

ACTUALISATIE MARKTMOGELIJKHEDEN CENTRUMPLAN RUINEN

6 december 2013

In opdracht van:
Gemeente De Wolden

MKB Reva

Stationsstraat 80
postbus 10090
7301 GB Apeldoorn

T 055 578 72 51
E info@mkbreva.nl
I www.mkbreva.nl

**© Copyright MKB Reva 2013**

Hoewel de in dit rapport vermelde gegevens met de grootst mogelijke nauwkeurigheid zijn opgesteld, aanvaarden wij voor de juistheid hiervan en eventuele wijzigingen hierin geen aansprakelijkheid, hoe ook genaamd en op welke grond dan ook.



INHOUDSOPGAVE

		Blz.
1	Inleiding en leeswijzer	4
2	Detailhandel in beweging; landelijke trends en ontwikkelingen	5
3	Draagvlakanalyse	10
4	Inventarisatie ondernemers	12
5	Conclusies en aanbevelingen	13

1 INLEIDING EN LEESWIJZER

Sedert 2003 staat de SNS bank aan de Brink in Ruinen leeg. Sindsdien hebben meerdere ontwikkelaars/bouwbedrijven, mede op aandringen van de Ondernemersvereniging Ruinen, pogingen ondernomen deze locatie te herontwikkelen. In 2009 is door MKB Reva in een, in opdracht van de gemeente De Wolden gehouden, inventarisatie onder de ondernemers in Ruinen, een behoefte van circa 2000 m² bruto vloeroppervlak opgetekend.

Eind 2008 is het onroerend goed van de SNS van Kruze uit Beuningen overgenomen door Bramer bouw-/ontwikkelingsbedrijf uit Vriezenveen. Bramer heeft samen met de gemeente De Wolden, met inschakeling van architect B&O uit Meppel, een plan ontworpen voor de herontwikkeling van de voormalige SNS bank, de daarnaast gelegen percelen Brink 27 en 23. Daarnaast zou aan de Kaamp enkele woningen kunnen worden ontwikkeld. Deze plannen zijn in de vorm van het Centrumplan Ruinen met succes bij de provincie ingediend: in 2012 zijn voor de realisatie van het Centrumplan middelen uit het ISV3 toegewezen.

De marktomstandigheden zijn in 2013 vergeleken met 2008/2009 drastisch gewijzigd. Dit lijkt consequenties te hebben voor de haalbaarheid van het bouwprogramma zoals beschreven in het Centrumplan Ruinen. Daarnaast hebben de huidige marktomstandigheden invloed op de destijds geuite verplaatsings- en uitbreidingsplannen en mogelijkheden van de betrokken ondernemers. De vraag is dan ook gerezen in hoeverre het Centrumplan nog aansluit bij de huidige mogelijkheden en wensen van deze ondernemers. Mogelijk heeft het Centrumplan aanpassing.

Deze notitie heeft ten doel inzicht te geven in de gewijzigde marktomstandigheden die voor het Centrumplan Ruinen relevant zijn en de doorvertaling hiervan naar een geactualiseerde dpo/ draagvlakanalyse. Daarnaast wordt in deze notitie inzicht gegeven in de door de gemeente De Wolden geïnventariseerde actuele wensen en mogelijkheden van betrokken ondernemers in Ruinen. Tenslotte worden, op basis van voornoemde informatie, in deze notitie conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan gericht op het Centrumplan Ruinen.

DETAILHANDEL IN BEWEGING; LANDELIJKE TRENDS EN ONTWIKKELINGEN 2

In de afgelopen jaren zijn de marktomstandigheden voor de detailhandel verslechterd. De bestedingen bij de gevestigde detailhandel lopen in zijn geheel terug als gevolg van de recessie, laag consumentenvertrouwen, toenemende internetverkoop, een veranderende bevolkingssamenstelling en voor sommige regio's krimp. In de afgelopen jaren heeft een nog steeds toenemend aantal winkels hun deuren moeten sluiten. Tegelijk zijn er, zo blijkt uit de in mei 2013 door de Rabobank uitgebrachte "Koopstromenmonitor" ook winkelgebieden te onderscheiden waar de omzet juist is gestegen. Het veranderend koopgedrag van de consument en de wijze waarop winkelgebieden wel of niet inspelen op deze veranderingen lijken mede te bepalen aan welke kant van de streep een winkelgebied zich bevindt.

