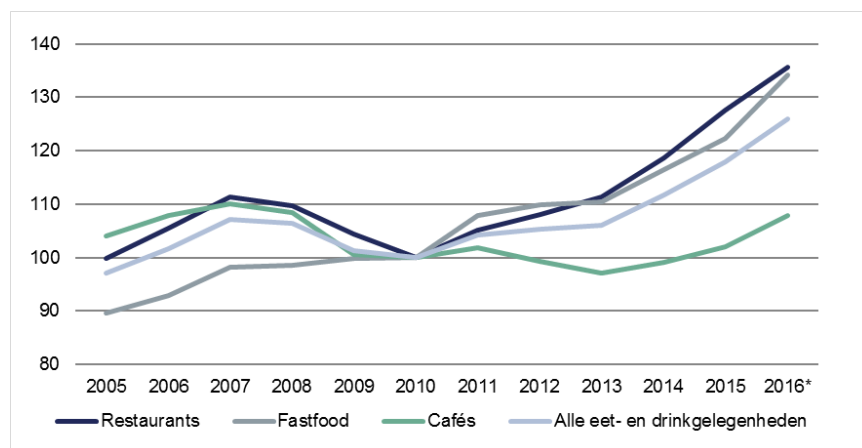
In dit hoofdstuk worden op hoofdlijnen de marktmogelijkheden voor horeca op de planlocatie verkend. Eerst worden de relevante trends en ontwikkelingen in de horeca beschreven. Vervolgens wordt een analyse van de horeca in de kern Haren opgesteld. Hiervoor is gebruik gemaakt van actuele gegevens van zowel HorecaDNA als Locatus. Overigens worden hier alleen de als zodanig geregistreerde horecazaken geanalyseerd. Andere bedrijven of instellingen met horeca-activiteiten (bijv. winkels, sportaccommodaties) vallen buiten de gebruikte definities.

4.1 Algemene trends

Beleving in horeca (trends)

- De **vrijtijdseconomie** toont nog steeds een sterke expansie. Bovenal verwacht de gast een aantrekkelijke, al dan niet bijzondere **'beleving'** en men is in het algemeen bereid daarvoor een faire prijs te betalen.
- De groeiende groep (**koopkrachtige**) **ouderen** wil optimaal genieten van haar ruime vrije tijd. Ook het groeiende aantal kleine huishoudens leidt tot extra consumptie buitenshuis. Het aantal dagelijkse 'eetmomenten' neemt nog steeds toe.
- **De consument is in toenemende mate op zoek naar een unieke ervaring:** producten en locaties met een bijzondere of emotionele lading. Horeca vormt daarbij een onlosmakelijk onderdeel in vermaak en beleving. De belevenis- en betekenis-economie worden dan ook steeds relevanter. Nederland ontwikkelt zich in toenemende mate tot 'leisureland' waar wonen, werken en winkelen niet meer zonder goede horeca- en belevingsconcepten kunnen.
- Het voorgaande uit zich in **toenemende bestedingen en omzet** in de verschillende deelbranches (zie volgende figuur).

Figuur 4.1 Omzetontwikkeling horeca-2005-2016 (CBS Statline 2017)



Ontwikkelingen in de horeca

- Horeca en leisure worden steeds meer met andere functies (zoals detailhandel) gemixt – **‘blurring’** – om meer belevingswaarde te creëren en nieuwe vernieuwende concepten te realiseren. Andersom wenst de horeca ook producten die zij serveert te verkopen; olie, wijn, receptenboek, etc.
- **Schaalvergroting:** De ruimtebehoefte van horecazaken neemt toe, vanwege de gewenste multifunctionaliteit, consumentenbehoefte en/of omzeteisen.
- **Multifunctionaliteit:** horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel soms verschillende doelgroepen. Ook worden vaker recreatieve en culturele activiteiten georganiseerd.
- In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers. Tegen deze achtergrond wordt horeca steeds meer een onderdeel van centrumgebieden zoals dat van Haren. Het verlevendigt gebieden en zorgt voor voldoende kritische massa en passantenstromen, waar ook overige voorzieningen van profiteren.
- **Groei fastservice:** De afgelopen jaren groeit met name het aantal horecazaken in de deelbranche fastservice. Gedacht mag worden aan daghoreca zoals lunchrooms en ijssalons, maar ook zaken gericht op ‘casual dining’.
- **Opkomst specialistische koffieformules en zaken:** landelijk een opvallende ketenvorming, met ook op lokaal niveau veel initiatieven. Bekende spelers zijn Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie.
- Tot slot laat horeca zich, anders dan detailhandel, veel minder leiden door de bestaande vraag- en aanbodstructuur. De juiste onderscheidende horeca **creëert deels zijn eigen markt**.

