

Centrumontwikkeling Emmer-Compasuum

**Ruimtelijk-economische ontwikkelingsmogelijkheden
centrum Emmer-Compasuum**

16-11-2018 | 's-Hertogenbosch

Samenvatting

Seinpost is door de gemeente Emmen gevraagd een studie uit te voeren naar de ruimtelijk economische ontwikkelmogelijkheden van het centrum van Emmer-Compascuum. De belangrijkste conclusies:

- De ruimtelijke structuur van Emmer-Compascuum, de verkeersfunctie en spreiding van functies zorgen voor een weinig samenhangend centrumgebied.
- Het detailhandelsaanbod is redelijk compleet, vooral het dagelijkse winkelaanbod. In vergelijking met de benchmark-kernen is de totale metrage beperkt. Om de marktruimte te berekenen is een DPO uitgevoerd, rekening houdend met aanwezig metrage, koopkrachtbinding en –toevloeiing, bevolkingsprognoses, gemiddeld besteedbaar inkomen, inkomenselasticiteit en normatieve omzet.
- De dagelijkse marktruimte wordt grotendeels ingevuld door de uitbreiding/nieuwbouw van Aldi. In de niet-dagelijkse sector zijn media, hobby, sport&spel, antiek&kunst, juwelier&optiek, warenhuis en textiel kansrijke hoofdbranches.
- Het horeca aanbod is erg beperkt, verspreid en richt zich op 'de snelle hap'. Er is ruimte voor de ontwikkeling van winkelondersteunende horeca in de vorm van een lunchroom of koffiezaak met terras. De inrichting van de openbare ruimte biedt kansen voor het verhogen van de verblijfwaarde.
- Uit een leefstijlanalyse blijkt er kansen liggen voor de centrumontwikkeling in de focus op ontmoeting en het versterken van de verbinding met de natuur en het water.
- De grootste opgave voor Emmer-Compascuum ligt in de ontwikkeling van het middendeel van het centrum. Op deze prominente plek komt op termijn een pand van 1.300 m² beschikbaar. Dit deel van het centrum moet zich ontwikkelen tot het hart van het centrum en zich kenmerken door een aangenaam verblijfsklimaat. Daarbij moet verder gekeken worden dan de detailhandelsfunctie naar daghoreca en consumentgerichte

Uitbreidingsruimte Emmer-Compascuum

	Dagelijkse sector		Niet-dagelijks	
	In metrage m ² wvo	In %	In metrage m ² wvo	In %
2018	678	33 %	541	20 %
2028	540	27 %	381	14 %

Samenvatting

dienstverlening (beauty&lifestyle en zorg). Ook verplaatsing van consumentgerichte functies buiten het centrumgebied bieden hiervoor kansen. De achterblijvende panden dienen dan getransformeerd te worden naar andere functies.

- Wij zien onvoldoende marktruimte – mede door de relatief hoge (toekomstige) leegstand en beperkte synergie met het hart van het centrum - voor de toevoeging van winkelvierkante meters in de strip achter de nieuw te realiseren sporthal. De focus dient te liggen op de invulling van de bestaande leegstand en vrijkomende panden.
- Het toevoegen van een passantenhaven draagt bij aan het verblijfsklimaat van het centrum van Emmer-Compascuum, zeker in combinatie met een sterke horecafunctie. Dit onderzoek richt zich niet op de economische haalbaarheid ervan. Aandachtspunt is de ruimtelijke impact van een dergelijke ontwikkeling. Voorkomen moet worden dat het als barrière wordt ervaren voor de Runde Zuidzijde.



Inhoud

Deel A: Marktanalyse

0.1 Inleiding

Hoofdstuk 1. Achtergrond

1.1 Ruimtelijke structuur

1.2 Aanbod in Emmer-Compascuum

1.3 Benchmark

1.4 Centrumontwikkelingen

1.5 Gemeentelijk beleid

1.6 Trends in de detailhandel

Hoofdstuk 2. Consumentenpotentieel

2.1 Bevolkingssamenstelling

2.2 Vrijetijds- en koopgedrag

Hoofdstuk 3. Omzetmogelijkheden

3.1 Verzorgingsgebied en draagvlak

3.2 Koopkracht, binding en toevloeiing

3.3 Marktberekeningen

6

7

8

10

12

18

22

25

27

29

30

31

36

38

40

41



Inhoud

Hoofdstuk 4. Ontwikkelperspectief

4.1 Een nieuwe hart voor de kern

4.2 Ontwikkelingen in de pijplijn

Deel B: Bijlagen

Hoofdstuk 5. Uitwerking tabellen

5.1 Bedrijfsvestigingen Emmer-Compasuum

5.2 Selectie benchmarkkernen Emmer-Compasuum

5.3 Marktberekening uitbreidingsruimte

5.4 Aanwezigheid formules in vergelijkbare kernen

Trends en ontwikkelingen

Economische trends

Consumententrends

Trends detailhandel

44

45

48

55

56

57

59

60

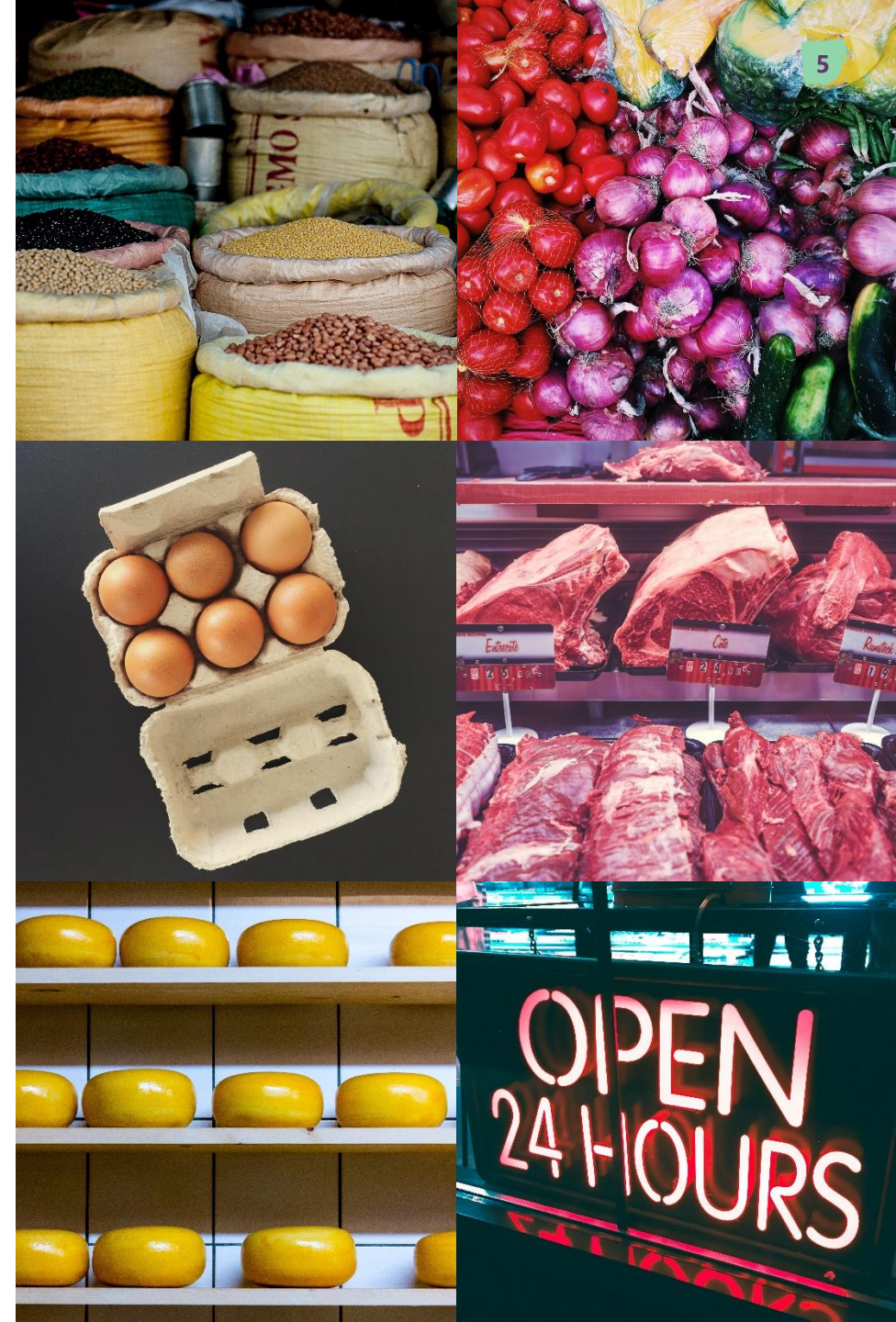
62

63

64

66

68





A

Deel A

Marktanalyse



0.1 Inleiding

De gemeente heeft grote plannen om het centrumgebied van Emmer-Compascuum onder handen te nemen en te revitaliseren. Diverse (vastgoed)ontwikkelingen en de aanpak van de openbare ruimte moeten ervoor zorgen dat het weer aangenaam verblijven en vertoeven wordt in het hart van de kern.

Emmer-Compascuum is in beweging; de Deelee is opgeleverd, een nieuwe Aldi supermarkt en een nieuw gezondheidscentrum zijn in aanbouw, en de realisatie van een sporthal, een brede school en de aanstaande herinrichting van een deel van het centrum zijn voorzien. Hier wordt gebouwd aan een vernieuwd hart voor de kern. Seinpost is door de gemeente Emmen gevraagd een studie uit te voeren voor de centrumontwikkeling van Emmer-Compascuum. Het onderzoek dient de centrale vraag te beantwoorden:

Wat zijn de ruimtelijke economische ontwikkelmogelijkheden van het centrum van Emmer-Compascuum?

Daarbij wordt specifiek ingegaan op de volgende sub vragen:

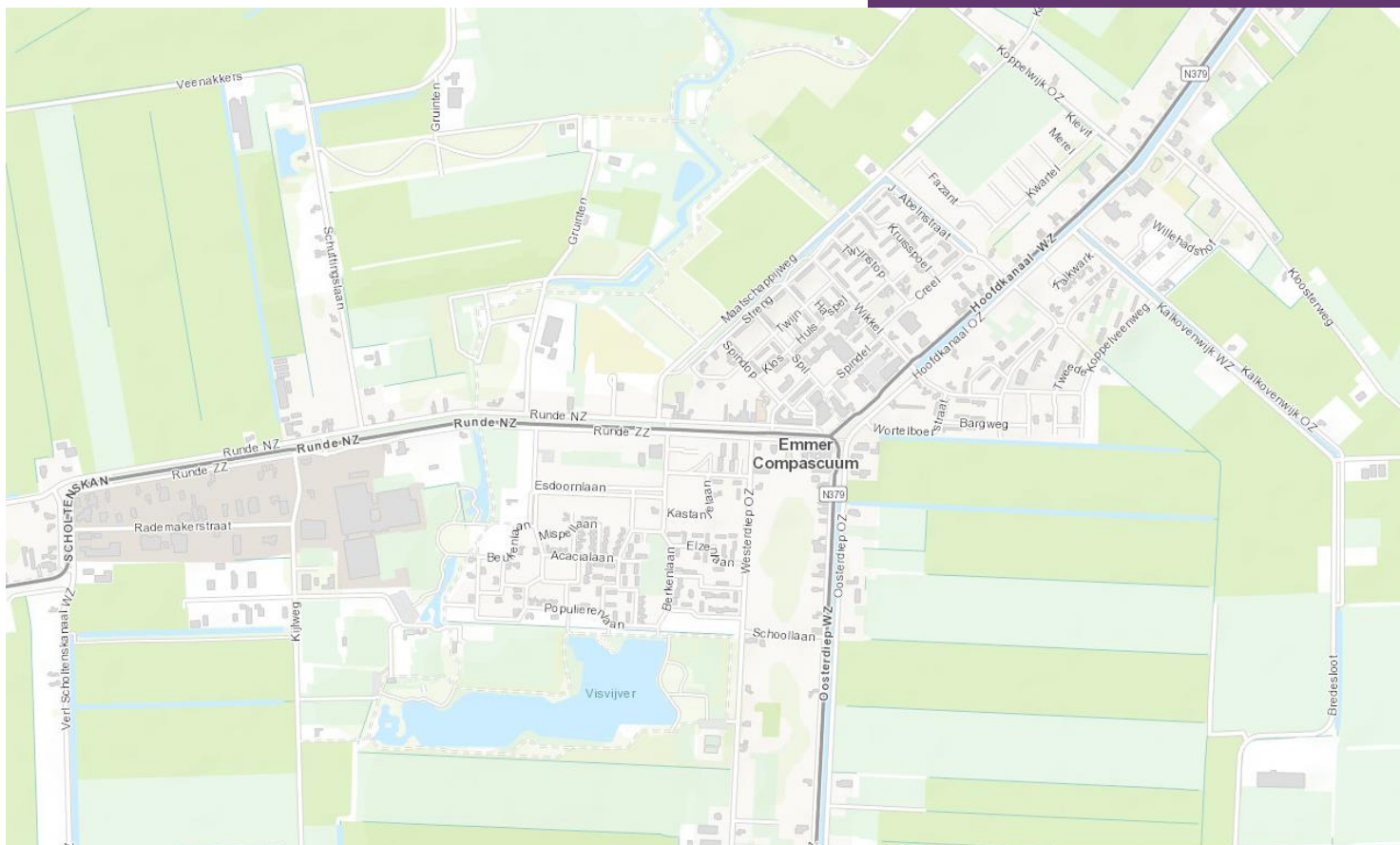
- Welke functies kunnen landen in het centraal gelegen leegkomende pand (1.300 m²)?
- Is het wenselijk om winkelmeters toe te voegen nabij de sporthalontwikkeling?
- Wat is het effect van een passantenhaven op de ontwikkelpotentie van Emmer-Compascuum?

01

Achtergrond



Ligging



Emmer-Compascuum is gelegen in de gemeente Emmen, provincie Drenthe. Het is een typisch veendorp gelegen op 11 kilometer van Emmen. De kern wordt in het zuiden begrensd door het Oranjekanaal en in het noorden door het Stadskanaal. De beek de Runde die voorheen door de kern liep is gedempt om het veen met kanalen te ontwateren. Later is de (drooggevalen) Runde in dit gebied weggegraven. Rond 2009 is de Runde weer hersteld en zijn de kanalen heropend voor de scheepsvaart en pleziervaart.

Emmer-Compascuum is langgerekt en is organisch gegroeid langs de kruising van het Hoofdkanaal, Kanaal-A, Kanaal-B, Scholtenskanaal en Kanaal-C (de latere Schuttingslaan). De omringende wijken zijn ontwikkeld langs deze structuur. Emmer-Compascuum is het op een na grootste dorp van de gemeente Emmen, met een bevolkingsomvang van 7.805 mensen, waarvan het grootste gedeelte in het centrale gedeelte van het dorp woont.