2.1 Macro economische ontwikkelingen

economie en bestedingen

Sinds 2004 is de economie met circa 9 procent gegroeid. De inflatie in deze periode bedroeg ruim 14%. Dit heeft een duidelijk effect gehad op de bestedingen binnen de detailhandel. Deze zijn sinds 2004 met bijna 7% gestegen. Uitgesplitst naar food en non-food dan zien we grote verschillen: Sinds 2004 kent de detailhandel in de food een omzetstijging van bijna 20% en kent dit segment derhalve een groei boven de inflatie. Voor de non-food geldt over de afgelopen 8 jaar een daling in omzet van 3 procent. (bron CBS). Met name de branches woninginrichting, doe-het-zelf en electronica leveren hier in negatieve zin een bijdrage aan, maar ook de overige branches in non-food blijven qua omzetgroei de laatste jaren onder de inflatie.

Voor de gehele economie blijft de verwachte groei de komende jaren rond de 1% steken. Binnen de retail verwachten de grote banken voor de foodsector op korte termijn een lichte groei (circa 2% per jaar) maar voor de non-food een verdere daling in omzet variërend tussen de -2% en -5%. Voor de langere termijn zijn de uitgesproken

verwachtingen van de banken zeer voorzichtig en gaan in het algemeen uit van een stagnerende tot een licht negatieve ontwikkeling voor de non-food. Factoren die hierbij een rol spelen zijn het consumentenvertrouwen in de economie, het al dan niet aantrekken van de woningmarkt (doe-het-zelf en woninginrichting), de ontwikkeling van onlineverkoop en het weerbeeld (mode).

Tabel 2.1: Volumeontwikkeling per branche (in procenten)

Branche	2011	2012	2013	2014
Doe-het-zelf	-2,5	-8,3	-9	-5
Drogisterijen	1	1,7	0	-6
Elektronica	2,2	-0,1	-9	-6
Kledingzaken	-2,7	-3,6	-5	-3,5
Online retail*	4,6	9,1	9	9
Schoenenwinkels	1,1	-3,3	-9	-4
Supermarkten	0	0,7	0	0,5
Woonwinkels	-2,8	-8,5	-8	-5

* omzetontwikkeling

Bron: RetailNews november 2013

internet

De groei van verkopen via internet geldt voor vrijwel alle producten en zet verder door; In 2011 werd 31% van alle aankopen via internet gedaan terwijl dit in 2009 nog 23% was (Blauw Research, 2011). Sinds 2004 is het aantal onlinekopers met 128% gestegen naar 70% van de Nederlandse bevolking. Van alle detailhandelsbestedingen vond in 2011 ruim 6% via internet plaats (1% van de omzet in de foodretail en 9% van de totale omzet in de non-food). Hoewel het percentage binnen de foodretail nog laag is te noemen, wordt door een kwart van de ondernemers in deze branche aangegeven dat klanten de mogelijkheid hebben online hun boodschappen te bestellen en te laten bezorgen. Van de ondernemers die hier nog geen gebruik van maken is 66,7% van plan dit in de toekomst wel in te voeren. Een verdere opmars ook binnen de foodretail valt dan ook te verwachten.

Ondanks het feit dat een deel van de internetverkoop gebeurt bij winkels die ook via een fysieke winkel distribueren, heeft dit gevolgen voor de behoefte aan fysieke winkelruimte. In een onderzoek van Roland Berger Strategy Consultants wordt de verwachting uitgesproken dat de online retailmarkt in Nederland tot 2030 met nog eens 700% groeit naar circa 40 miljard euro ofwel circa een derde van de totale retailmarkt. Diverse onderzoeken leveren overigens verschillende verwachtingen op: daar waar het ene onderzoek uitgaat van een afvlakking van de groei van online verkopen, wordt in een ander onderzoek de omarming van smartphones en tablets in combinatie met een snelle groei in technologie aangehaald om daaruit juist voor de nabije toekomst een versnelde groei in onlineverkopen te voorspellen. Hoe het ook zij, de groei van onlinereetail zal van invloed zijn op de omzet van fysieke winkels en daarmee gevolgen hebben voor de winkelvoorraad en functie van winkels.

vergrijzing en urbanisatie

Zowel de samenstelling van de bevolking als het gedrag van de consument heeft invloed op de bestedingen in de retail. De gemiddelde leeftijd van de bevolking neemt langzaam toe. Het aandeel 65-plussers loopt naar verwachting van 16% in 2012 naar ruim 25% in 2060. Aangezien ouderen gemiddeld genomen meer besteden aan diensten en minder aan retail en dat daarnaast onzekerheden bestaan over de inkomenspositie van gepensioneerden, wordt een negatief effect op de bestedingen verwacht. Dit naast een afvallende groei van de bevolking.

Vanaf circa het jaar 2000 groeien de grote steden weer ten koste van een krimp van de bevolking in andere gebieden. Daarbij komt dat gemiddeld genomen in de grote steden sprake is van een jongere bevolking dan in de overige gebieden. Dit proces leidt er toe dat de bestedingen en daarmee de behoefte aan winkelvoorzieningen in de grote steden zullen toenemen en die in krimpgebieden verder zullen dalen (bron: Elbamedia).