Trends en ontwikkelingen in relatie tot het planinitiatief

Op basis van de beschreven trends en ontwikkelingen zijn er in beginsel mogelijkheden voor de juiste horeca, op de planlocatie in het centrumgebied van Haren. Met name lichte daghoreca wordt steeds meer in centrumgebieden ingepast. Ook geblurde concepten, waarbinnen retail, horeca en dienstverlening wordt gemixt, zien het licht. De bakkerij wordt lunchroom, de boekhandel krijgt een koffiehoek.

Impressie: Vernieuwende horeca-concepten¹⁵



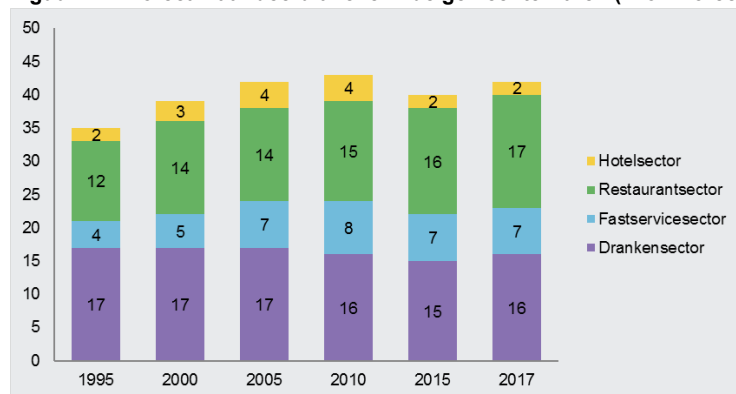
¹⁵ Horecatweepunt.nl en Madebypr.com, trends in horeca

4.2 Marktverkenning

Horeca in de gemeente Haren

Uit de volgende figuur blijkt dat het totale aantal horecazaken nagenoeg stabiel is gebleven in de afgelopen jaren. Wel is het aantal restaurants en zaken in de fastservice toegenomen. Dit komt overeen met de landelijke ontwikkelingen.

Figuur 4.2: Horeca naar deelbranche in de gemeente Haren (Bron Horeca DNA)



Horeca in de kern Haren

Voor de kern Haren maken we gebruik van actuele data van Locatus. In de volgende tabel is het horeca-aanbod vergeleken met hetgeen gemiddeld voorkomt in referentiekernen¹⁶. Geconcludeerd wordt dat er relatief weinig horeca in Haren is gevestigd. Zowel het aantal zaken als de gezamenlijke omvang blijft, over de hele linie, achter bij de referentie. Een verklaring hiervoor is het nabij gelegen regionaal verzorgende horeca-aanbod van de stad Groningen, waarop de inwoners van Haren deels georiënteerd zijn.

Het relatief geringe aanbod in Haren is een indicatie voor marktruimte voor onderscheidende concepten. Met name het aanbod aan drankverstrekkers en fastservice-zaken blijft achter bij de referentie. Het restaurantaanbod is dan weer wat ruimer dan gemiddeld, hetgeen mogelijk verklaard wordt door de gemiddeld ruime beurs van de Harense inwoners. Welgestelden gaan vaker uit eten.