Emmer-Compascuum bestaat met name uit deelgebieden die geen aaneengesloten gebied vormen

1.1 Ruimtelijke structuur

De kern Emmer-Compascuum is langgerekt langs drie assen. De meeste winkelvoorzieningen zijn geconcentreerd langs deze aftakkingen. De uitlopers van de assen hebben een dominante woonfunctie, met soms voorzieningen in de plint. Dit zorgt, samen met de inrichting van de openbare ruimte voor weinig verbinding tussen de winkelvoorzieningen.

De drie assen hebben daarnaast een belangrijke verkeersfunctie. Hierdoor is de uitwisseling tussen de gebieden relatief beperkt. De dominantie van het autoverkeer nodigt niet uit om de verschillende delen te voet te bezoeken. Daarnaast ontbreekt de verbinding tussen het hart van Emmer-Compascuum en de kanalen.

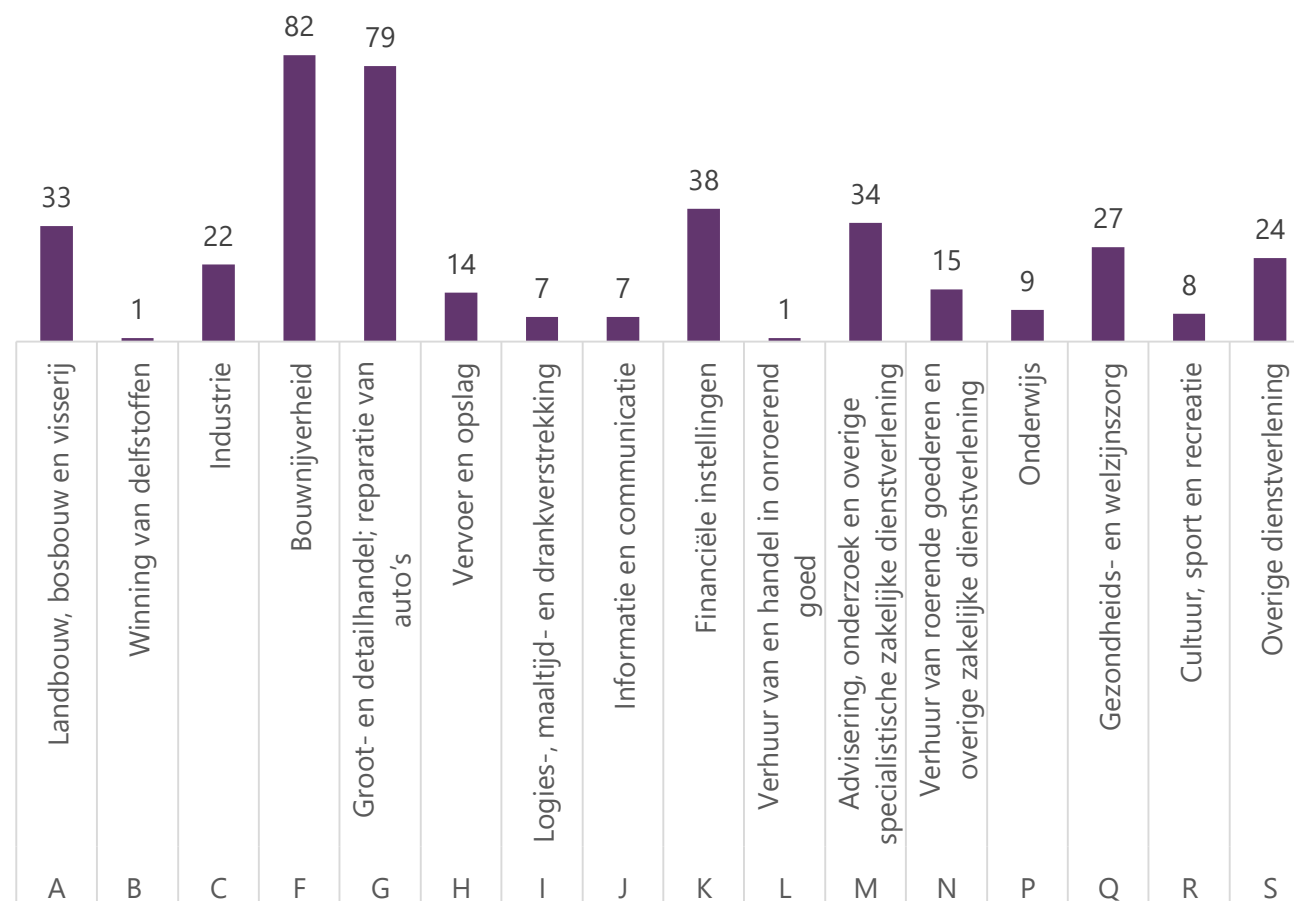
Er is relatief weinig samenhang tussen de functies binnen Emmer-Compascuum. De relatief grote afstanden tussen de supermarkten (trekkers) zorgen voor de afwezigheid van een aaneengesloten winkelgebied.

Economische structuur

Figuur 1.1 weergeeft de verdeling van aanwezige bedrijfsvestigingen in de kern Emmer-Compascuum. Hieruit valt op te maken dat met name bouwnijverheid, groot- en detailhandel belangrijke sectoren zijn voor deze kern. Bezien naar kansrijke functies voor concentratie in het centrumgebied van Emmer-Compascuum liggen er wellicht kansen voor dienstverlening, met name voor de sector gezondheids- en welzijnszorg. Het aanbod in haarverzorging, schoonheidsverzorging/pedi-/manicures (totaal 21 zaken) is relatief groot.

Voor een gedetailleerd overzicht van de bedrijfsvestigingen in Emmer-Compascuum naar sector en hoofdbranches, verwijzen wij naar tabel B4.1 in de bijlagen.

Figuur 1.1: Verdelingen bedrijfsvestigingen naar sector in Emmer-Compascuum



1.2 Aanbod in Emmer-Compasuum

Tabel 1.1 en figuur 1.2 geven inzicht in het huidige winkelaanbod in Emmer-Compasuum. De kern beschikt over 2.041 m² wvo dagelijks aanbod, waarvan 1.474 m² wvo supermarkten. De niet-dagelijkse sector omhelst 5.432 m² wvo. De branche in/om huis is voor wat betreft het aantal vestigingen en metrage het sterkst vertegenwoordigd.

Het totaal aan winkelmeters is de periode 2008-2018 afgenomen, met name door de afname in de branche in/om huis en in de dagelijkse sector. De mode & luxe branche is tussen 2008 en 2018 stabiel gebleven. De branche detailhandel overig is in deze periode juist gegroeid.

Op dit moment staat 6,3 % van de verkooppunten en 6,8 % van het wvo leeg. De leegstand is op dit moment niet erg nadrukkelijk aanwezig, maar met de naderende verhuizing van Aldi en de apotheek ontstaan er wel een groot leegstaand pand in het 'hart' van het centrum.

¹ De branche detailhandel overig bestaat uit specifieke detailhandelszaken waaronder tweedehandszaken, legerdumps, feestartikelen, paramedische zaken, souvenirs, ed.

Figuur 1.2: Verdeling winkelmeters detailhandel naar brancheniveau in Emmer-Compasuum



TABEL 1.1: VERGELIJKING AANBOD EMMER-COMPASCUUM 2008-2018 NAAR BRANCHEGROEP

	VKP		WVO (M ² WVO)		ONTWIKKELING
	2008	2018	2008	2018	
DAGELIJKS	13	12	2.995	2.041	AFNAME
NIET-DAGELIJKS	25	23	6.010	5.432	AFNAME
MODE & LUXE	7	5	1.263	1.230	STABIEL
VRIJE TIJD	2	1	125	0	-
IN/OM HUIS	14	13	4.224	3.519	AFNAME
DETAILHANDEL OVERIG	2	4	398	683	TOENAME
TOTAAL DETAILHANDEL (EXCL. LEEGSTAND)	38	35	9.005	7.473	AFNAME
LEEGSTAND	3	4	1.131	819	AFNAME

Bron: Locatus, peildatum augustus 2018.

*Het dagelijks aanbod in
Emmer-Compasuum
is compleet*



Dagelijkse sector

De dagelijkse boodschappen zijn het primaire bezoekmotief voor de eigen inwoners van Emmer-Compasuum. Het aanbod van dagelijkse winkels in de kern is compleet: er is een slager, bakker, drogist etc. aanwezig. De dagelijkse winkels liggen zijn redelijk geconcentreerd en profiteren van de nabijheid van de Boni supermarkt.

- 2 Onder de dagelijkse sector wordt verstaan: alle zaken gericht op levensmiddelen en persoonlijke verzorging (drogisterij-parfumerie).

De drie supermarkten zijn niet geclusterd. Er zijn twee supermarkten in het centrum van Emmer-Compascuum: een Boni en Aldi, aangevuld met een Attent van geringe omvang in Emmer-Erfseidenveen.

De Boni-supermarkt is gelegen aan de Runde vlakbij de kruising van het Oranjekanaal en het Stadskanaal. De ligging van deze supermarkt aan de doorgaande weg is overzichtelijk. De parkeervoorzieningen zijn niet optimaal, maar de supermarkt wordt goed bezocht. De winkel heeft een metrage van 810 m² wvo en is daarmee een relatief kleine service-supermarkt voor een kern van deze grootte. Een moderne service-supermarkt meet circa 1.200 m² wvo. Boni is landelijk iets kleiner omdat zij zich profileert als een service-supermarkt voor de laagste prijs, met een iets kleiner assortiment en gemiddeld circa 1.000 m² wvo.

De nieuwe Aldi-locatie ligt vanaf november 2018 op 400 meter afstand van Boni. De tijdelijke Aldi meet volgens Locatus 450 m² wvo, de nieuwe Aldi krijgt een omvang van circa 1.200 m² wvo (Aldi, 2018). Het druktebeeld wordt daarmee verspreid over twee locaties op een behoorlijke afstand van elkaar. De Aldi ligt op een goede zichtlocatie vanaf de N379 en het Hoofdkanaal. De ingang en parkeerplaats worden aan deze zijde gesitueerd.

De derde supermarkt in de kern is de Attent. Deze supermarkt is gelegen aan het Kanaal A richting Emmen en ligt op 6 kilometer afstand van het hart van Emmer-Compascuum. Deze winkel beslaat slechts 210 m² wvo en bedient met name het buitengebied.





Weinig synergie tussen winkelfuncties in de kern



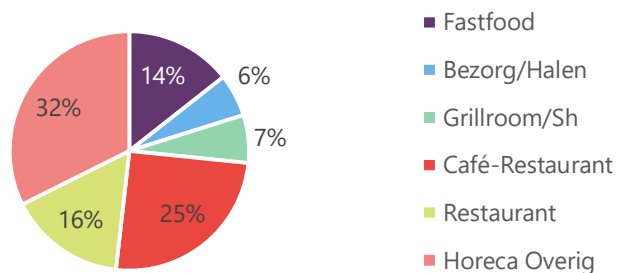
Niet-dagelijkse sector

De niet-dagelijkse sector bestaat uit de mode & luxe, vrije tijd, in/om huis en detailhandel overig. Deze winkels zijn sterk verspreid langs het assenkruis van Emmer-Compasuum. Een redelijk groot aandeel ligt dan ook verspreid net buiten het kernwinkelgebied. Hierdoor profiteren deze zaken niet van de trekkers zoals supermarkten die de nodige traffic creëren. Voorbeelden van zaken buiten het kernwinkelgebied zijn de fietsenwinkel, wooninrichting, beautysalon en schoenenzaak. Ook zijn er nog een aantal zaken gesitueerd aan de Oosterdiep Westzijde.

Horeca

Er is 695 m² wvo horeca aanwezig in Emmer-Compasuum. 41 % is hiervan ingevuld door (café-)restaurants. Dit is slechts 285 m² wvo. Dit horeca aanbod bestaat uit een grillroom/pizzeria Compasuum en Chinees-Indisch restaurant Wo Hing die beiden gevestigd zijn aan de rand van het centrum. De resterende winkelmeters zijn ingevuld door avondhoreca en fastservice. Horeca biedt hiermee een weinig winkelondersteunende functie in de kern. Er zijn geen koffiezaken of lunchrooms aanwezig. Daarnaast ontbreken er echte terrassen (met uitzondering van een terras van de Kwalitaria).

Figuur 1.3: Verdeling horecameters naar sectoren in Emmer-Compasuum



Bron: Locatus, peildatum augustus 2018.

Toerisme

Ons partnerbedrijf ZKA heeft in 2016 een vitaliteitsonderzoek uitgevoerd naar de verblijfsrecreatie in Drenthe. Het toerisme in de gemeente Emmen is beperkt. In het zuidelijk gedeelte van de gemeente is Parc Sandur gelegen. Echter schatten wij de betekenis hiervan verwaarloosbaar voor Emmer-Compasuum gezien de afstand en de afwezigheid van verblijfsrecreatief aanbod.

In het actieprogramma van dit vitaliteitsonderzoek zijn een aantal mogelijke vrijetijdshotspots benoemd. Hier kan door de provincie en gemeenten op worden ingezet om het toerisme te versterken. Deze plekken liggen echter niet in de buurt van Emmer-Compasuum. Op basis hiervan is er weinig directe aanleiding te verwachten voor een toename van toerisme in Emmer-Compasuum.

Er is wel enige dagrecreatie in Emmer-Compasuum. Deze focust zich met name op waterrecreatie, waarover later meer.



Diensten en overige bedrijvigheid

Het aanbod consumentgerichte zaken is tevens van belang voor de mogelijke centrumontwikkeling van Emmer-Compascuum. Uit figuur 1.1 is op te maken dat de overige dienstverlening op orde is. Het aanbod in haarverzorging, schoonheidsverzorging/pedi-/manicures (totaal 21 zaken) is relatief groot. Deze functies trekken een bezoekersstroom waar andere centrumfuncties van kunnen profiteren. Daarnaast biedt het nieuwe centraal gelegen gezondheidscentrum kansen voor vestiging van dergelijke functies.

Ook zijn de 8 zaken in de sector cultuur, sport en recreatie interessant om te betrekken bij het centrum. Cultureel aanbod kan een goede toevoeging zijn op het winkelaanbod in een centrumgebied. De locatie van de bibliotheek in De Deelee draagt ook bij aan de versterking van het centrumgebied. Zo zou de verplaatsing van de woonboot van Nelis en Leentje naar het centrumgebied meer levendigheid toevoegen aan het gebied. Het betrekken van ondernemers in deze sector bij de plannen voor een passantenhaven kan ook de slagingskansen van de passantenhaven verhogen.