2.2 Wijzigingen in het consumentengedrag

Op lokaal niveau, zo blijkt uit de “Koopstromenmonitor” van de Rabobank, blijken de economische en marktontwikkelingen geen verklaring te vormen voor de verschillen in ontwikkeling van de omzet; In krimpgebieden en in regio's met dalende huizenprijzen en hoge werkloosheid zijn er winkelgebieden te vinden die een stijgende omzet laten zien en vice versa. Binnen de kernwinkelgebieden lijken de kleinere kernwinkelgebieden (tot 10.000 vierkante meter) en de grote kernwinkelgebieden (60.000 meter en meer) het relatief goed te doen, terwijl de middelgrote kernwinkelgebieden gemiddeld genomen hun omzet zagen teruglopen.

De verschillen in ontwikkeling van de omzet per plaats kunnen alleen verklaard worden door een wijziging van het consumentengedrag. De Nationale Raad voor Winkelcentra(NRW) komt in haar studie “Taskforce Consumentenbeleving”, waarin ook MKB Reva haar bijdrage heeft mogen leveren, tot de conclusie dat de locatiekeuze van de consument afhankelijk is van zijn winkeldoel: recreatief winkelen (fun) of functioneel winkelen (functie). De “nieuwe”consument kiest zeer bewust voor een winkelgebied afhankelijk van zijn winkeldoel. Veelal is er dan ook sprake van twee verschillende winkelgebieden waarvoor gekozen wordt. Dit verklaart de positieve omzetontwikkeling in kleinere winkelgebieden (dagelijks) én die in de grotere winkelgebieden (niet-dagelijks). Meer dan voorheen lijkt er sprake te zijn van een dermate verschillend motief en bijbehorende voorwaarden/wensen, dat een combinatie van fun en functie voor wat de consument betreft minder vaak voorkomt omdat deze qua inrichting, randvoorwaarden en conflicterende belangen elkaar praktisch gezien in de weg kunnen staan.

Bij het functioneel winkelen (boodschappen doen) spelen gemak en snelheid en dus kenmerken als bereikbaarheid, parkeermogelijkheden en prijs van parkeren een grote rol (I&O Research 2011) . Bij het recreatief winkelen zijn aspecten als beleving en het beschikken over een prettige en gezellige omgeving juist belangrijk. In de studie van de NRW lijken het culturele aanbod (historische binnenstad), het horeca-aanbod

en een aantrekkelijk en schoon winkelgebied belangrijke factoren te vormen die de belevingswaarde bij het recreatief winkelen mede bepalen. De Koopstromenmonitor bevestigt de relatie tussen horeca-aanbod en de omzetontwikkeling.

mobiliteit

Hoewel het aantal auto's de afgelopen 8 jaar met 12% is toegenomen is het aantal gereden privékilometers met 5% afgenomen. Naar verwachting zet deze trend zich door. Dit beïnvloedt het consumentengedrag want tot nu toe bracht een winkelbezoek met de auto altijd hogere bestedingen met zich mee.

2.3 Ontwikkelingen binnen de aanbodzijde van de retail

De veranderingen in de samenleving en de veranderende vraag vanuit de consument zorgen voor dynamiek in de detailhandel. In het onderstaande staan enkele trends van de afgelopen tijd.

- Toegenomen aandacht voor het prijsniveau. De economische teruggang aan het begin van de nieuwe eeuw en de introductie van de euro hebben geleid tot meer aandacht voor lage prijzen en een sterke stijging van discountwinkels in diverse branches.
- Het aantal zelfstandige ondernemers blijft afnemen en de filialisering groeit. Hierdoor ontwikkelt zich een harde kern van winkelformules die in veel winkelgebieden is terug te vinden.
- Er is sprake van een voortdurende schaalvergroting. Over de afgelopen 40 jaar is de gemiddelde winkel 7x zo groot geworden. In veel branches zijn megawinkels in opkomst en de kleinere winkels op wijk- en buurtniveau krijgen het steeds moeilijker. De traditionele hiërarchie van winkelgebieden in Nederland staat hierdoor onder druk.
- Door de schaalvergroting komt vanuit de markt de vraag om grote (en goedkope), goed bereikbare locaties buiten de traditionele winkelgebieden. De overheden staan voor de taak deze vraag in banen te leiden.
- Het pdv-beleid dat in de afgelopen jaren is gevoerd heeft ertoe geleid dat op perifere locaties grootschalige winkels (overigens in een beperkt aantal branches) gevestigd zijn (o.a. tuincentra, bouwmarkten, meubelzaken). Echter

er is steeds meer sprake van branchevervaging, waarbij dergelijke winkels naast hun hoofdassortiment niet alleen aanverwante nevenassortimenten verkopen, maar – al dan niet tijdelijk – een breed scala aan producten. Overigens beperkt branchevervaging zich niet tot deze branches, maar het is een algemene trend.