Tabel 4.1: Horeca in Haren in relatie tot referentiekernen (Bron: Locatus 2018)

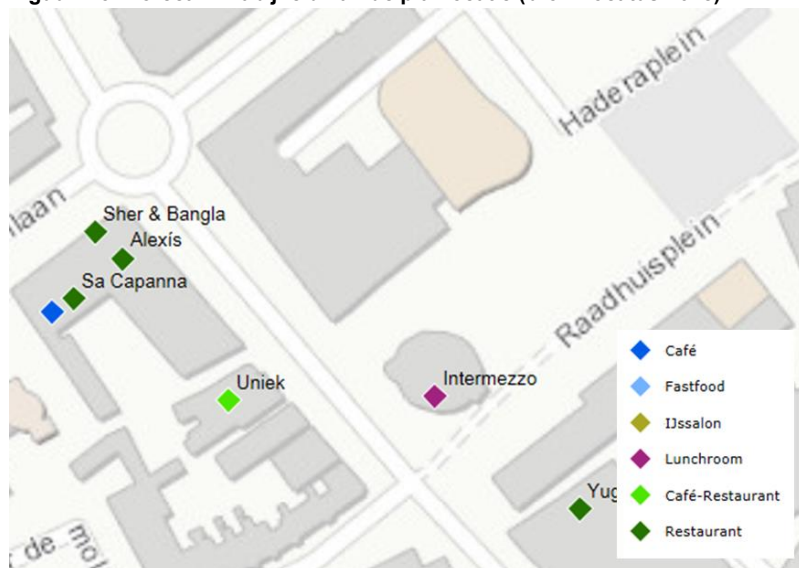
	Kern Haren		Referentie-kernen	
	Aantal zaken	WVO	Aantal zaken	WVO
Drankverstrekker	4	305	6	653
Fastservice	7	529	14	865
Restaurant	14	2.119	13	1.650
Hotel	1	200	2	399
Totaal	26	3.153	35	3.568

¹⁶ Kernen tussen 15.000-20.000 inwoners

Horeca nabij de planlocatie

Rondom de planlocatie is een aantal horecazaken gevestigd, waaronder een aantal restaurants en een lunchroom. Het Raadhuisplein leent zich, gelet op ruimtelijke kwaliteiten en ligging, uitstekend voor aanvullend horeca-aanbod en dit zal het plein verder verlevendigen.

Figuur 4.3: Horeca in nabijheid van de planlocatie (bron Locatus 2018)



In potentie geschikte horeca voor de planlocatie

In het planinitiatief is 350 m² bvo gereserveerd voor horeca. Het ontwerp bestemmingsplan gaat uit van lichte horeca¹⁷ en dat mag vooral worden opgevat als daghoreca, met een beperkte invloed op de omgeving. Ook een 'petit-restaurant' is toegestaan. Geschikte horecazaken zijn bijvoorbeeld lunchrooms, koffiezaken, een broodjeszaak, een tearoom etc.

¹⁷ Een horecabedrijf dat is gericht op het hoofdzakelijk overdag bereiden en verstrekken van (niet of licht alcoholhoudende) dranken en eenvoudige etenswaren aan bezoekers van andere functies, met name functies als centrumvoorzieningen en dagrecreatie, zoals een automatiek, broodjeszaak, cafetaria, croissanterie, koffiebar, lunchroom, ijssalon, petit-restaurant, snackbar, snack-kiosk, tearoom, traiteur, en/of een naar de aard en invloed op de omgeving daarmee gelijk te stellen horecabedrijf. Gemeente Haren, bestemmingsplan, Raadhuisplein, ontwerp 2017

5. WONEN

5.1 Onderbouwing woningbouwbehoefte

5.1.1 Ruimtelijk verzorgingsgebied

Om de woningbehoefte in beeld te brengen, wordt gekeken naar vraag en aanbod aan woningruimte in de zogenaamde relevante regio, ook wel de woningmarkt genoemd. De woningmarktafbakening verschilt per initiatief en valt niet per definitie samen met een bestuurlijke regio. Een belangrijke indicator voor het functioneren van de regionale woningmarkt is het aantal verhuisbewegingen binnen en naar de betreffende gemeente. Op basis van de regionale woningmarktafbakening wordt de kwantitatieve en de kwalitatieve behoefte voor wonen in beeld gebracht.