1.3 Benchmark

In de benchmark is de kern Emmer-Compascuum vergeleken met soortgelijke kernen. Zie bijlage 5.2 voor een toelichting op de selectie van de kernen voor de benchmark. In vergelijking met het gemiddelde voor kernen met 7.500-10.000 inwoners (163,5 m² wvo per 1.000 inwoners) kent Emmer-Compascuum (104,2 m² wvo per 1.000 inwoners) relatief weinig leegstand.

Detailhandel

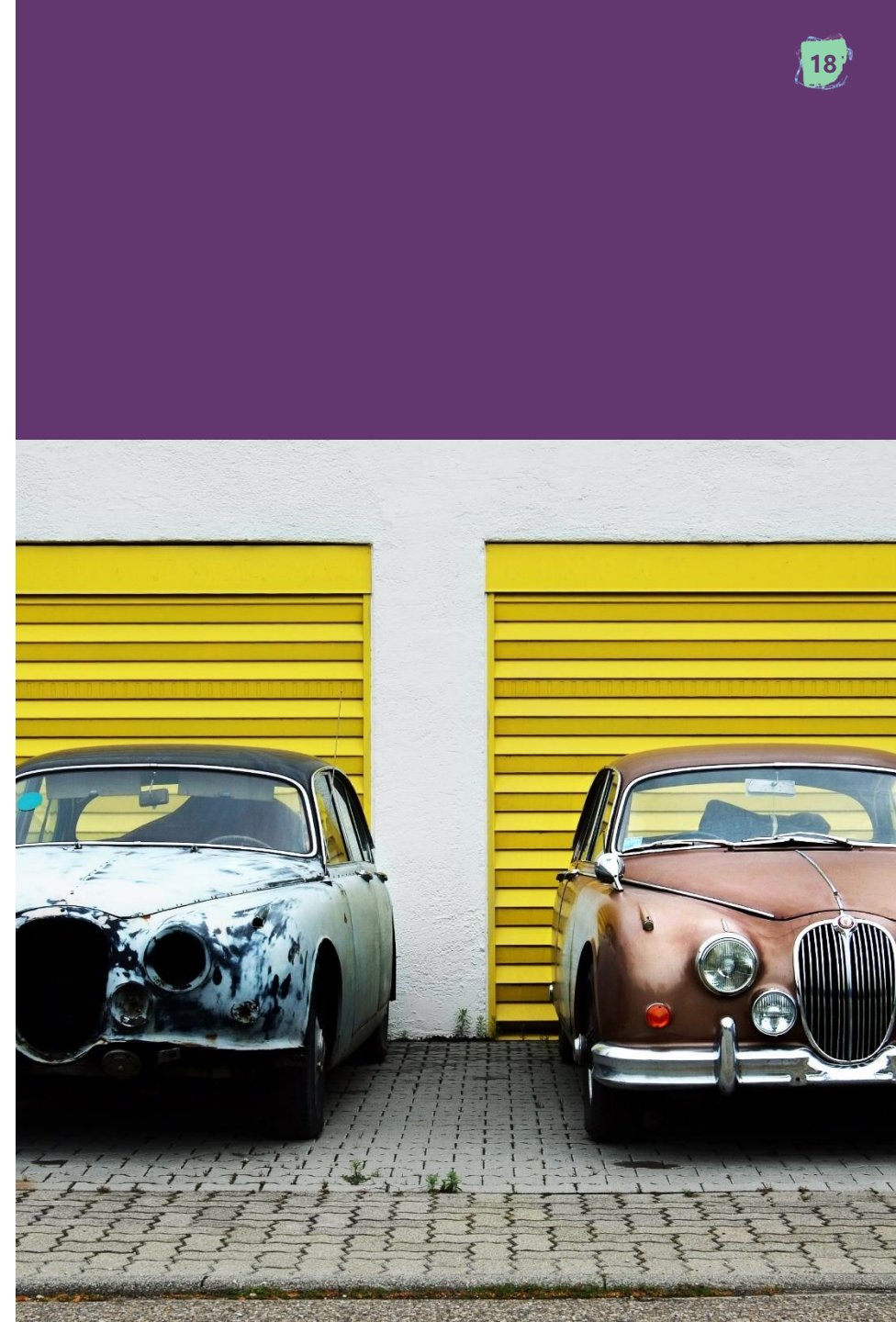
Uit de tabel hieronder valt te concluderen dat de totale metrage in Emmer-Compascuum relatief laag ligt in vergelijking met de benchmark-kernen. Het aantal verkooppunten is echter gemiddeld ten opzichte van de andere kernen.

TABEL 1.2: BENCHMARK DETAILHANDEL EMMER-COMPASCUUM

KERN	INWONERS	AANTAL VKP (EXCL. LEEGSTAND)	M ² WVO (EXCL. LEEGSTAND)	% LEEGSTAND (M ² WVO)	FILIALISERINGSG RAAD (NAAR VKP)
EMMER- COMPASCUUM	7.805	35	7.473	6,8 %	18,8 %
HARMELEN	8.180	30	7.139	3,2 %	30,1 %
OUDEWATER	8.280	58	10.476	1,8 %	22,7 %
ROELOFARENDSEVEEN	7.880	45	14.175	2,9 %	32,3 %
RUURLO	7.815	39	11.968	8,6 %	27,6 %
SWALMEN	8.605	29	4.711	32,7 %	6,5 %
OUDE PEKELA	7.670	28	8.456	6,0 %	20,7 %

Bron: Locatus, peildatum augustus 2018, CBS 2016.

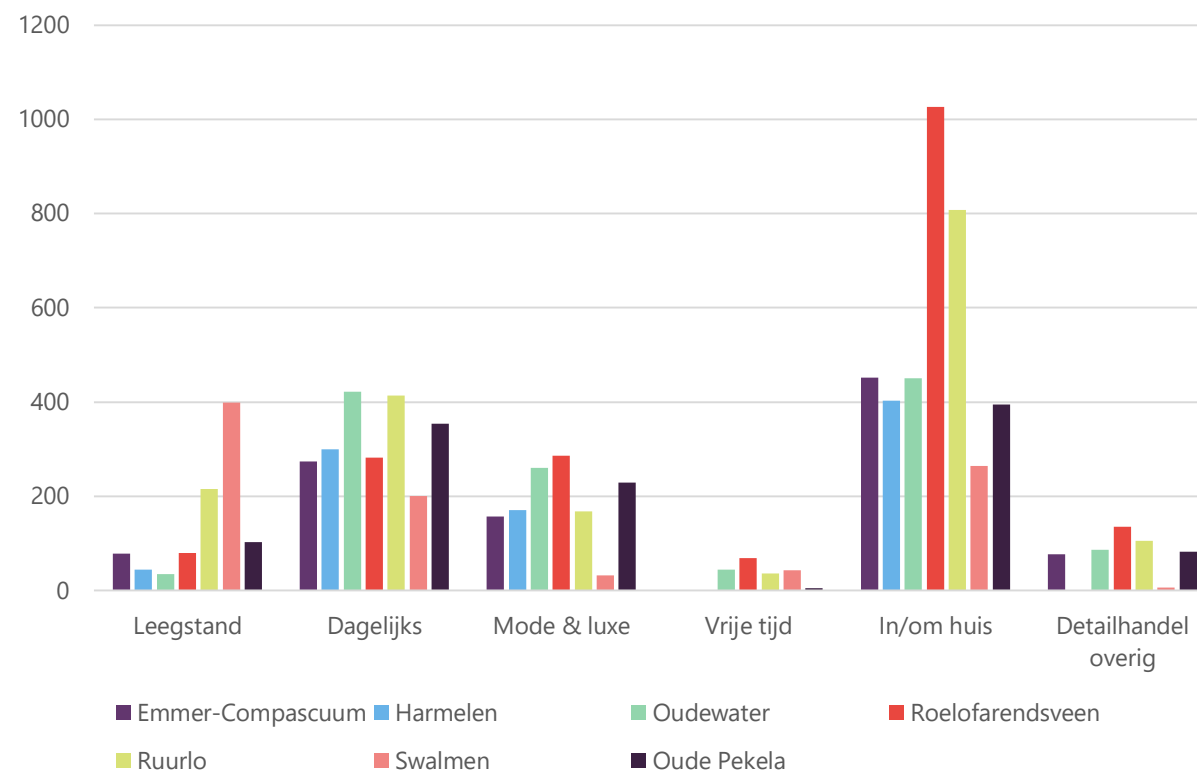
*Het aantal verkooppunten en de metrages van detailhandel bestaat uit de branches dagelijks, mode & luxe, vrije tijd, in/om huis en detailhandel overig.



Daarnaast kunnen de relatief beperkte winkelmeters ook verklaard worden door het relatief hoge aantal leegstaande winkelmeters (6,8%). Wanneer de leegstaande winkelmeters ingevuld zouden zijn, zou het winkelaanbod meer in lijn zijn met de benchmark kernen. In totaal staat er 819 m² wvo leeg, verspreid over 4 verkooppunten. In vergelijking met Harmelen, Oudewater en Roelofarendsveen is de leegstand relatief hoog. Echter hebben Ruurlo en met name Swalmen te maken met nog meer leegstaande meters. Oude Pekela is wat betreft leegstand vergelijkbaar met Emmer-Compasuum.

De kern Emmer-Compasuum kent verhoudingsgewijs een relatief lage filialiseringsgraad. Minder dan een kwart (18,8 %) van de winkelmeters is ingevuld door filiaalbedrijven. Voor de kernen in deze analyse ligt de gemiddelde filialiseringsgraad op 23,3 %. Het grootste vloeroppervlak in Emmer-Compasuum bestaat uit de branche in/om huis. Wat betreft de branches dagelijks en mode & luxe scoort Emmer-Compasuum gemiddeld. Ondanks het gebiedsontwikkelingsplan voor de vaarverbinding Erica - Ter Apel, zijn er geen ondernemingen in de kern aanwezig die zich richten op de vrije tijd-branche (sport & spel, hobby, media). Wel is mogelijk dat deze assortimentsgroepen (deels) overgenomen zijn door winkels in een andere hoofdbranche.

Figuur 1.4: Gemiddeld aantal m² wvo per 1.000 inwoners

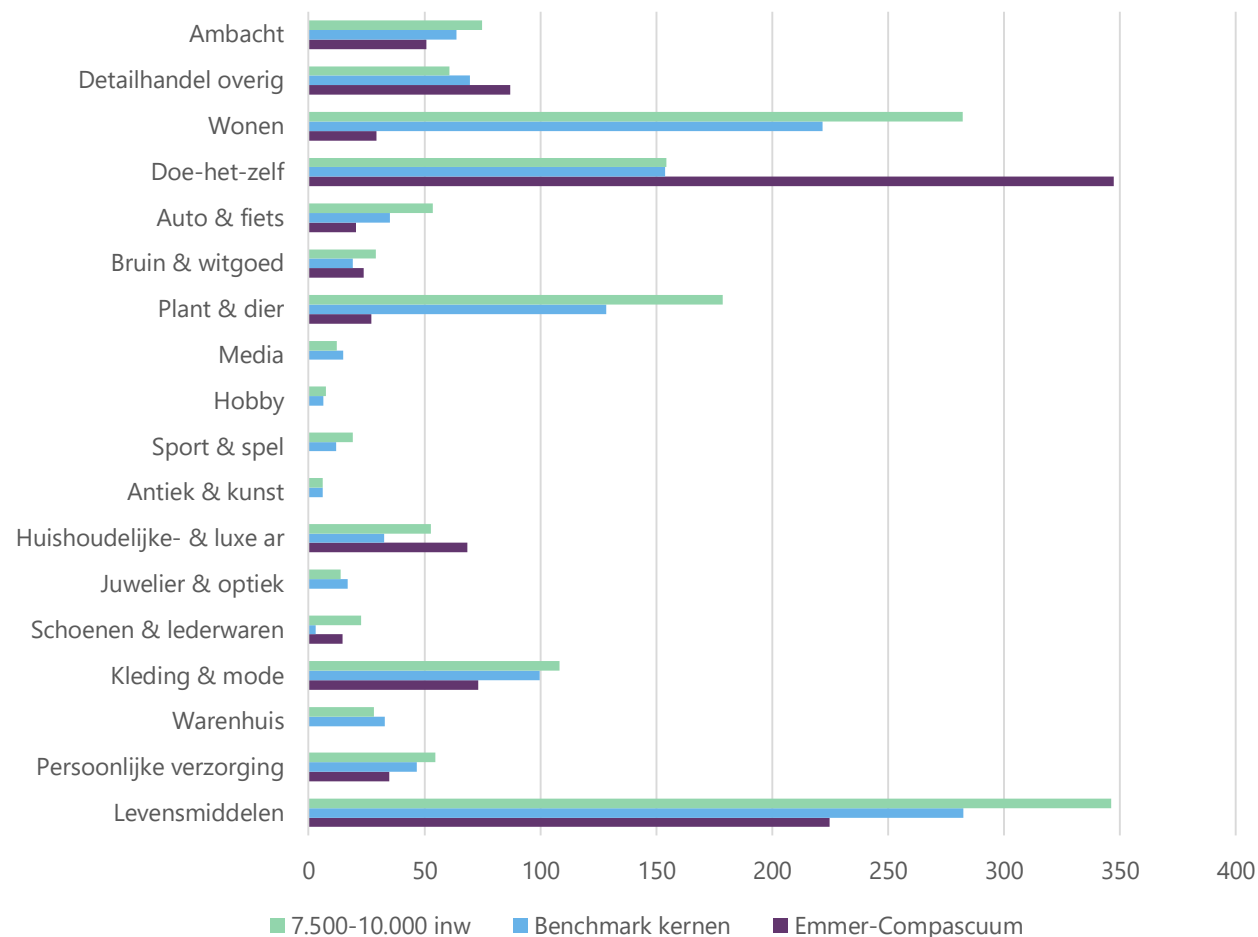


Bron: Locatus, peildatum augustus 2018.

Figuur 1.5 zoomt verder in op de aanwezige metrages per hoofdbranche in Emmer-Compasuum. Hierin wordt een vergelijking gemaakt met de benchmark kernen en het gemiddelde voor kernen van vergelijkbare omvang (7.500-10.000 inwoners). Een aantal zaken die opvallen:

- Emmer-Compasuum kent een relatief groot aanbod detailhandel overig.
- Het aanbod huishoudelijke en luxe artikelen is relatief hoog in de kern, met name in vergelijking met de benchmark kernen.
- Het aanbod in de mode & luxe branche is relatief laag. Dit suggereert dat er mogelijkheden zijn voor een uitbreiding van het aanbod.
- De kern kent een relatief laag metrage voor levensmiddelen in vergelijking met de benchmark kernen. Op haar beurt scoren de benchmark kernen ook lager dan gemiddeld voor kernen van 7.500 tot 10.000 inwoners.
- De benchmark kernen en kernen van vergelijkbare omvang hebben een klein aanbod in de hoofdbranches media, hobby, sport & spel, antiek & kunst, juwelier & optiek en warenhuis. Dit aanbod ontbreekt momenteel volledig in Emmer-Compasuum.
- De hoofdbranches doe-het-zelf en wonen zijn met name gevestigd buiten het centrum. Wel valt op dat de kern een relatief groot aanbod kent van doe-het-zelf. Dit is met name toe te schrijven aan de grote vestiging van de Formido, waarover later meer. Het aanbod woninginrichting is daarentegen vrij beperkt in Emmer-Compasuum.