- Nieuwe winkelconcepten zijn de afgelopen tijd op de markt gekomen, waaronder factory outlet centra en themacentra. Daarnaast wordt gezocht naar mogelijkheden voor het combineren van recreatief winkelen met “leisure”.

Het gewijzigd consumentengedrag beïnvloedt het aanbod. In de eerste plaats wordt de digitale verkoop meer en meer geïntegreerd met de fysieke verkoop (bricks & clicks); Ahold lijft Bol.com in, de fysieke winkel als etalage voor internetverkoop (bv. Mycom) of de fysieke winkel die ook al dan niet gezamenlijk met plaatsgenoten of branchegenoten, via internet verkoopt en bezorgt.

Een tweede verschijnsel binnen het aanbod van winkelvloer is het geschikt maken van het bestaande aanbod aan de gewijzigde huisvestingswensen. Dit geldt zowel voor winkelpanden en –(aanloop)straten die als gevolg van leegstand een nieuwe invulling moeten krijgen, maar tevens voor de aanpassing van de winkelvloer en mogelijk locatie van individuele winkelformules. Daar waar het de grootte van de winkelvloer betreft zien we overigens aan de ene kant de schaalvergroting verder oprukken, terwijl aan de andere kant met inzet van internet kleinschalige winkelconcepten ontstaan.

In lang niet alle gevallen zijn de steeds groter wordende winkels goed inpasbaar in een centrumgebied. Naast de praktische moeilijkheid om bepaalde winkeldoelen te combineren (fun en functioneel binnen één winkelgebied), is dit mede afhankelijk van de beschikbare ruimte en de aard en (gewenste) stedenbouwkundige kwaliteit van de bebouwde omgeving.

leegstand

De in deze paragraaf beschreven ontwikkelingen leiden tot grote veranderingen in het Nederlandse winkellandschap; Veel ondernemers binnen de detailhandel kunnen het hoofd niet boven water houden wat faillissementen tot gevolg heeft.

Dit leidt tot een toenemende leegstand van winkelruimte:

Bedroeg de leegstand in Nederland binnen de detailhandel in 2003 nog circa 1,7 miljoen m², in 2012 is dit opgelopen naar 3 miljoen meter (circa 6,6% van het totale aantal m²).

Tussen de provincies en regio's zijn er grote verschillen te zien voor wat betreft de ontwikkeling van de leegstand, de omzet en de vloerproductiviteit. Uit de Koopstromenmonitor van de Rabobank blijkt dat de omzet in Zeeland voor niet dagelijkse aankopen in de periode 2009-2011 met circa 10% is gedaald, terwijl de omzet in de provincie Groningen zelfs licht is gestegen. Drenthe behoort met een daling van circa 4% tot de middenmoot. In hetzelfde onderzoek is ook de gemiddelde vloerproductiviteit (omzet per vierkante meter) per provincie in kaart gebracht. Dit is gedaan omdat de vloerproductiviteit laat zien hoe een winkel of winkelgebied presteert. Voor beleidsmakers is dit één van de variabelen is op basis waarvan de wenselijkheid tot uitbreiding inzichtelijk wordt gemaakt. Daar waar Nederland binnen het onderzoek van de Rabobank gemiddeld binnen de niet dagelijkse sector (alles behalve levensmiddelen en de drogist/apotheek) in 2011 een vloerproductiviteit kende van circa € 1.700,- per vierkante meter winkelvloer, bedroeg deze in Noord Holland circa € 2.100,- per vierkante meter en in Zeeland en Drenthe als hekkensluiters circa € 1.250,-. De combinatie van een lage vloerproductiviteit met een dalende omzet geeft de meeste kans op een verdere stijging van de leegstand.

2.4 De retail in de toekomst

Naar verwachting zullen de in dit hoofdstuk genoemde ontwikkelingen de retail al op korte termijn drastisch doen veranderen. De omzet via fysieke winkels zal verder teruglopen en het zal derhalve sprake blijven van een overschot aan winkels. De winkels zullen deels ook een geheel ander karakter krijgen.

Als gevolg van de economische situatie zal de opmars van nieuwe grootschalige discountformules (bv. Action en

Primark) voortgezet worden; ketens met lage marges, hoge omzetsnelheden en gevestigd op A1 locaties. In veel plaatsen zal dit leiden tot hogere huren (in verband met geringe beschikbaarheid van grote panden) of noodgedwongen tot samenwerking tussen pandeigenaren.

Binnen de retail zal een mix van onlineverkoop en verkoop vanuit fysieke winkels verder toenemen (cross-channelretail). Winkels krijgen deels een showroom- of afhaal- en terugbrengfunctie. Voor sommige winkels zal dit leiden tot schaalverkleining (vb. Scheer & Foppen, Apple, Globetrotter).