In deze Laddertoets bakenen we de woningmarktregio af tot de regio Groningen-Assen. Uit cijfers over de verhuisstromen¹ komt naar voren dat het ruimtelijk verzorgingsgebied op deze manier gedefinieerd kan worden. We zien namelijk dat 27% van de vestigers in de gemeente Haren uit haar eigen gemeente zelf komt; in 2016 waren dit 639 verhuisde personen binnen de gemeente. De overige 73% komt vanuit overige gemeenten in Nederland; dit zijn 1766 gevestigde personen tussen gemeente Haren en gemeenten in Nederland. Van deze vestigers is het merendeel uit de gemeenten van de regio Groningen-Assen afkomstig. Het zwaartepunt ligt hierbij op de gemeente Groningen, iets meer dan de helft van de nieuwe vestigers is uit deze gemeente afkomstig. Daarmee zien we dat Haren te duiden valt als overlooptgebied voor de gemeente Groningen. Op basis van de verhuisstromen blijkt dus dat twee derde van de vestigers in gemeente Haren afkomstig is uit haar gemeente zelf of de gemeente Groningen. Dit totaalbeeld wijkt daarmee af van het landelijke beeld, waar ongeveer twee derde van de Nederlanders in de praktijk verhuist of zoekt binnen de eigen gemeente (straal van ca. 10 km)¹⁸.

De afbakening van het ruimtelijk verzorgingsgebied, zijnde regio Groningen-Assen, sluit eveneens aan bij de regionale samenwerkingsafspraken die zijn gemaakt. Ook hier wordt de regio Groningen-Assen (RGA) als kader gebruikt waarbinnen afspraken worden gemaakt over een gezonde en goed functionerende woningmarkt. Deze regio bestaat uit een samenwerking van de provincies Drenthe en Groningen en de gemeenten Assen, Bedum, Groningen, Haren, Leek, Midden-Groningen, Noordenveld, Ten Boer, Tynaarlo, Winsum en Zuidhorn. De RGA kijkt naar de regio alsof het één grote gemeente is. Binnen de regio wil de RGA samenhang in het woonbeleid brengen en afstemming realiseren. Hierbij lag tot op heden de focus op afspraken over aantallen toe te voegen woningen. Naar aanleiding van het door de regio uitgevoerde Woningbehoefteonderzoek uit 2015 is voorgesteld om de wijze van regionale woningmarktsturing aan te passen. Centraal hierin staat het advies om bij het afstemmen van de toekomstige woningbehoefte niet alleen te kijken naar het aanbod in aantallen, maar ook

¹⁸ CBS Statline, juli 2017

² woningmarktanalyse regio Groningen-Assen 2017-2030, 2017

naar de bijbehorende woonmilieus en de kwaliteit van de bestaande woningvoorraad. Hiervoor dient de woningmarktanalyse 2017-2030 als basis ².

5.4.2 Het instemmingsmodel en de woonvisie als uitgangspunt

De oorsprong van de woningbehoefteonderzoek (2015) en de woningmarktanalyse (2017) ligt in de afspraken die in 2012 door de regionale gemeenten en provincies gemaakt zijn op het vlak van woningbouw. Doel van de afspraken was meer balans aan te brengen in het aanbod van locaties, verkleining van risico's, benutting van marktkansen en het realiseren van regionale kwaliteitsdoelstellingen op het vlak van bereikbaarheid en landschap. Deze regionale afspraken zijn gevat in het regionale instemmingsmodel.

Daarnaast moet binnen nieuwe initiatieven rekening gehouden worden met de woonvisie van de gemeente Haren. Kaderstellend voor de woonvisie is o.a. de Provinciaal Omgevingsverordening Groningen (POV) laatstelijk gewijzigd in september 2014. De huidige POV gaat voor wat betreft woningbouw uit van het zogenaamd "Overijsselse model". Dat model betekent dat alle gemeenten alleen nieuwe bouwlocaties kunnen ontwikkelen als deze passen binnen een actuele gemeentelijke 'woonvisie'. Over die woonvisie dient op voorhand overeenstemming met de buurgemeenten te worden bereikt. Gemeente moeten voldoende plannen in voorraad hebben om te kunnen voldoen aan de woningbehoefte (plancapaciteit). Overaanbod aan plannen – en dus potentiële leegstand - dient te worden voorkomen. In geval van nieuwe uitbreidingsplannen dient te worden voldaan aan de "ladder voor duurzame verstedelijking" zoals die per 1 oktober 2012 in artikel 3.1.6 van het Besluit ruimtelijke ordening is voorgeschreven. Dit betekent dat gemeenten moeten aantonen dat uitbreidingsplannen bij voorkeur binnen het bestaand stedelijk gebied kunnen worden gerealiseerd (bron: Woonvisie, 2016).