Figuur 1.5: Gemiddeld aantal m² wvo per 1.000 inwoners naar hoofdbranche



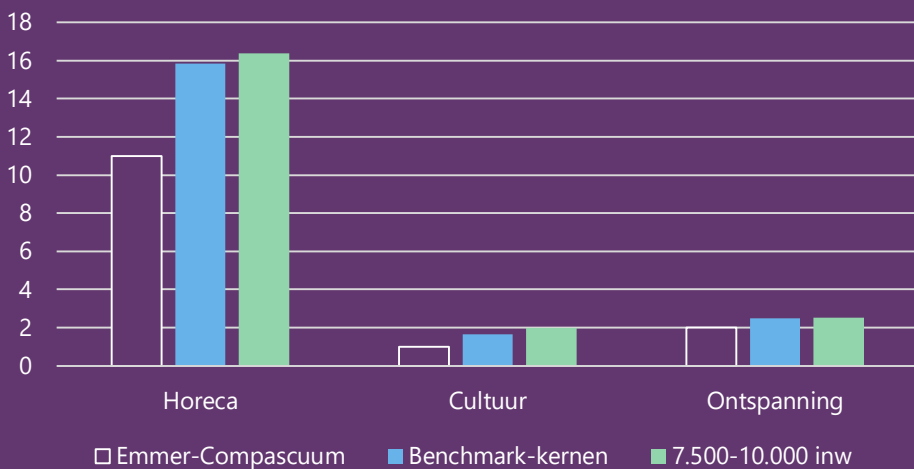


Horeca / leisure

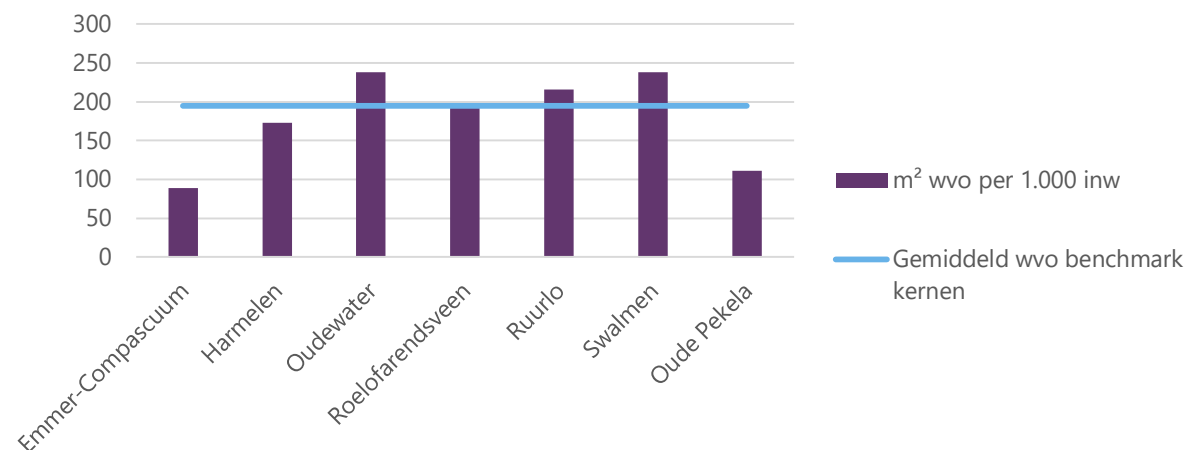
Figuur 1.5 geeft het aantal verkooppunten weer per hoofdbranche van leisure. Opvallend is dat de kern Emmer-Compascuum voor alle drie hoofdbranches relatief laag scoort ten opzichte de benchmark kernen en het gemiddelde voor kernen van deze omvang.

In vergelijking met de benchmark kernen heeft de kern Emmer-Compascuum ook qua horeca meters erg weinig aanbod. Gemiddeld is er zo'n 194,5 m² wvo horeca per 1.000 inwoners in de benchmark kernen en 204,6 m² wvo horeca per 1.000 inwoners in kernen van vergelijkbare omvang (7.500-10.000 inwoners). Emmer-Compascuum scoort met 88,4 m² wvo per 1.000 inwoners sterk onder gemiddeld. Dit suggereert ontwikkelkansen op het gebied van horeca voor deze kern.

Figuur 1.5: Leisure sector naar verkooppunten



Figuur 1.6: Gemiddeld aantal m² wvo horeca per 1.000 inwoners



Bron: Locatus, peildatum augustus 2018.

3 Locatus registreert alleen metrages van het horeca-aanbod. Hierdoor is geen informatie beschikbaar over metrages van de hoofdbranches cultuur en ontspanning.

1.4 Centrumontwikkelingen

In deze paragraaf zetten we kort de diverse ontwikkelingen in het centrum van Emmer-Compascuum op een rij:

Ontwikkeling Abeln-terrein

Het Abeln-terrein ligt sinds 2010 braak. Februari dit jaar is – na inventarisatie onder bewoners van het dorp - vastgesteld dat hier een nieuwe sporthal komt. Dorpsbelangen Emmer-Compascuum wilde graag een supermarkt op deze locatie. Echter zag de huidige Boni supermarkt af van een hervestiging in verband met een langlopend huurcontract op de bestaande locatie en was er geen belangstelling in de markt voor een derde supermarkt. De komende periode is het Abeln-terrein in ontwikkeling. De sporthal moet in 2020 haar deuren openen. Daarnaast wordt de openbare ruimte aangepakt en zijn er wensen voor woningbouw, mogelijk gecombineerd met winkelruimte op de begaande grond.

Ontwikkeling van de brede school

Er wordt gewerkt aan de bouw van een brede school. Deze vormt een samenvoeging van drie scholen van buiten het centrum en één school uit het centrum. De brede school zal zich alleen focussen op primair onderwijs. Na de herfstvakantie start de bouw van de nieuwe school.

Nieuwe Aldi-locatie

Er wordt momenteel gewerkt aan de realisatie van een nieuwe Aldi-locatie aan het Hoofdkanaal WZ. Deze nieuwe supermarkt krijgt een oppervlakte van 1.200 m² wvo. Het vorige pand van de Aldi was 800 m² wvo en is inmiddels gesloopt. Tijdelijk is de Aldi-supermarkt gevestigd in het pand rechtsonder het gezondheidscentrum (zie de kaart op de volgende pagina), grenzend aan de Runde. Dit is de oorspronkelijke locatie van de Aldi en omhelst 450 m² wvo.

Nieuw gezondheidscentrum

Noordelijk van de tijdelijke locatie van de Aldi is een nieuw gezondheidscentrum in aanbouw. Hier worden na oplevering een huisarts, fysiotherapeut en apotheek gehuisvest. Het pand dat nu tijdelijk de apotheek en Aldi huisvest komt dan volledig leeg te staan.



*Versterking
verblijfsfunctie hart van
Emmer-Compasceum*

4 Tekst

EMMER-COMPASCUUM
ONTWIKKELINGEN CENTRUM



Afwegingen voor ontwikkeling centrum Emmer-Compascuum

In het kader van het nieuwe hart voor Emmer-Compascuum, zijn er een aantal mogelijke ontwikkelingen benoemd vanuit de gemeente. Deze toekomstperspectieven zijn door ons meegenomen in de analyse.

Invulling centraal gelegen pand

Deze locatie biedt op dit moment ruimte aan een apotheek en (tijdelijk) de Aldi. Het pand bevindt zich op de kruising van de kanalen en is daarmee erg centraal gelegen in de kern. Hiermee vervult het pand een belangrijke zichtlocatie. Daarnaast biedt de locatie ruimte voor een invulling van 1.300 m² wvo.

Toevoeging winkelstrip achter de sporthal

Er wordt gesproken over de realisatie van een winkelstrip aan de achterkant van de sporthal, aan de zijde van het Hoofdkanaal WZ. De realisatie van deze winkelstrip kan de synergie tussen de relatief verspreide winkels en de nieuwe Aldi-locatie versterken. De mogelijke toevoeging van winkelmeters bestaat uit circa 290 m². De gemeente heeft daarbij benadrukt dat deze strip alleen gerealiseerd zal worden mits er aantoonbaar behoefte is vanuit de markt.

Realisatie passantenhaven

Als onderdeel van de opwaardering van de openbare ruimte en versterking van de ruimtelijke structuur, wordt de mogelijkheid voor de aanleg van een passantenhaven onderzocht. Dit moet de vaarrecreatie in de omgeving de mogelijkheid bieden om aan te leggen en een kijkje te nemen in het centrum.

1.5 Gemeentelijk beleid

Structuurvisie 2010

De visie uit 2010 benadrukt het langgerekte centrumgebied van Emmer-Compascuum. De verbindingen/wisselwerking tussen het centrum, de woongebieden en het kanaal zijn onvoldoende en het centrumgebied kent een lage verblijfskwaliteit. De structuurvisie is met name opgesteld om de sociaaleconomische positie van het dorp te behouden en perspectief te bieden aan het dorp. De focus op het behoud van de aanwezige (winkel)voorzieningen en het versterken van de verblijfskwaliteit van het centrum. Het aanbod van detailhandel in het dorp is op orde. Echter liggen de winkels erg verspreid door de kern waardoor er weinig samenhang is en winkels onvoldoende kunnen profiteren van combinatieaankopen.

In de visie wordt benadrukt dat het centrumgebied verbeterd dient te worden door de voorzieningen te concentreren en de openbare ruimte te herinrichten. Echter maakt de 20ste penning – een erfpachtconstructie – die op delen van het gebied geldt, de realisatie van een dergelijke structuur complexer. De meest wenselijke locatie voor winkelconcentratie is nabij het Hoofdkanaal. Hier is een multifunctioneel centrum, het woonzorggebouw en een relatief groot plein gelegen voor parkeren. Ook is rekening gehouden met de wens om de supermarkt te verplaatsen. Op den duur bestaat de wens om winkels aan de rand/buiten het kernwinkelgebied te verhuizen naar het kernwinkelgebied. In het beleidsstuk wordt echter benadrukt dat dergelijke verhuizingen op natuurlijke wijze dienen plaats te vinden.



De Woonvisie 2018-2023

Thuis in Emmen: snoeien doet bloeien

De bevolkingskrimp in de gemeente Emmen zet sneller door dan verwacht: vanaf 2026 krijgt de gemeente te maken met huishoudenskrimp. Er zijn dan ook minder woningen nodig dan in de vorige woonvisie werd ingeschat waardoor de huidige bestemmingsplannen te veel ruimte bieden voor bouw mogelijkheden. De visie richt zich daarom mede op 'deprogrammeren', het schrappen van mogelijkheden om de woningvoorraad gezond te houden.

De woningmarkt is mede als gevolg van trends en ontwikkelingen verandert. Er is steeds meer sprake van een vragersmarkt waarbij de potentiële bewoner een duidelijk eisenpakket heeft voor een woning. Naast ontgroening en vergrijzing komen er naar verwachting steeds meer kleine huishoudens met een andere woonbehoefte tot gevolg. Focus ligt daarom sterk op het inzichtelijk krijgen van de woonwensen en het verbeteren van de huidige woningvoorraad. De visie onderstreept een focus op kwaliteit en betaalbaarheid van de woningvoorraad. Zo'n 50 % van de huishoudens in de gemeente heeft een laag inkomen en huurt bij een woningcorporatie.

Ook in Emmer-Compascuum wordt ingezet op het verbeteren van de huidige woningvoorraad met diverse projecten door zowel de gemeente als de woningbouwcorporatie.

Structuurvisie Vaarverbinding Erica - Ter Apel (2012)

Sinds 2007 neemt de gemeente Emmen deel aan het provinciale project 'herstel van de vaarverbinding Erica –Ter Apel'. Aanvullend heeft de gemeente in 2012 een gebiedsontwikkelingsplan voor de vaarverbinding vastgesteld die zich richt op de ontwikkelingsmogelijkheden langs deze vaarroute. 'De Veenvaart' biedt volop mogelijkheden voor recreatie en het plan richt zich daarom specifiek op het ondersteunen van initiatieven die hierop aansluiten. Denk aan: fietsverhuur, bed en breakfast, natuurontwikkeling, horeca, jachthaven, verblijfsrecreatie en/of leisure.

Echter zijn er nog geen ondernemingen zijn in de kern die hierop inspelen. Mogelijk zien ondernemers nog onvoldoende kansen om in te spelen op deze sectoren. De ontwikkeling van een passantenhaven kan een boost geven aan de vaarrecreatie en daarmee de recreatieve ontwikkelingsmogelijkheden.

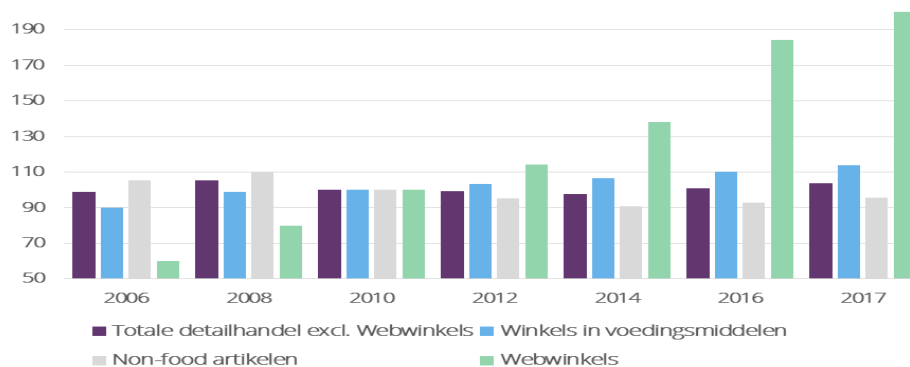
1.6 Trends in de detailhandel

Wij gaan in deze paragraaf kort in op trends in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Voor wat betreft de algemene trends en ontwikkelingen in de detailhandel verwijzen wij naar de bijlagen.