De grote steden zullen zich als winkelgebied blijven ontwikkelen. Voorwaarde is wel dat deze ruimte bieden aan winkels die grotere verkoopoppervlaktes wensen. Het verzorgingsgebied van deze steden zal vergroot worden. De middelgrote plaatsen zullen naar verwachting bij ongewijzigd beleid meer leegstand krijgen. Het laten verkleuren van de winkelbestemming, het vergroten van de bereikbaarheid, veiligheid en vriendelijkheid, het versterken van afwisseling en verrassing in een winkelgebied (bijvoorbeeld door de inzet van pop-upstores), het inzetten van omzetafhankelijke huren en/of meer gedifferentieerde huren zijn mogelijke instrumenten die ingezet kunnen worden om de bestaande leegstand te bestrijden.

Voor winkelgebieden in krimpregio's ligt het gevaar op de loer dat een toenemende leegstand en het ontstaan van leemtes in de variatie van het aanbod een neerwaartse spiraal doet ontstaan. Het gebruik van internet en een afvloeiing naar nabijgelegen winkelgebieden van een hogere orde ligt dan in de rede.

Het proces om leegstand te bestrijden kent, zo blijkt uit de praktijk, geen vast recept. Er zal gezocht moeten worden naar lokale oplossingen. In sommige gevallen lijkt het beter de regie in handen van de pandeigenaren te leggen terwijl in andere gevallen een sturende rol van de lokale overheid de beste mogelijkheden lijkt te bieden. In weer andere gevallen wordt heil gezocht in het aanstellen van een onafhankelijke regisseur. In alle gevallen is samenwerking tussen alle betrokken partijen van cruciaal belang. Sleutelwoorden in een dergelijk proces zijn het maken van keuzes voor concentratie, herbestemming, een stabiele politieke koers en afschrijving.

2.5 Huidige situatie Ruinen

demografische verwachting Ruinen

Hoewel een echt betrouwbare prognose voor de kern Ruinen lastig is te geven omdat het aantal inwoners per leeftijdsgroep dermate gering zijn dat afwijkingen van hiertoe opgestelde profielen al gauw leiden tot sterk afwijkende cijfers rond groei en krimp, gaan alle gangbare modellen voor Ruinen uit van krimp en een vergrijzende bevolking. In een theoretisch rekenmodel wordt in de notitie “ Vitaal Platteland” (gemeente De Wolden 2012) uitgegaan van circa 3.455 inwoners in 2022 (2013 3.565) en een verdere daling naar 3.290 inwoners in 2032.

leegstand

Momenteel staan in het centrum van Ruinen een viertal winkelpanden leeg. Locatus kenmerkt een drietal (Westerstraat 3 (44 m² wvo), Brink 5 (105 m² wvo) en Oosterstraat 4 (106m² wvo)) als frictieleegstand (korter dan 1 jaar leeg) en één (Zuivelstraat 2 (90m² wvo)) als structurele leegstand (langer dan 3 jaar). Op de totale winkelvloer in Ruinen is de leegstand circa 5%. Veelal wordt een leegstand tussen 4 en 6% als gezonde frictieleegstand beschouwd omdat deze ruimte biedt voor vernieuwing. Indien echter de grote branches als tuincentra en woninginrichting buiten beschouwing worden gelaten, bedraagt de leegstand 10% van de winkelvloer. Op het aantal winkelvestigingen (20) is de leegstand zelfs 20%.

vloerproductiviteit

Uit eerdere inventarisatie onder ondernemers is gebleken dat in Ruinen -in lijn met de in dit hoofdstuk geschetste situatie in Drenthe in zijn totaliteit- de vloerproductiviteit onder druk staat. Dit maakt de detailhandel in Ruinen kwetsbaar. In een aantal situaties in Ruinen is dit fenomeen duidelijk te herkennen in de vorm van branchevervaging.

3 DRAAGVLAKANALYSE

De distributieve mogelijkheden in dit hoofdstuk geven een indicatie van het haalbare oppervlak aan winkelruimte in Ruinen. Door dit af te zetten tegen het huidige winkeloppervlak wordt duidelijk of er uitbreidingsmogelijkheden bestaan voor de detailhandel in Ruinen en zo ja, in welke branches.

De distributieve mogelijkheden van Ruinen worden berekend aan de hand van de volgende variabelen:

- a) de grootte van het verzorgingsgebied;
- b) het gemiddelde inkomen c.q. bestedingen;
- c) de koopkrachtbinding;
- d) de koopkrachttoevloeiing.

Ad a; de grootte van het verzorgingsgebied

In deze analyse bestaat het verzorgingsgebied van de detailhandel in Ruinen uit de inwoners van de kern Ruinen (3.565 inw.). Consumenten uit andere kernen worden in de analyse meegenomen via de toevloeiing. Indien wordt uitgegaan van de demografische rekenmodellen voor de komende 20 jaar, zal het aantal inwoners binnen het verzorgingsgebied over deze 20 jaar met circa 10% afnemen.