5.1.3 Kwantitatieve behoefte

Groei in bevolking, huishoudens en woningvoorraadbehoefte

Vanuit het regionale instemmingsmodel is de afspraak gemaakt dat de regio Groningen – Assen tot 2030 circa 25.400 woningen zal bouwen. Per jaar komt dat neer op 1.340 woningen. De verdeling van deze opgave is op basis van het woningbehoefteonderzoek uit 2015 en daaruit volgende woningmarktanalyse van 2017 verder naar de verschillende deelregio's gemaakt. In de laatste rapportage worden scenario's gehanteerd (hoog, realistisch en laag) op basis waarvan bandbreedtes voor de woningaantallen worden gemaakt. Hierbij gaat het onderzoek uit van een lichte bevolkingskrimp voor de komende 15 jaar in de regio Groningen-Assen en een groei in de van het aantal huishoudens en de woningvraag. Dit beeld schetsen zij ook voor Haren. Cijfers uit de rapportage 'woningbouw- en woningmarktmonitor' (2017) spreken dit echter tegen. Deze rapportage laat nog altijd een stijging zien in de bevolking. Ook uit de meest recente cijfers van Primos (2016 en 2017) voor zowel de regio als gemeente Haren blijkt dat een stijging van de bevolking wordt verwacht, zie figuur 1 en 2. Dit geldt eveneens voor de huishoudens en de woningvoorraadbehoefte. Voor Haren geldt namelijk dat zij als overloopgebied kan worden gezien (vooral vanuit gemeente Groningen) en dat dit zorgt voor deze positieve ontwikkelingen. Haren is daarmee een belangrijke gemeente binnen de regio voor huishoudens die de stad verlaten. Daarmee zou de voorzichtige inschatting kunnen worden gemaakt dat de

cijfers voor de verdeling van de vraag over de regio nog wel eens positiever zouden kunnen zijn dan nu wordt ingeschat in de woningmarktmonitor (2017).

Figuur 5.1: Demografische prognoses regio Groningen - Assen, Primos 2016

	Bevolking totaal #	huishoudens totaal #	Woningvoorraad #
2015	482124	242756	223425
2020	492595	252377	231093
2025	497989	258663	238570
2030	499380	261122	241817
Totaal 2015-2030	17256	18366	18392

Figuur 5.2: Demografische prognoses gemeente Haren, Primos 2017

	Bevolking totaal #	Huishoudens totaal #	Woningvoorraad #
2016	19076	8547	8612
2020	19656	8919	8828
2025	19776	9107	8975
2030	19974	9199	9047
Totaal 2016-2030	898	652	435