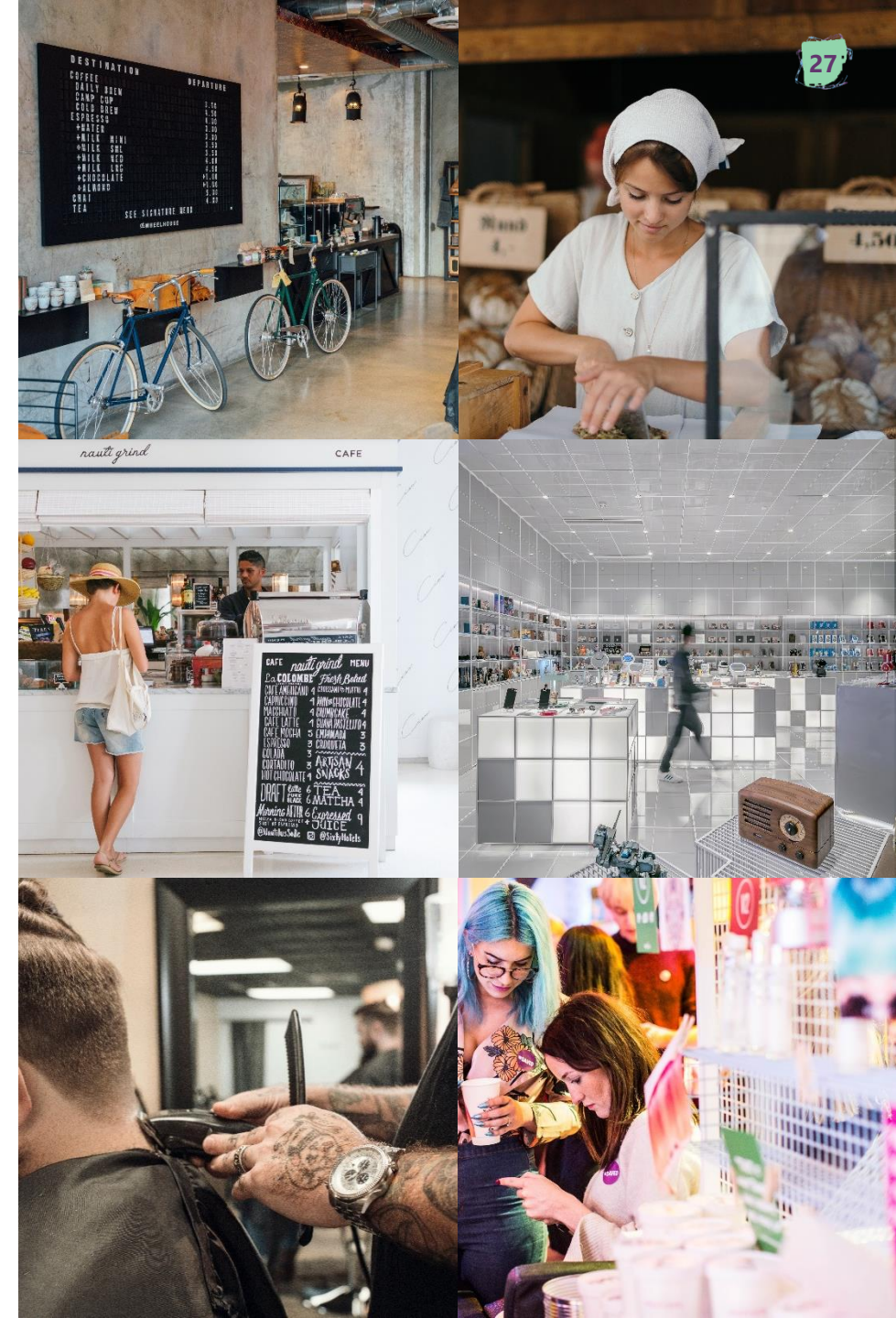
Dagelijkse sector groeit, niet-dagelijkse sector staat onder druk

De bestedingen in de dagelijkse sector nemen jaarlijks (nominaal) toe met 1 tot 2%. Naar verwachting zet deze ontwikkeling door: de omzet in de dagelijkse sector blijft de komende jaren stijgen (zie figuur 1.4). Dit in tegenstelling tot de bestedingen in de niet-dagelijkse sector, waar tussen globaal 2009 en 2016 sprake was van stagnatie en zelfs teruggang. Het is aannemelijk dat de dagelijkse bestedingen in Emmer-Compasuum ook zijn toegenomen en blijven toenemen. Voor de komende jaren mag nog steeds worden uitgegaan van een positieve omzetontwikkeling in de dagelijkse sector en in de supermarktbranche in het bijzonder (maakt 80-85% van de dagelijkse bestedingen uit). Alle signalen uit de markt bevestigen dit.

Figuur 1.5: Omzetontwikkeling detailhandel



5 Onder de dagelijkse sector wordt verstaan: alle zaken gericht op levensmiddelen en persoonlijke verzorging (drogisterij-parfumerie).

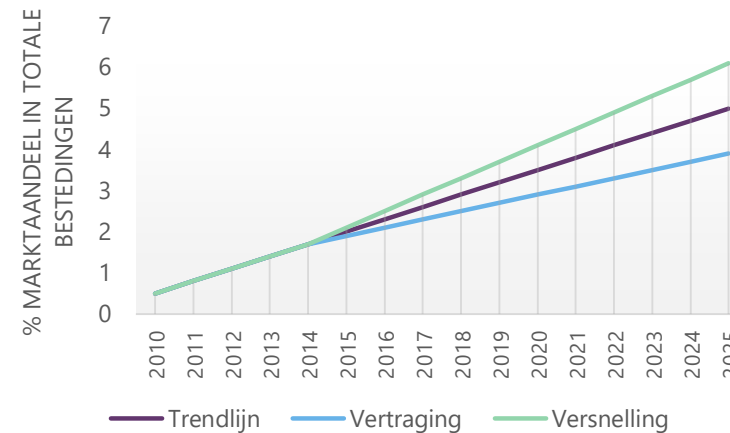




Online aandeel nog klein - maar groeiende!

Er is een (lichte) groei van de online aankopen. Maar omdat de totale groei hier (nog) groter is (in 2017 was er een omzetgroei van 3,2% volgens cijfers van GfK), blijft deze branche licht aan omzet winnen. Dus hoewel het online aandeel stijgt, groeit ook het fysieke kanaal. Per saldo kunnen de fysieke bestedingen blijven groeien, bovenop de verwachte prognose van het marktaandeel van de online bestedingen in de dagelijkse sector. Zie ook figuur 1.6.

Figuur 1.6: Prognose online bestedingen in de dagelijkse sector



02

Consumentenpotentieel



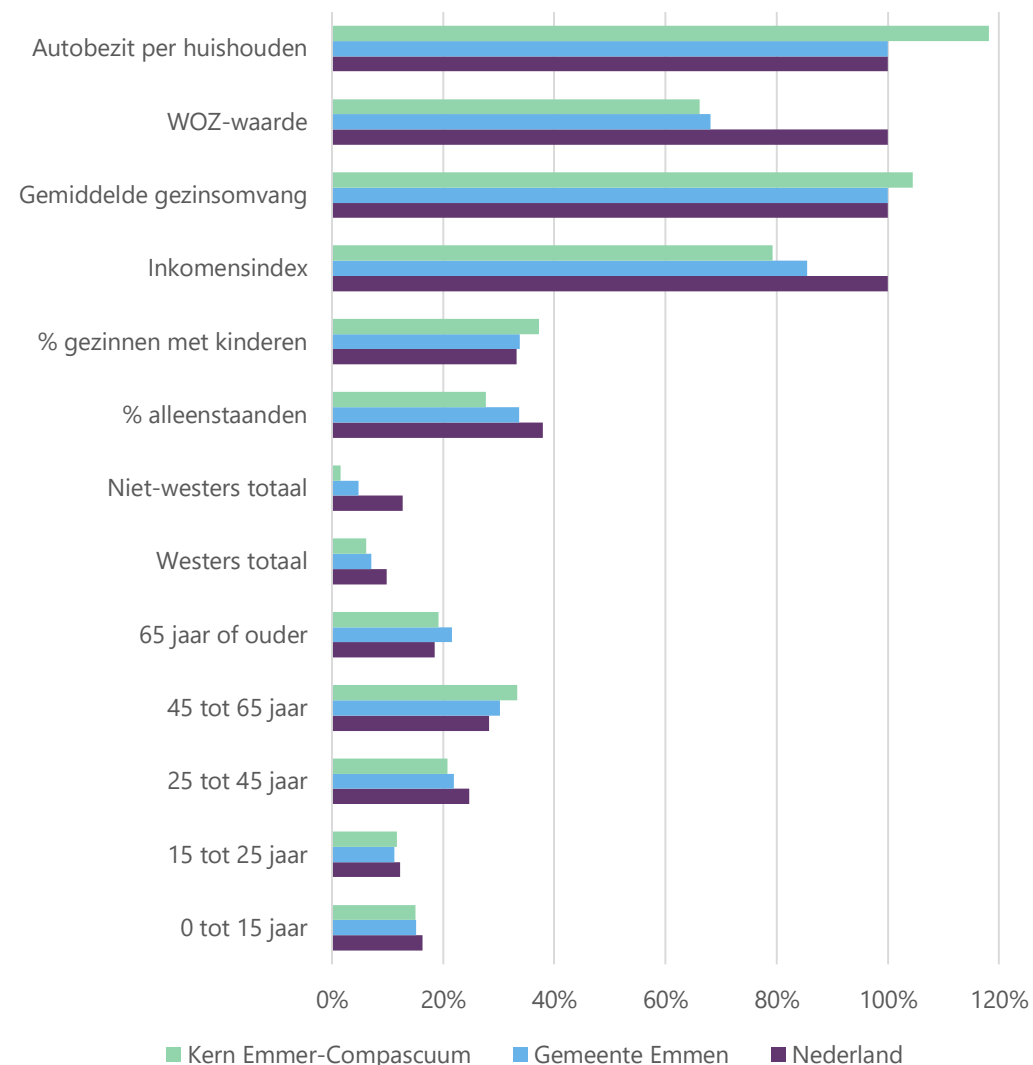
2.1 Bevolkingssamenstelling

In de gemeente Emmen wonen 107.490 inwoners, waarvan 7.805 in Emmer-Compascuum zelf wonen (CBS Statline, 2017). In Emmer-Compascuum zijn de leeftijdscategorie 45 tot 65 jaar (33,3%) en 65+ (19,2%) het sterkst vertegenwoordigd. Meer dan 50% van de inwoners is 45 jaar of ouder.

Het aandeel westerse (6,1%) en niet-westerse (1,6%) allochtonen licht beduidend lager dan landelijk (westers: 9,9 en niet-westers: 12,7%). Het aandeel niet-westerse allochtonen in Emmer-Compascuum is ook opvallend minder in vergelijking met de gemeente Emmen (4,8%). Het aandeel alleenstaanden in de kern (27,7%) ligt lager dan het landelijk gemiddelde (38,0%). Het aantal gezinnen met kinderen is vergelijkbaar met de rest van Nederland (37,3% in Emmer-Compascuum t.o.v. 33,2% landelijk).

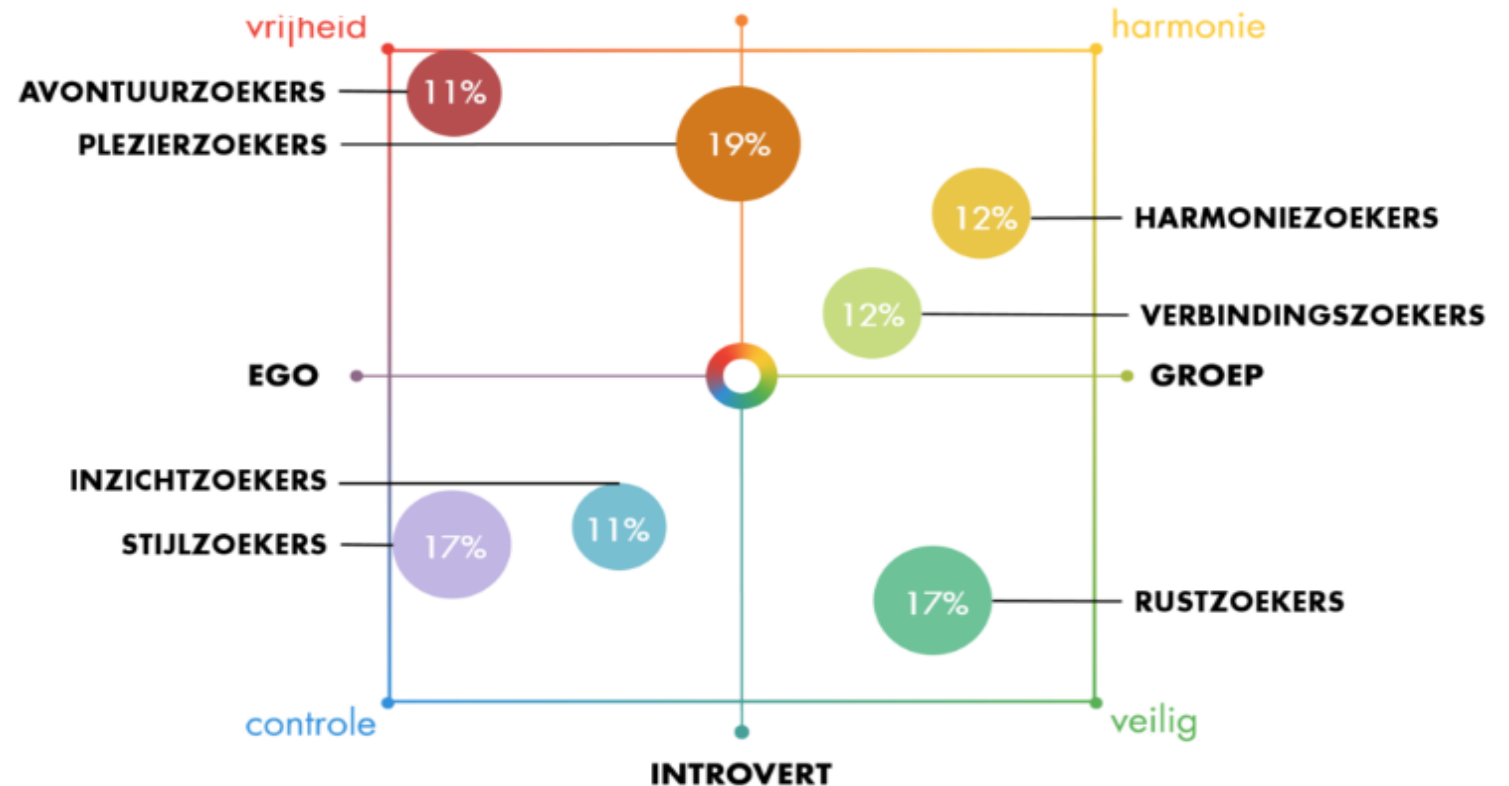
De bewoners van Emmer-Compascuum hebben daarnaast een lager inkomen vergeleken met het gemiddelde van Nederland. Het gemiddelde inkomen in de kern lag in 2015 op € 19.100 per persoon per jaar. Dat is 21% lager dan het landelijke gemiddelde van € 24.100 (CBS, 2015). De gemiddelde WOZ-waarde ligt 34% lager dan het landelijk gemiddelde. Het gemiddelde autobezit per huishouden ligt op 1,3 wat relatief hoog is in vergelijking met zowel de gemeente als Nederland. Dit is te verklaren door de afwezigheid van een treinstation en de afstanden tot grotere steden als Emmen (11 km), Hoogeveen (45 km), Assen (50 km) en Meppen in Duitsland (30 km).