Ad b; het gemiddelde inkomen c.q. de bestedingen

In 2011 (meest recente cijfers) is in de detailhandel per hoofd van de bevolking € 4.800,- besteed, waarvan € 2.070 in de foodsector en € 2.740 in de non-foodsector (Bron: HBD). Het gaat hier om toonbankbestedingen, dat wil zeggen de bestedingen die door de consument worden gedaan in winkels.

Het gemiddeld besteedbaar inkomen per hoofd van de bevolking ligt in de gemeente De Wolden (voor Ruinen zijn geen vergelijkbare cijfers beschikbaar) circa 0,7% onder het landelijke gemiddelde (bron: CBS 2011).

Voor de foodsector geldt een inkomenselasticiteit van 0,25 (1% meer/minder inkomen betekent 0,25% meer/minder bestedingen). Voor de non-foodsector geldt een inkomenselasticiteit van 0,5.

Daar het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente De Wolden slechts 0,7% afwijkt van het landelijke gemiddelde, is voor Ruinen geen correctie toegepast op de landelijke cijfers.

Ad c; de koopkrachtbinding

De koopkrachtbindingscijfers worden door MKB Reva ingeschat op 75% in de food en 31% in de non-food. Deze inschatting is mede gebaseerd op de verkregen omzetindicaties en ervaring van MKB Reva. Opgemerkt dient te worden dat het bindingspercentage binnen de food fors afwijkt van het in 2010 door I&O gehouden koopstromen onderzoek waarin de binding binnen de food op 61% is becijferd. Voor de non-food zijn, bij gebrek aan andere harde gegevens verkregen uit onderzoek, de cijfers uit het koopstromenonderzoek overgenomen.

Ad d; de koopkrachttoevloeiing

De koopkrachttoevloeiing van consumenten van buiten Ruinen naar de winkels in Ruinen worden voor de foodsector ingeschat op circa 15% en voor de non-foodsector op circa 31%. Ook hier is het toevloeiingscijfer voor de non-food uit het I&O onderzoek overgenomen en is de toevloeiing voor de food mede gebaseerd op verkregen omzetindicaties en op landelijke gemiddelden en ervaringscijfers.

Op basis van de hierboven beschreven variabelen zijn de potentiële omzetten en het haalbare winkelvloeroppervlak berekend.

Uit de tabel blijkt dat de foodsector in Ruinen licht oververtegenwoordigd is en dat de non-foodsector een zeer sterke oververtegenwoordiging kent.

In kleine kernen als Ruinen is dikwijls een incompleet detailhandelsaanbod aanwezig. De winkels (met name voor niet-dagelijkse aankopen) die er gevestigd zijn, hebben in de loop der jaren meestal een grote klantenkring opgebouwd en weten een hogere koopkrachtbinding en –toevloeiing te bereiken dan de gemiddelden.

Nadere analyse van het winkelaanbod op brancheniveau laat zien dat in Ruinen met name de (voornamelijk) grootschalige branches plant & dier en woninginrichting sterk vertegenwoordigd zijn en voor een vertekening van de cijfers zorgen (zie onderstaande tabel). Echter ook voor de andere non-foodbranches geldt dat de winkels die er zijn, gelijk ook oververtegenwoordigd zijn. Op basis van de landelijke gemiddelden hebben zij waarschijnlijk geen bestaansrecht, maar om andere redenen kunnen zij toch rendabel functioneren. Deze redenen kunnen onder meer zijn: lage huisvestingslasten, de genoemde in de loop der tijd opgebouwde klantenkring op basis van service en kwaliteit en branchevervaging (het aanbieden van meerdere branches/artikelgroepen in één winkel. Naar alle waarschijnlijkheid zal, als gevolg van het ontbreken van een volledig aanbod binnen de foodspeciaalzaken, het marktaandeel van de supermarkt binnen de foodsector bovengemiddeld zijn. Hierdoor zal de daadwerkelijk behaalde omzet binnen de supermarktbranche in de praktijk hoger uitvallen.