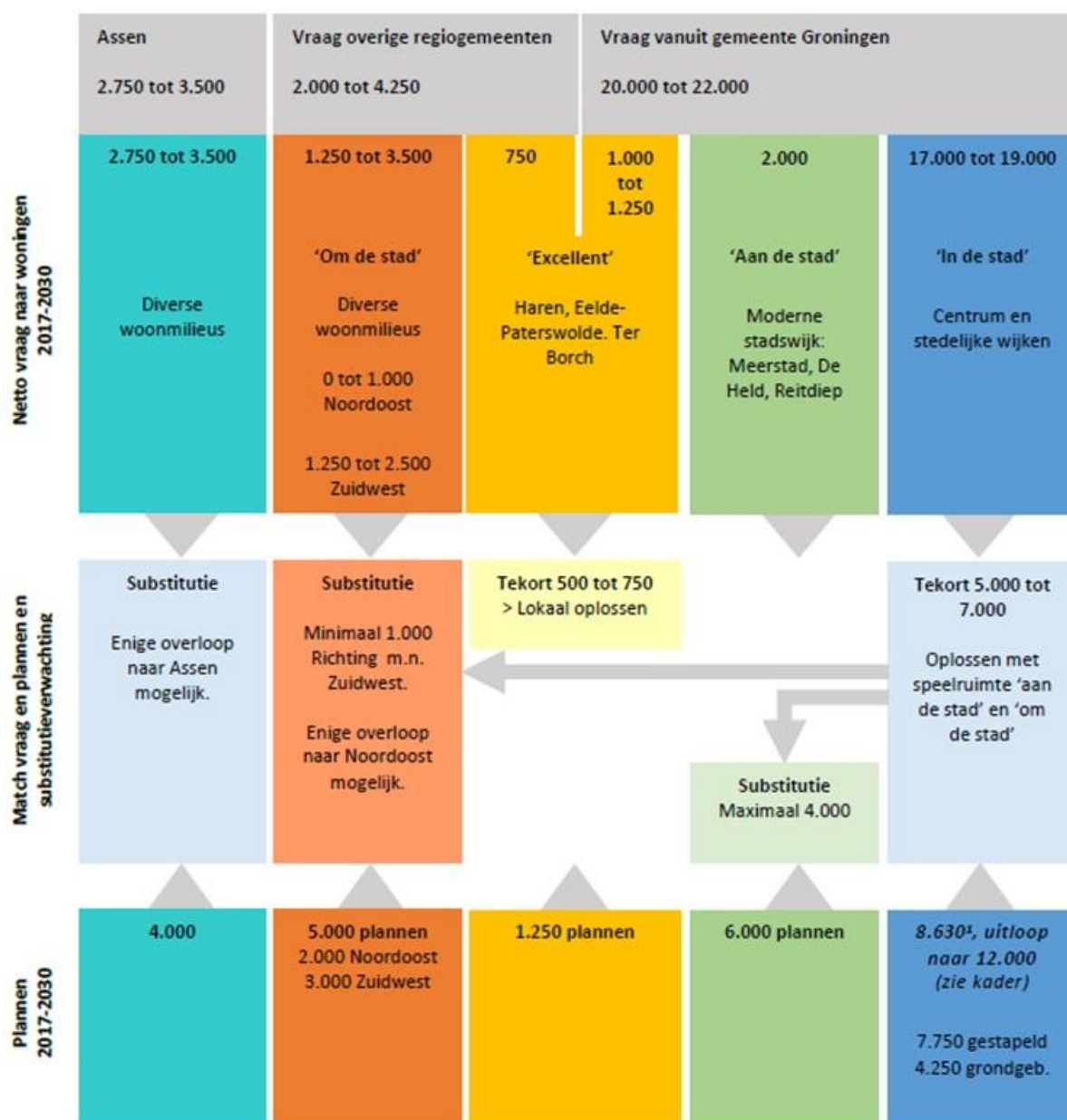
Verdeling van de vraag over de regio zorgt voor capaciteit in Haren

In de regio Groningen-Assen is tot 2030 een grote stedelijke woonvraag. Deze vraag verdeelt zich gedeeltelijk over de regio. Een deel daarvan komt terecht in de gemeente Haren. Verhuisbewegingen vanuit de afgelopen jaren bevestigen dit beeld (CBS Statline, 2017). Ook de woonvisie Haren (2016) schetst deze ontwikkeling.

Haren wordt vanuit de woningmarktanalyse toegekend aan het gebied Zuidwest; 'om de stad'. Vanwege haar ligging is het echter mogelijk om hier het 'excellent wonen nabij de stad' te creëren. De verwachting is dat een deel van de vraag van overige regiogemeenten en gemeente Groningen terecht zal komen in de gemeente Haren. Deze totale vraag bedraagt circa 1.750 woningen. Een deel van deze vraag wordt al ingevuld met plannen. Vanuit de woningmarktanalyse blijkt dat het gaan om ongeveer 1.250 plannen, met onbekende status. Op basis van de match van de woningvraag en de plannen is te zien dat er voor de periode tot 2030 bij het 'excellent wonen nabij de stad' nog een tekort zal zijn van ongeveer 500 tot 750 woningen. Dit is vraag die nog met plannen kan worden ingevuld, zie figuur 5.3. Aangezien deze conclusie voortkomt uit de woningmarktanalyse van 2017 en de woonvisie Haren afkomstig is uit 2016 lijkt deze conclusie nog niet te zijn verwerkt in de programmatische afstemming. In de woonvisie is het bouwprogramma redelijkerwijs afgestemd op de woonvraag, maar wordt daarbij uitgegaan van het gemiddelde scenario uit de woningbehoefteanalyse van 2015. Dit geeft de legitimatie voor de realisatie voor dit initiatief. Uit de woningmarktanalyse blijkt dat een groot-schalige nieuwe uitbreidingslocatie in het gebied niet is gewenst. Dit leidt tot de noodzaak om op kleinschalige binnendorpse locaties in Haren en Eelde-Paterswolde te zoeken naar aanvullende plan-