Figuur 2.1: Bevolkingssamenstelling Emmer-Compascuum, gemeente Emmen en Nederland



2.2 Vrijetijds- en koopgedrag

Het Brand Strategy Research (BSR) model geeft informatie over de drijfveren van mensen en wat je moet doen om mensen in beweging te krijgen. Waarom doen mensen de dingen die zij doen? In opdracht van acht provincies is door SAMR Marktvinders een onderzoek uitgevoerd naar leefstijlen en recreatie. Uit de analyses zijn leefstijlen gevonden die onderscheidend zijn qua gedrag, waarden en behoeften met betrekking tot vakantie en vrije tijd. In totaal zijn er zeven leefstijlen naar voren gekomen: Avontuur-, Plezier-, Harmonie-, Verbindings-, Rust-, Inzicht en Stijlzoekers.



Tabel 2.1: Leefstijlen per schaalniveau

	Emmer-Compascuum	Gemeente Emmen	Nederland
Avontuurzoekers	2,7 %	4,7 %	11,2 %
Harmoniezoekers	21,5 %	16,9 %	12,1 %
Inzichtzoekers	10,8 %	11,7 %	11,2 %
Plezierzoekers	13,7 %	16,0 %	18,8 %
Rustzoekers	20,2 %	20,5 %	17,2 %
Stijlzoekers	8,8 %	11,8 %	17,3 %
Verbindingzoekers	22,3 %	18,4 %	12,3 %



*Met name verbinding-,
harmonie- en rustzoekers
wonen in Emmer-
Compasuum*

De kern Emmer-Compasuum kent een andere verdeling van leefstijlen dan het landelijk gemiddelde. Landelijk gezien zijn de leefstijlen plezierzoekers, stijlzoekers en rustzoekers het meest vertegenwoordigd. In de kern Emmer-Compasuum ligt het zwaartepunt op verbindingzoekers, harmoniezoekers en rustzoekers. De andere leefstijlen zijn relatief laag vertegenwoordigd vergeleken met Nederland. Met name de verbindingzoekers en harmoniezoekers zijn ook ten opzichte van de gemeente sterk aanwezig in Emmer-Compasuum.

Verbindingszoekers (22,3%)

Verbindingszoekers zijn, bovenal, geïnteresseerd in anderen. Het zijn behulpzame, evenwichtige mensen die zichzelf omschrijven zichzelf als 'gewoon' en hartelijk. Voor Verbindingszoekers zijn gastvrijheid, sociale verbondenheid en 'doe maar gewoon' belangrijke waarden. Ze vinden het dan ook belangrijk om een goede relatie te onderhouden met burens en familie, met harmonie en gezelligheid. Er voor elkaar zijn, dat is toch hartstikke normaal?

Vrije tijd betekent voor deze groep zeker geen verspilde tijd. Het is juist tijd die je op een hele nuttige manier kan gebruiken. Bijvoorbeeld door je in te zetten voor een ander, met vrijwilligerswerk of bij een vereniging. Ook zijn Verbindingszoekers graag in beweging: wandelen en fietsen in de natuur vinden ze heerlijk. Tot slot hebben ze ook een duidelijke culturele interesse. Zo zijn ze graag zelf creatief, maar bezoeken ze ook graag een theater of museum. Het liefst gaat de Verbindingszoeker samen op pad, want alleen is ook maar zo alleen. Vrije tijd is voor Verbindingszoekers tijd voor hun partner, familie en vrienden. Ze genieten van de kleine dingen, vinden een authentieke sfeer belangrijk en staan ook open voor verrassingen en nieuwe dingen. Gezelligheid, genieten en ontspanning. Dat is vrije tijd!



Harmoniezoekers (21,5%)

Harmoniezoekers zijn hartelijke, gezellige mensen, met veel interesse in anderen. Ze omschrijven zichzelf als gemoedelijk, vrolijk en zachtaardig. In het leven hechten ze veel belang aan geborgenheid, gastvrijheid en vriendschap. Ze nemen de tijd voor het gezin, trekken er graag op uit met (of naar) familie, vrienden en kennissen, en vinden een goede relatie met burens en familie heel belangrijk. Het hoeft voor hen allemaal niet zo vreemd; doe maar normaal, dan doe je al gek genoeg.

Voor Harmoniezoekers staat samenzijn in hun vrije tijd centraal. Tijd met het gezin, met familie en vrienden, maar ook met de partner: hoe meer zielen, hoe meer vreugd! Eén van de favoriete bezigheden van deze groep? Winkelen! Maar ook voor meer 'actieve activiteiten' zoals zwemmen of een bezoekje aan een dierenpark of pretpark trommelen zij hun vrienden of familie graag op. Naast gezelligheid houdt de Harmoniezoeker ook van rustig aan doen. Zoals heerlijk ontspannen in de sauna. Als ze een dagje op pad gaan, is het belangrijkste dat er voor iedereen wat te doen is, en dat het gezellig is. Daarin kunnen ze ook goed genieten van de kleine dingen.

Rustzoekers (20,2%)

Rustzoekers vinden zichzelf hele gewone mensen. Ze omschrijven zichzelf als kalm, behulpzaam, bedachtzaam en zachtaardig. Ze houden van rust en regelmaat, en voelen zich het meest op hun gemak in hun eigen, vertrouwde omgeving. Ze vinden het fijn als ze lekker hun eigen gang kunnen gaan, en vinden het dan ook niet erg om alleen te zijn. Ze houden ervan om op hun gemak thuis te zijn, een beetje te tuinieren, te klussen en tv te kijken. Doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

Voor deze groep gaat recreëren over tot rust komen, en even geen gedoe. Voor hen hoeft het allemaal niet zo druk en moeilijk. Gewoon lekker rondom het eigen huis iets doen, een beetje tuinieren, wellicht een rondje fietsen of wandelen, dan zijn ze al gauw tevreden. Een lekker dagje voor hen kan ook een middag vissen zijn, of vrijwilligerswerk doen. Ze hoeven niet ver weg te gaan, nieuwe dingen te doen, of zich te omringen met veel andere mensen. In hun vrije tijd genieten ze juist van de rust en stilte, en van de kleine dingen in het leven.



Moodboard leefstijlen Emmer-Compasuum

Focus op ontmoeting

Inzicht in de leefstijlen geeft richting voor de ontwikkelmogelijkheden van het centrum van Emmer-Compasuum. De grote vertegenwoordiging van verbindingzoekers en harmoniezoekers (43,8 %) geeft aan dat de uiteindelijke consumenten van het centrum behoefte hebben aan samen beleven, ontmoeting en gezelligheid.

Versterking verbinding natuur en water met centrumfuncties

Een overeenkomst tussen de drie belangrijkste leefstijlen van Emmer-Compasuum is het genieten van natuur en de rust. Het versterken van de verbinding tussen het centrum van Emmer-Compasuum en de omringende natuur en het water biedt hier kansen. Zeker voor de rustzoekers, die met name gericht zijn op de directe eigen omgeving. Een passantenhaven kan hieraan bijdragen. Het is tevens van belang dat bezoekers uitgenodigd worden om het centrum van Emmer-Compasuum te bezoeken voor een kop koffie op het terras.

03

Omzetmogelijkheden

A hand holding a compass against a coastal background. The hand is wearing a red jacket. The compass is open, showing a red cover and a black face with a white needle. The background shows a rocky shore with waves crashing against the rocks under a cloudy sky.

*Zicht op marktruimte
door te kijken naar
bevolkingsprognoses,
inkomen en
normomzetten per
branche*

Om beter zicht te krijgen op de ontwikkelingsmogelijkheden van Emmer-Compascuum is een marktruimteberekening uitgevoerd. In deze analyse is zowel de huidige situatie als de toekomstige situatie opgenomen. Hierbij wordt rekening gehouden met het inwonersaantal en het gemiddeld besteedbaar inkomen. Samen met de klantenbinding en -toevloeiing heeft dit weerslag op de potentiële bestedingen in de dagelijkse sector

Door de marktpotentie per branche te vergelijken met het huidige aanbod krijgen we een beeld van de (eventuele) marktruimte. Daarmee geeft deze analyse inzicht in het evenwicht tussen vraag en aanbod in de detailhandel.

3.1 Verzorgingsgebied en draagvlak

In deze analyse is zowel de huidige situatie als de toekomstige situatie opgenomen. Er is gekeken naar het huidige aanbod voor zowel dagelijkse als niet-dagelijkse producten. Om inzicht te krijgen in de ontwikkelingsmogelijkheden in het centrum is ook een marktanalyse uitgevoerd voor de periode tot 2028. Een periode van 10 jaar wordt aangehouden omdat dit meestal als afschrijvingstermijn wordt aangehouden voor grotere investeringen. Door de marktpotentie af te zetten tegen het huidige winkelaanbod wordt geanalyseerd of er een evenwicht is tussen vraag en aanbod en of er marktruimte is voor nieuw aanbod. Hierbij wordt rekening gehouden met het inwoneraantal en het gemiddeld besteedbaar inkomen. Samen met de koopkrachtbinding en -toevloeiing heeft dit weerslag op de potentiële bestedingen in de dagelijkse sector.

Inwoners en bevolkingsprognose

De primaire doelgroep van de detailhandel in Emmer-Compasuum zijn de bewoners. Emmer-Compasuum kent een bevolkingsdichtheid van 204 inwoners per vierkante kilometer (Alle cijfers, 2018). Het aantal inwoners is sinds 2013 licht afgenomen van 7.820 inwoners tot 7.805 in 2017 (een daling van slechts 0,2%). De verwachting is dat het inwonersaantal de komende jaren afneemt. De gemeente Emmen heeft twee scenario's opgesteld voor de bevolkingsprognose (gemeente Emmen, GBPro., 2018).

-
- 6 *Scenario 1: Dit is het scenario waarbij het saldo van migratie op 0 wordt gesteld, zodat het effect van natuurlijke groei of afname volledig zichtbaar wordt.*
Scenario 2: Dit scenario brengt het effect in beeld van uitvoering van het op dat moment meest actuele woningbouw-programma (i.c. april 2018). Daarmee wordt aangegeven voor hoeveel personen er woonruimte beschikbaar zal zijn, los van de vraag of die personen er ook daadwerkelijk komen wonen.



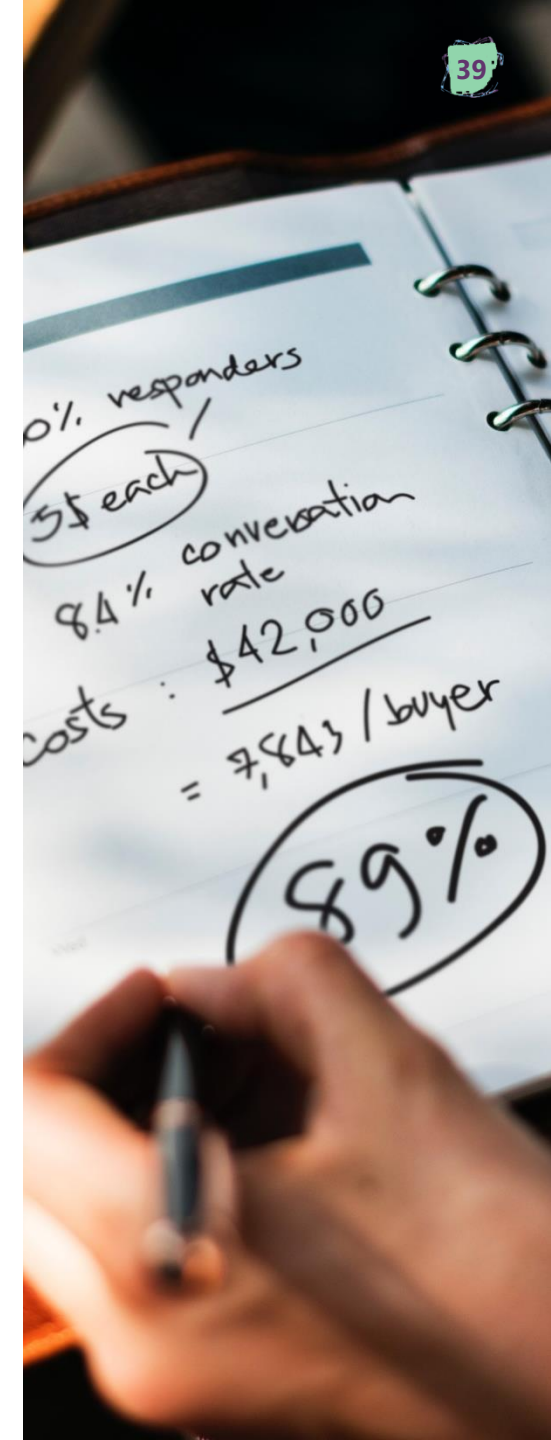
Scenario 1 gaat uit van een bevolkingsafname tot 7.497 inwoners in 2030. Scenario 2 gaat uit van een sterkere bevolkingskrimp tot 7.419 inwoners in 2030. In scenario 2 wordt ook rekening mee gehouden bij de woningbouw in Emmer-Compascuum die zich met name richt op vernieuwing in plaats van de toevoeging van woningbouw. Voor 2028 wordt door de gemeente op basis van realistische uitgangspunten dus uitgegaan van een bevolkingskrimp tot 7.419 inwoners. We gaan daarom uit van een afname van het inwonersaantal van deze kern tot 7.419 inwoners in 2028.

Gemiddeld besteedbaar inkomen

Het besteedbaar inkomen in Emmer-Compascuum ligt 21% lager dan het landelijk gemiddelde. Dit besteedbaar inkomen heeft gevolgen voor de bestedingen in de detailhandel per hoofd van de bevolking. Hierbij moet rekening gehouden worden met de inkomenselasticiteit. Zo heeft een hoger of lager inkomen minder invloed op de dagelijkse bestedingen (0,25%) dan op de bestedingen in de niet-dagelijkse sector (0,5%). De gecorrigeerde bestedingen zijn terug te vinden in tabel B4.3 en B4.4 in de bijlagen.

Normatieve omzet

Om de marktmogelijkheden te bepalen wordt gerekend met de normatieve omzet per vierkante meter per branche. Deze cijfers zijn landelijk vastgesteld (Omzetkengetallen 2015 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek, juli 2016). De normatieve omzet kan echter niet los gezien worden van de huisvestingskosten. Deze liggen in Zuidoost-Drenthe gemiddeld 10% lager (DTZ, 2012). Er is daarom in dit rapport een neerwaartse correctie toegepast op de (economisch noodzakelijke) vloerproductiviteit van 10%. In tabel B4.2 en tabel B4.3 zijn deze aangepaste cijfers weergegeven.