Draagvlakanalyse winkelvoorzieningen Ruinen 2013

Sector	Besteding per hoofd	Koopkracht bind. toevl.		Potentieel aanw. omzet	Gem. omzet p/ m² vvo	Haalbaar vvo	Huidig vvo
food	€ 2.070	75%	15%	€ 6,5 mln.	€ 7.390	900 m²	1.047 m²
non-food	€ 2.730	31%	31%	€ 4,4 mln.	€ 2.000	2.200 m²	5.568 m²
Totaal						3.100 m²	6.615 m²

Draagvlakanalyse voor de onderstaande branches

Branche	Besteding per hoofd	Omzet in plaats	Potentiele omzet	Omzetnorm per m² vvo	Haalbaar vvo	Huidig vvo
Supermarkten	1800	5.662.059	5.095.853 - 6.228.265	8.090	700	991
Speciaalzaken	270	849.309	764.378 - 934.240	4.660	180	56
Persoonlijke verzorging	200	629.118	566.206 - 692.029	4.980	130	189
Warenhuizen	80	158.016	142.215 - 173.818	2.110	70	0
Mode	600	806.000	725.400 - 886.600	2.630	310	217
Luxe	200	415.165	373.648 - 456.681	1.870	220	615
Sport	60	96.100	86.490 - 105.710	1.290	70	0
Hobby, spel en media	170	294.835	265.352 - 324.319	3.680	80	145
Wit/bruingoed, computershops	210	336.350	302.715 - 369.985	4.360	80	250
Bouwmarkten	220	645.894	581.305 - 710.484	1.390	460	195
Wonen	360	348.041	313.237 - 382.845	1.170	300	1.843
Tuincentra, bloemen, plant en dier	70	202.759	182.483 - 223.035	530	380	1.840
Overig	470	752.783	677.505 - 828.062	3.650	210	274

MKB Reva benadrukt dat deze analyse voornamelijk kwantitatief van aard is. Het benutten van de draagvlakmogelijkheden en het eventueel toevoegen van winkels is sterk afhankelijk van de kwaliteit van de ondernemer!

4 INVENTARISATIE ONDERNEMERS

Door de gemeente De Wolden zijn recent gesprekken gevoerd met bestaande ondernemers in Ruinen en enkele buiten Ruinen. Dit omdat verwacht werd dat eerder geuite plannen en wensen van ondernemers in de huidige economische situatie in een ander daglicht zijn komen te staan. Ten behoeve van deze notitie is uit deze gesprekken de volgende geanonimiseerde informatie gedestilleerd:

- › Een tweetal ondernemers binnen de dagelijkse sector hebben aangegeven vooralsnog geen noodzaak tot verplaatsing (meer) te zien;
- › een tweetal bedrijven in de sector wonen willen niet naar de Brink (wel heeft één concrete ambitie tot uitbreiden);
- › bedrijven voor elektra en installatie zien voor hen geen plaats aan de Brink;
- › de bestaande supermarkt gaat in 2015/2016 over op een andere formule en ziet geen noodzaak tot verplaatsen naar de Brink (parkeerplaatsen bij de ingang is een voorwaarde);
- › twee potentieel nieuwe supermarktformules zien af van hun voornemen tot vestiging in Ruinen, uit concurrentieoverwegingen en een te geringe markt;
- › een belegger/ontwikkelaar is tevreden met bestaande huurders in zijn huidige pand en wenst vooralsnog geen investeringen meer te plegen;
- › een ondernemer in gebruiksartikelen heeft wel ambitie, maar ziet voor nu geen transactiemogelijkheid voor zijn pand aan de Brink i.v.m. te hoge vraagprijzen (wellicht elders wel mogelijk);
- › een ondernemer in dagelijks non-food wil wel verplaatsen, maar ziet voor nu geen transactiemogelijkheid voor een nieuw pand gelet op de in zijn ogen ongunstige vraagprijzen;
- › een aantal winkeliers/bedrijven heeft aangegeven te willen stoppen;
- › marktkraam en standplaatshouders hebben desgevraagd aangegeven geen interesse te hebben voor een (vaste)winkelpand;
- › eveneens geldt dat voor gesproken bedrijven aan huis die hun huidige situatie willen bestendigen;
- › er zijn bij de gemeente geen verzoeken bekend voor bedrijven die winkelruimte zoeken in Ruinen;
- › de acquisitie-inspanning van de bij het centrumplan betrokken ontwikkelaar heeft voor zover bekend nog geen resultaten opgeleverd.

Ruinen kent een lintachtige (winkel)structuur met verspreide bewinkeling. Het centrumplan heeft tot doel de kern een "hart" te geven rond de Brink, en de Kaamp (en ook de Westerstraat). Nu relocatie van de bestaande- en toevoeging van een nieuwe- supermarkt en relocatie van de overige zittende ondernemers onder de gegeven omstandigheden niet meer tot de mogelijkheden behoren, zijn belangrijke (financiële) peilers onder het centrumplan, zoals dat destijds voor ogen werd gehouden, weggevallen. Daarbij komt dat de draagvlakanalyse onvoldoende aanknopingspunten biedt voor actieve acquisitie op basis van marktmogelijkheden en er momenteel noch bij de gemeente noch bij de ontwikkelaar signalen zijn binnengekomen waaruit interesse van buiten de kern voor een (winkel)vestiging in Ruinen afgeleid kan worden.