capaciteit. Daarnaast is het denkbaar dat op zeer kleine schaal excellent wonen wordt ontwikkeld in nieuwbouwlocaties in Groningen of andere binnendorpse locaties in de regio Zuidwest, maar dat leidt niet tot het creëren van een nieuw excellent ‘woonmilieu’ (bron: woningmarktanalyse, 2017). Het plan Raadhuisplein betreft een kleinschalige binnendorpse locatie in Haren die daarmee in de aanvullende plancapaciteit kan voorzien.

Figuur 5.3: Stedelijke woonvraag naar woonmilieus en gebieden, woningmarktanalyse 2017



5.1.4 Kwalitatieve behoefte

Het initiatief voorziet in een kwalitatieve behoefte

Uit de confrontatie van vraag met aanbod blijkt dat er in de stad Groningen een tekort ontstaat aan woningen in het (centrum-)stedelijke woonmilieu. Daarom is het van belang dat er binnen de randvoorwaarden van ruimtelijke kwaliteit gezorgd wordt voor de ontwikkeling van (centrum-)stedelijke woonmilieus in stedelijke dichtheden. Er is zowel vraag naar grondgebonden als naar gestapelde woningen (bron: woningmarktanalyse, 2017).

Er is vraag naar ca. 1.750 woningen in een excellent milieu (iets meer dan de helft grondgebonden). Er is ruimte bekend voor ca. 1.250 woningen (vooral grondgebonden) tot 2030. Dat is onvoldoende om invulling te geven aan de regionale vraag naar excellent wonen. Bovendien ligt hier een spanningsveld: Haren en Eelde-Paterswolde hebben ook te maken met een lokale (niet per se 'excellente') woonvraag. Het verdient de voorkeur het excellente wonen meer te spreiden over de bestaande woongebieden en geen grote nieuwe locaties uitsluitend en alleen voor deze specifieke doelgroep te ontwikkelen. Een deel van het tekort aan plancapaciteit voor excellent wonen kan worden opgelost door het realiseren van appartementen op inbreidingslocaties (bron: woningmarktanalyse, 2017),

Bij het initiatief aan het Raadhuisplein spreken we van een inbreidingslocatie. Op de locatie is sprake van transformatie. Bestaande opstallen (het oude gemeentehuis) met een stedelijke functie zijn inmiddels gesloopt en op locatie worden onder andere nieuwe woningen gerealiseerd. Hiermee sluit de ontwikkeling aan op het beleid dat vernieuwing stimuleert van binnenuit in plaats van een uitleglocatie. Daarnaast is het initiatief gelegen te midden van de voorzieningen in het centrum. Het gaat hier om de toevoeging van een vrij kleinschalig initiatief waar kwaliteit wordt toegevoegd. Kleinschaligheid en kwaliteit zijn belangrijke kenmerken van de gemeente die Haren zo aantrekkelijk en tot een excellent woonmilieu maken (bron: Woonvisie, 2016).

Verbetering van de ruimtelijke kwaliteit ter plaatse

Daarnaast kan worden gesteld dat het initiatief zorgt voor een verbetering van de ruimtelijke kwaliteit ter plaatse. Met de bouw van dit pand ontstaat weer een pleinwand en krijgt het Raadhuisplein weer een meer besloten karakter. Tevens wordt de aansluiting van het plein met de Brinkhorst zowel functioneel als stedenbouwkundig versterkt.

BIJLAGE

Bijlage 1: Begrippenlijst

BVO/WVO

- Bruto verkoop vloeroppervlak: zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten

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.

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

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.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (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).