3.2 Koopkracht, binding en toevloeiing

Het draagvlak voor voorzieningen bestaat uit de koopkrachtbinding en uit koopkrachttoevloeiing. Bestedingen die buiten de eigen gemeente of via internet worden gedaan, noemen we koopkrachtafvloeiing.

Enige toevloeiing uit de omringende kernen en Duitsland

In het koopstromenonderzoek Drenthe zijn de cijfers voor binding en toevloeiing voor de gemeente Emmen opgenomen. Cijfers over Emmer-Compasuum zijn niet beschikbaar. We hebben binding- en toevloeiingscijfers uit het onderzoek van 2008 geactualiseerd op basis van onze kennis van het marktgebied en de trends, en door gesprekken met ondernemers. De winkels in Emmer-Compasuum hebben een verzorgingsfunctie tot aan de kernen Roswinkel, Nieuw-Weerdingen en Barger-Compasuum en soms daarbuiten waaronder enige Duitse toevloeiing. Hiermee is in de toevloeiing van 15% (dagelijks) en 25% (niet-dagelijks) rekening gehouden. De binding zien we landelijk langzamerhand dalen. Die is in beide sectoren 5% bijgesteld. Naar de toekomst zijn de koopstromen gelijk gehouden. Er is nog geen rekening gehouden met mogelijke impulsen die van nieuw winkelaanbod uit kunnen gaan. De nieuwe Aldi zal bijvoorbeeld een impuls kunnen geven aan de regiofunctie van Emmer-Compasuum.

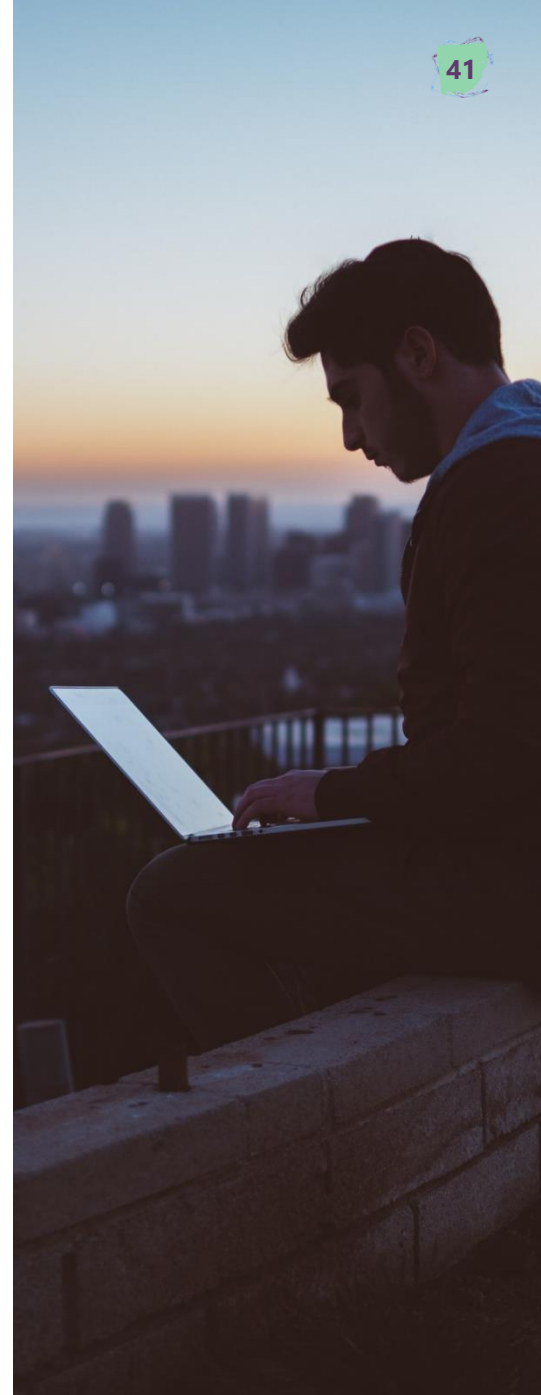
3.3 Marktberekeningen

Om de ontwikkelmogelijkheden voor het centrum van Emmer-Compascuum te kunnen bepalen zijn een aantal marktruimte berekeningen uitgevoerd. Er wordt daarbij een onderscheid gemaakt tussen de dagelijkse en de niet-dagelijkse sector van de kern Emmer-Compascuum. Er zijn twee berekeningen uitgevoerd. De eerste berekening is gericht op het huidige aanbod en de tweede geldt voor medio 2028. Beiden geven inzicht in de uitbreidingsruimte voor beide branches.

In 2008 heeft Seinpost Adviesbureau een analyse gemaakt voor alle dorpskernen binnen de gemeente Emmen. Ook voor Emmer-Compascuum – waar destijds al plannen waren voor een herontwikkeling van het centrum – is een marktanalyse uitgevoerd. Deze uitkomsten worden gepresenteerd tezamen met de uitkomsten van de nieuwe analyse.

In het onderzoek van 2008 is de marktruimte van de niet-dagelijkse sector op een andere wijze berekend. In dit onderzoek is de branche in/om huis slechts in beperkte mate meegenomen. Toentertijd zijn de sectoren doe het zelf-zaken en wonen buiten beschouwing gelaten. Om de analyses goed te kunnen vergelijken is gekozen de branche doe-het-zelf ook in dit onderzoek buiten beschouwing te laten. De branche wonen is relatief klein in Emmer-Compascuum en daarmee is de invloed op de marktruimteberekening zo klein dat deze te beschouwen is als verwaarloosbaar.

⁸ Met name de invloed van Formido (voorheen Fixet) is groot. Deze bouwmarkt valt onder de doe-het-zelf zaken en beslaat 2.478 m² wvo. Dit heeft een groot effect op de berekende marktruimte. De branches wonen en doe-het-zelf zijn daarom uit de analyse van 2008 gehouden om geen vertekend beeld te geven (Rapport bouwstenen Emmen 2008).



Dagelijkse sector

Onderstaande berekening toont dat er enige uitbreidingsruimte (678 m² wvo) is in de dagelijkse sector. Deze marktruimte is berekend op basis van de huidige situatie binnen de dagelijkse sector. De berekening voor 2028 geeft een iets lagere uitbreidingsruimte voor deze branche als gevolg van de verwachte bevolkingskrimp. De uitkomst komt overeen met de berekening uit 2008 toen Emmer-Compascuum nog over een ruimer dagelijks aanbod beschikte. Uit de uitbreidingsruimte blijkt dat het uitbreidingsplan van Aldi (+400 m² wvo) in lijn is met de marktruimte. Hiermee is de berekende marktruimte op basis van de huidige koopstromen grotendeels ingevuld.

Tabel 3.1: Uitbreidingsruimte dagelijkse en niet-dagelijkse sector Emmer-Compascuum

Jaar	Info	M2 wvo	Binding	Toevloeiing	Potentie (in €)	Verschil (in €)	In metrage m ² wvo	%
Dagelijkse sector								
2008	Ambitie 2018	2.785	90 %	15 %	-	-	77	3 %
2018	-	2.041	85 %	15 %	€ 18.682.829	€ 4.659.934	678	33 %
2028	-	2.041	85 %	15 %	€ 17.758.860	€ 3.375.966	540	27 %
Niet-dagelijkse sector								
2008	Ambitie 2018	2.534	35 %	25 %	-	-	289	11 %
2018	Exclusief doe-het-zelf	2.701	30 %	25 %	€ 5.415.596	€ 903.956	541	20 %
2028	Exclusief doe-het-zelf	2.701	30 %	25 %	€ 5.147.765	€ 636.125	381	14 %





Niet-dagelijkse sector

De berekeningen voor de niet-dagelijkse sector geven een ander beeld. In 2008 werd enige uitbreidingsruimte (289 m^2 wvo) berekend. Zoals eerder benoemd is het nauwkeuriger om deze cijfers te vergelijken met de berekeningen exclusief doe-het-zelf. De huidige berekening laat zien dat er op dit moment uitbreidingsmogelijkheden zijn voor de niet-dagelijkse sector (541 m^2 wvo). Ook met de bevolkingsprognoses in ogenschouw genomen is er in 2028 nog uitbreidingsruimte voor 381 m^2 wvo. Er is dus enige uitbreidingsruimte in Emmer-Compascuum voor de niet-dagelijkse sector.

Voordat deze berekende meters omgezet worden in winkelmeters moet echter ook rekening gehouden worden met de aanwezige leegstand. Momenteel staat 819 m^2 wvo ofwel 6,8 % van het wvo leeg. Deze leegstand is tot dusver niet opgevuld wat suggereert dat er sprake is van overaanbod. Ook met het oog op de toekomstige verplaatsing van de Aldi is voorzichtigheid geboden: de focus moet liggen om het vinden van een geschikte invulling voor de leegstaande meters die al aanwezig zijn in de markt. Pas wanneer deze meters grotendeels ingevuld zijn, dient nagedacht te worden over de eventuele toevoeging van winkelmeters.

04

Ontwikkelperspectief



4.1 Een nieuwe hart voor de kern

Het detailhandelsaanbod in Emmer-Compascuum is op basis van haar eigen specifieke functie redelijk compleet. Wat betreft de branches dagelijks en mode & luxe scoort Emmer-Compascuum gemiddeld. Er liggen kleine kansen voor de ontwikkeling van deze branches zoals een mogelijke vergroting van de service supermarkt. De mode & luxe branche is een brede hoofdbranche met veel soorten winkels, van huishoudelijk tot kleding, sieraden en schoenen.

Het grootste vloeroppervlak in Emmer-Compascuum bestaat uit de branche in/om huis. Opvallend is dat ondanks het gebiedsontwikkelingsplan voor de vaarverbinding Erica - Ter Apel, er geen ondernemingen in de kern zijn die zich richten op de vrije tijd-branche. Een relatief laag aandeel van de winkelmeters in Emmer-Compascuum is ingevuld door filiaalbedrijven (19 %)

t.o.v. van vergelijkbare kernen uit de benchmark (24 %). Dit duidt op redelijk sterk lokaal (MKB) ondernemerschap. Filiaalbedrijven verkeren de laatste jaren in zwaar weer door overnames, krimp in vestigingslocaties en faillissementen. De lage filialiseringsgraad van de dorpskern maakt de kern weerbaar voor deze landelijke trends.

De grootste opgave voor Emmer-Compascuum ligt in de ontwikkeling van het middendeel van het centrum, ofwel het 'hart' van de kern. Ook de nieuwe ontwikkeling van het centrum lost de verspreiding tussen de functies niet op. Het is van belang in te zetten op een aangenaam verblijfsklimaat om de leefbaarheid van de kern te versterken en perspectief te bieden aan het dorp. Met name ligt de focus op het behoud van de aanwezige (winkel)voorzieningen en het versterken van de verblijfskwaliteit.



Inzetten op een hart voor de kern met een hoge verblijfswaarde

Veranderende consument: inspelen op beleven en verblijven

De beleveniseconomie is bezig aan een ware opmars en stelt daarmee ook eisen aan onze leefomgeving. Terwijl de klassieke economische theorie de consument als een logische denker ziet wiens aankoopbeslissingen gebaseerd zijn op het rationeel oplossen van problemen, laten de recente ontwikkelingen in de economie en marketing een ervaringsgerichte stroom zien waarin de emotionele waarde voor klanten voorop staat. We zien een verschuiving in de economie naar een beleveniseconomie waar de beleving en ervaring van een dienst of product voorop staat (Pine & Gilmore, 2012).

Er vindt een ontwikkeling plaats van centrumgebieden en dorpscentra als 'places to buy' naar 'places to be'. Hierbij ligt de nadruk meer op ontmoeten en beleven, dan primair op winkelen.

De uitdaging is om bezoekers van het centrum een totaalbeleving te bieden door evenveel oog te hebben voor zaken als horeca, gastheerschap, sanitair, zitcomfort of ontmoetingsgelegenheid (Faché, 2011). Door in te spelen op beleving en het creëren van een hoge verblijfswaarde, kan tevens de verblijfsduur van de bezoeker verlengd worden. Ingezoomd op de context van een centrumgebied, gaat het dan ook steeds minder primair om een bezoek aan een specifieke zaak. Bezoekers zijn in toenemende mate op zoek naar interactie en betrokkenheid. Zeker voor een kern van deze omvang is van belang dat er ruimte is voor ontmoeting. Het hart van de kern, waar de kanalen elkaar kruisen, is daar bij uitstek geschikt voor.

Het verminderen van de dominante verkeersfunctie van het hart van Emmer-Compascuum is daarbij van belang. De opgave ligt hierbij in de inrichting van de openbare ruimte. Deze kan een aangenaam verblijfsklimaat stimuleren.



Kansen voor de ontwikkeling van horeca

Het horeca aanbod in Emmer-Compascuum is erg beperkt en verspreid. Het aanbod dat aanwezig is richt zich met name op de snelle hap. De landelijke horeca is de afgelopen jaren behoorlijk toegenomen, een trend die niet terug te zien is in deze kern. De toename van horeca hangt mede samen met de geleidelijke verandering van de functie van centrumgebieden. De nieuwe inrichting van de openbare ruimte biedt kansen voor het verhogen van deze verblijfswaarde. Door te focussen op de beleving van de voetganger én het leggen van de verbinding tussen het hart van de kern en het water kan de kern opleven.

Een aandachtspunt is dus de balans tussen detailhandel en horeca. Daarbij is het raadzaam om te zoeken naar onderscheidende horeca passend bij de functie van Emmer-Compascuum. De meest dominante leefstijlen van bewoners van de kern kunnen helpen bij het identificeren van de juiste doelgroepen. Er zijn zeker kansen wat betreft de horeca: de eigenaar van een cateringbedrijf start gedurende de zomermaanden het pop-up restaurant 'Bie 't Klain Draaigie'. Dit is een relatief klein initiatief gelegen bij de RK Kerk aan het Hoofdkanaal, een stuk buiten het centrum. Dergelijke ondernemingen hebben een grote toegevoegde waarde voor centrumgebieden. Bij de ontwikkeling van het nieuwe hart is het dan ook zaak dat dit soort ondernemers verleid wordt zich in dit gebied te vestigen.





*De locatie leent zich
het beste om een mix van
diensten te laten landen
in het hart van de kern*

4.2 Ontwikkelingen in de pijplijn

Invulling centraal gelegen pand

De situering van de supermarkten en de spreiding van de winkelfuncties langs de drie assen trekken relatief veel consumenten weg uit het hart van Emmer-Compascuum. Er is weinig sprake van concentratie. Er is gesproken over de verplaatsing van een supermarkt meer richting de kern. Echter heeft dit tot dusver geen resultaat opgeleverd. Het is aan te bevelen om nogmaals in gesprek te gaan over de randvoorwaarden voor een mogelijke verplaatsing. Met name het aanbod voor parkeren is van belang voor de vestiging van een supermarkt.