Tevens geldt dat op de achterblijvende panden in geval van een eventuele verplaatsing onder de huidige marktomstandigheden en gelet op de demografische ontwikkelingen voor zowel de huidige eigenaren als voor de ontwikkelaar, klaarblijkelijk momenteel geen voor beiden haalbare overeenkomst gesloten kan worden. MKB Reva kan dan ook niet anders concluderen dat op dit moment onder de huidige (markt)omstandigheden uitvoering van het Centrumplan Ruinen niet (meer) haalbaar is. Veel plaatsen kampen met soortgelijke problemen. Menig uitbreiding- en investeringsplan is door de tijd ingehaald.

De (markt)omstandigheden zullen in de toekomst wijzigingen ondergaan. Ondernemers zullen hun bedrijfsvoering voortdurend (moeten) aanpassen en ook pandeigenaren, beleggers en ontwikkelaars zullen, vroeg of laat, met deze omstandigheden rekening moeten houden. Uit enkele van de gevoerde gesprekken kan worden geconcludeerd dat er wel degelijk de behoefte bestaat om tot een wijziging in bedrijfsvoering en ook huisvesting te komen. Daarnaast kunnen de kansen die internettoepassingen voor ondernemers met zich meebrengen juist ook positief uitpakken voor één of meer in Ruinen gevestigde ondernemers. In overleg tussen

in potentie in wijziging van huisvesting geïnteresseerde ondernemers en ontwikkelaar kan mogelijk op termijn wel tot een voor beiden haalbaar maar kleiner dan oorspronkelijk bedoelde ontwikkeling gekomen worden. De gemeente De Wolden wordt dan ook geadviseerd voor de kern Ruinen hierop "voor te sorteren" door gewenste structuurversterkende ontwikkelingen mogelijk te maken en ongewenste ontwikkelingen te voorkomen.

Beleidsmatig kan het voor ogen staande winkelconcentratiegebied (Brink, Westerstraat, de Kaamp) worden vastgelegd. Uitbreiding van niet centrumgerelateerde detailhandel (niet zijnde de pdv-branches zoals auto's, boten, caravans, doe-het-zelf, tuincentra en wonen), dienstverlening en horeca kan buiten het winkelconcentratiegebied worden tegengegaan (bijvoorbeeld door als gemeente niet mee te werken aan bouw aanvragen voor uitbreiding van winkelruimte of door gesprekken aan te gaan met eigenaren van leegstaande winkelruimte om tot bestemmingswijziging te komen). Tegelijkertijd zou een financiële stimuleringsmaatregel in het leven kunnen worden geroepen om verplaatsing van buiten naar binnen het concentratiegebied te bevorderen..

Overige aanbevelingen

Het Centrumplan Ruinen bevat meer projectonderdelen dan de concentratie van winkels en horeca in het centrumgebied. Ook het aantrekkelijk maken van het centrumgebied middels een beeldambitieplan, het multifunctioneel maken van de Brink en het ontwikkelen van een aantrekkelijk winkel- en wandelgebied zijn onderdelen van het Centrumplan. Op veel van deze onderdelen zijn inmiddels de nodige stappen gezet. Verdere uitwerking van deze plannen alsmede de ontwikkeling van de verbinding met het Dwingelderveld kunnen worden doorgezet.

In een groot aantal plaatsen wordt gewerkt aan de leegstand. In paragraaf 2.4 zijn mogelijke instrumenten opgesomd die lokaal kunnen worden ingezet om de leegstand, al dan niet

tijdelijk, te bestrijden. Hoewel de gemeente hierin niet de meest voor de hand liggende partij is, kan een eerste stap gezet worden door onder regie van de gemeente de betreffende eigenaren bijeen te roepen. Samen met de ondernemers kan bezien worden op welke wijze en met welke instrumenten (bv. instap- of omzethuur, tijdelijke beschikking om niet aan organisaties of instellingen, windowdressing) leegstaande panden ingevuld kunnen worden dan wel indien deze zich buiten het concentratiegebied bevinden, middels (tijdelijke) functieverandering uit de markt kunnen worden genomen.

Hoewel de landelijke trends en ontwikkelingen binnen de detailhandel in zijn algemeenheid geen gunstig perspectief laten zien voor deze sector op de korte en mogelijk middellange termijn, zijn het de ondernemers zelf die voor een groot deel hun eigen perspectief bepalen. Door (al dan niet collectief) in te spelen op de ontwikkelingen rond internet (bijvoorbeeld door het inrichten van een gezamenlijke lokale webwinkel), het gevoerde assortiment aan te passen aan de zich wijzigende bevolkingssamenstelling en door organisatorisch samen te werken om de kern Ruinen steviger “op de kaart te zetten”, kan koopkracht gebonden worden aan de eigen kern en kan versterking van de toevloeiing worden uitgelokt.