De centraal gelegen locatie waar de kanalen samenkomen biedt daarnaast kansen om de verblijfswaarde van het gebied te versterken. In plaats van in te zetten op compactiseren en een aaneengesloten winkelgebied dient gefocust te worden op verschillende deelgebieden met ieder een eigen karakter.

Clusters in Emmer-Compascuum

-  Boodschappen
-  Non-food
-  Hart van het dorp met horeca, winkels, zorg, diensten & ontmoeting
-  Sport
-  Maatschappelijk
-  Onderwijs
-  Waterrecreatie

EMMER-COMPASCUUM
ONTWIKKELINGEN CENTRUM

Dat geldt voor het nieuw te ontwikkelen hart rondom het gezondheidscentrum en de sporthal enerzijds, en voor de winkelconcentratie aan de Oosterdiep Westerszijde anderzijds. Het dorpshart neemt dan een eigen positie in als deelgebied.

Het centrale pand biedt mogelijk enige kansen voor de branche vrije tijd en/of consumentgerichte diensten. Er zijn met name mogelijkheden voor de hoofdbranches media, hobby, sport & spel, antiek & kunst, juwelier & optiek, warenhuis en/of een textielzaak.

In de bijlagen is tevens een overzicht opgenomen van formules die regelmatig gevestigd zijn in kernen van deze omvang (7.500-10.000 inwoners). Zie figuur B4.5.

Kijk verder dan detailhandel!

De locatie biedt potentie voor een bedrijfsverzamelgebouw waar verschillende ondernemingen kunnen profiteren van de goede locatie en elkaars nabijheid. Vestiging in het hart hoeft niet uitsluitend voorbestemd te zijn voor de detailhandel.

Ook andere functies zoals consumentgerichte ondernemingen kunnen landen op deze locatie. Mede kan door invulling de verblijfswaarde van het centrumgebied versterkt worden.

Zoals eerder benoemd is er ruimte voor winkelondersteunende daghoreca. Een lunchroom of koffiezaak zou een sterke toevoeging zijn voor het aanbod van de kern.

Kansrijke functies: de vrijetijdsbranche, horeca, en diensten gericht op gezondheid





Met de ontwikkeling van de passantenhaven ontstaat tevens een zichtlocatie aan het kanaal wat met name mogelijkheden biedt voor een goede horecazaak. Dit kan de verblijfsduur van consumenten verlengen en de levendigheid versterken. Hiermee wordt de verbinding tussen de kern en de omliggende kanalen die de kern zo duidelijk gevormd hebben versterkt. Dit zou tevens de ontwikkeling van een passantenhaven ten goede komen.

De ligging is met name interessant voor ondernemers die aanhaken op de nabijheid van het gezondheidscentrum en de nieuwe sporthal. Deze vestigingen bieden kansen voor beauty, lifestyle en dienstverlening (met name de consumentgerichte zaken). De kern heeft een ruim aanbod haarverzorging, schoonheidsverzorging/pedi-/manicures die met een constante stroom consumenten levendigheid kunnen toevoegen in de kern.

Uit inventarisatie van de ondernemersvereniging blijkt dat er interesse is voor verplaatsing naar het hart van Emmer-Compascuum. Zo hebben zowel de schoenzaak/praktijk voor podotherapie en gewichtsconsulent uit de kern al aangegeven interesse te hebben om zich te vestigen in het centrumgebied. Daarnaast bieden jonge nieuwe ondernemers zoals van de fietsenwinkel ontwikkelmogelijkheden. Het is van belang dat de achterblijvende locaties worden getransformeerd naar een andersoortige functie (bijvoorbeeld door functieverruiming).





Toevoeging winkelstrip achter de sporthal

De marktberekening heeft laten zien dat er uitbreidingsruimte is voor de niet-dagelijkse sector. Voor 2028 is er circa 380 m² uitbreidingsruimte berekend. Echter beschikt Emmer-Compascuum op dit moment over 819 m² wvo leegstand met uitzicht op een toename door het centraal gelegen pand (totaal 1.300 m² wvo) dat leeg komt te staan na verplaatsing van de Aldi en apotheek. Voor de eventuele winkelstrip staat circa 290 m² gepland.

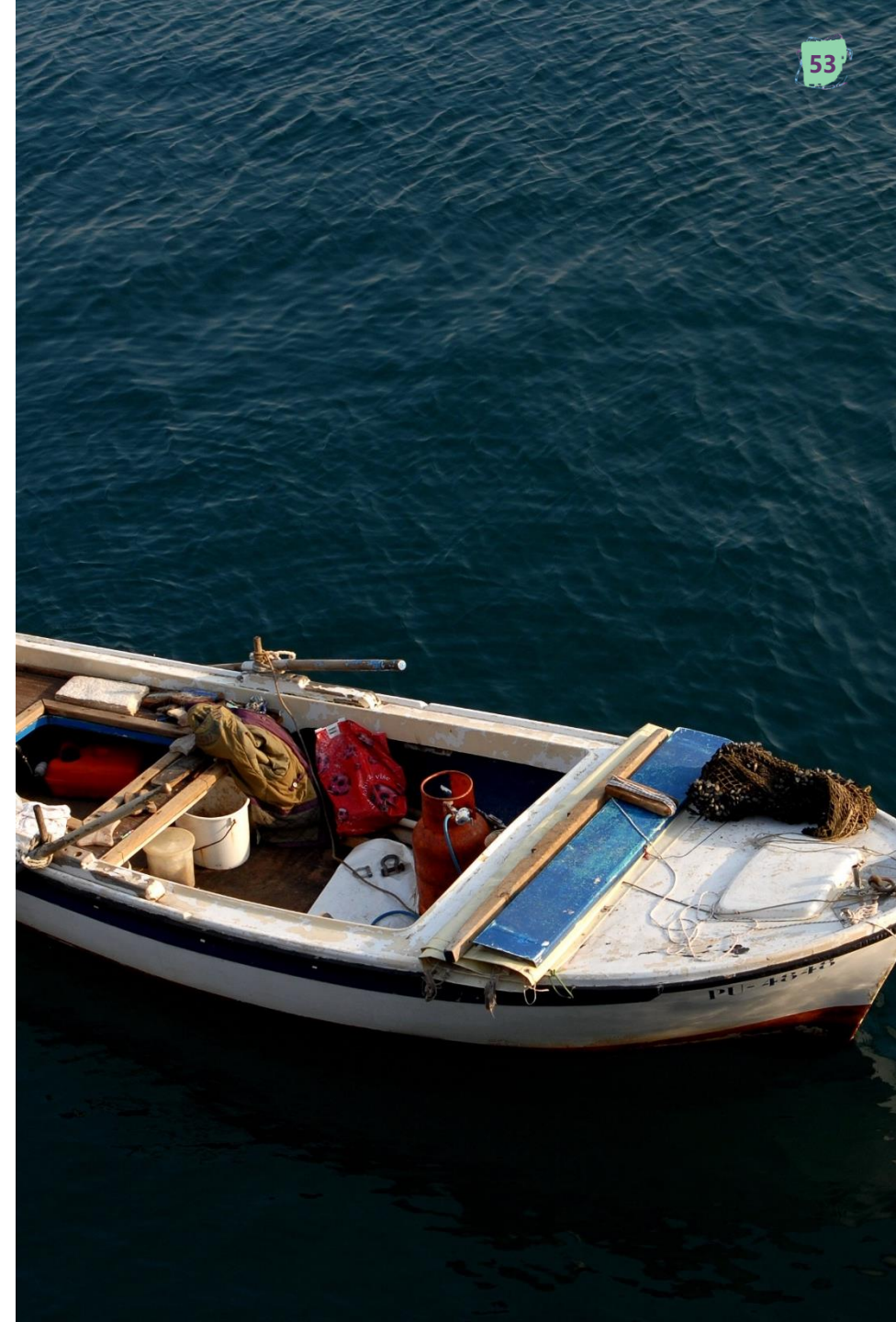
De Aldi-formule is daarnaast een supermarkt die met name doelgericht wordt bezocht. Wij verwachten daarom geen grote loopstromen naar deze locatie. Naar verwachting zal de synergie met het hart van de kern daarom beperkt zijn.

Mede met oog op de toename van de leegstand zien wij onvoldoende marktruimte voor de ontwikkeling van een aanvullende winkelstrip. Het invullen van het centraal gelegen pand en het versterken van de verblijfswaarde van het centrumgebied vraagt om focus. Concentreer op invulling van het hart van de kern. Wij zien in de strip op dit moment met name een functie voor wonen. Wel is het raadzaam om op deze locatie een pand te ontwikkelen wat multifunctioneel gebruikt kan worden. Zo kan er in de toekomst makkelijker ruimte gerealiseerd worden voor functies waar behoefte aan ontstaat in de markt.

Realisatie passantenhaven

De realisatie van een passantenhaven kan nieuwe energie en verblijfswaarde brengen in het hart van Emmer-Compascuum. Echter moet ook een aantal beperkingen in acht worden genomen. Jachthavens in Nederland staan sterk onder druk. Eigenaren van een boot worden steeds ouder en naderen een leeftijd waarop zij kiezen voor een andere levensstijl. Daarnaast kopen waterliefhebbers steeds minder vaak een boot waardoor er meer behoefte is aan flexibiliteit. Volgens het trendrapport van de Rabobank is echter wel nog perspectief voor havens die inspelen op nieuwe trends. Dit biedt kansen voor de realisatie van een kleinschalige passantenhaven. Het is van belang om nader onderzoek te doen naar de economische haalbaarheid van een dergelijke ontwikkeling en de leefstijlen van bewoners en de potentiële bezoekers om in te spelen op de toekomstige behoeften.

De ontwikkelpotentie van de passantenhaven zal sterk afhangen van de ontwikkeling van de recreatie in Emmer-Compascuum. De combinatie tussen een hoge verblijfswaarde en een sterke horecafunctie is erg belangrijk voor de slagingskans van de passantenhaven. Zoals eerder benoemd zijn de vrijetijdshotspots in Drenthe niet gelokaliseerd in de omgeving van Emmer-Compascuum of de gemeente Emmen.





*Richt op de verbinding
tussen het hart van
de kernen het
water*

Er moet rekening gehouden worden met de ruimtelijke impact van de ontwikkeling van een passantenhaven. Voorkomen moet worden dat dit als barrière wordt ervaren voor de synergie met de Runde Zuidzijde.

Wanneer deze randvoorwaarden op orde zijn, kan onderzocht worden of de gemeente aan kan haken op de provinciale plannen om Drenthe te presenteren als aantrekkelijke regio voor recreatie (en mogelijk zelfs toerisme).

B

Deel B

Bijlagen

05

Uitwerking tabellen



5.1 Bedrijfsvestigingen Emmer-Compasuum

Tabel B4.1: Verdeling bedrijfsvestigingen Emmer-Compasuum naar SBI-sectoren					
SBI	Sector	Totaal	Nr.	Hoofdbranche	Totaal
A	Landbouw, bosbouw en visserij	33	01	Landbouw, jacht en dienstverlening voor de landbouw en jacht	33
B	Winning van delfstoffen	1	9	Dienstverlening voor de winning van delfstoffen	1
			10	Vervaardiging van voedingsmiddelen	1
			14	Vervaardiging van kleding	1
			18	Drukkerijen, reproductie van opgenomen media	2
			25	Vervaardiging van producten van metaal (geen machines en apparaten)	6
			28	Vervaardiging van overige machines en apparaten	1
			31	Vervaardiging van meubels	3
			32	Vervaardiging van overige goederen	2
C	Industrie	22	33	Reparatie en installatie van machines en apparaten	6
			41	Algemene burgerlijke en utiliteitsbouw en projectontwikkeling	20
			42	Grond-, water- en wegenbouw (geen grondverzet)	8
F	Bouwnijverheid	82	43	Gespecialiseerde werkzaamheden in de bouw	54
			45	Handel in en reparatie van auto's, motorfietsen en aanhangers	23
			46	Groothandel en handelsbemiddeling (niet in auto's en motorfietsen)	19
G	Groot- en detailhandel; reparatie van auto's	79	47	Detailhandel (niet in auto's)	37
			49	Vervoer over land	10
			50	Vervoer over water	1
			52	Opslag en dienstverlening voor vervoer	2
H	Vervoer en opslag	14	53	Post en koeriers	1
			55	Logiesverstrekking	2
I	Logies-, maaltijd- en drankverstrekking	7	56	Eet- en drinkgelegenheden	5
			62	Dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatietechnologie	6
J	Informatie en communicatie	7	63	Dienstverlenende activiteiten op het gebied van informatie	1
			64	Financiële instellingen (geen verzekeringen en pensioenfondsen)	36
K	Financiële instellingen	38	66	Overige financiële dienstverlening	2

Tabel B4.1: Verdeling bedrijfsvestigingen Emmer-Compascuum naar SBI-sectoren

SBI	Sector	Totaal	Nr.	Hoofdbranche	Totaal
L	Verhuur van en handel in onroerend goed	1	68	Verhuur van en handel in onroerend goed	1
M	Advisering, onderzoek en overige specialistische zakelijke dienstverlening	34	69	Rechtskundige dienstverlening, accountancy, belastingadvisering en administratie	9
			70	Holdings (geen financiële), conerndiensten binnen eigen concern en managementadvisering	7
			71	Architecten, ingenieurs en technisch ontwerp en advies; keuring en controle	9
			72	Speur- en ontwikkelingswerk	2
			73	Reclame en marktonderzoek	1
			74	Industrieel ontwerp en vormgeving, fotografie, vertaling en overige consultancy	6
N	Verhuur van roerende goederen en overige zakelijke dienstverlening	15	77	Verhuur en lease van auto's, consumentenartikelen, machines en overige roerende goederen	9
			78	Arbeidsbemiddeling, uitzendbureaus en personeelsbeheer	2
			80	Beveiliging en opsporing	1
			81	Facility management, reiniging en landschapsverzorging	2
			82	Overige zakelijke dienstverlening	1
P	Onderwijs	9	85	Onderwijs	9
Q	Gezondheids- en welzijnszorg	27	86	Gezondheidszorg	13
			87	Verpleging, verzorging en begeleiding met overnachting	2
			88	Maatschappelijke dienstverlening zonder overnachting	12
			90	Kunst	3
R	Cultuur, sport en recreatie	8	91	Culturele uitleencentra, openbare archieven, musea, dieren- en plantentuinen, natuurbewoud	2
			93	Sport en recreatie	3
S	Overige dienstverlening	24	96	Wellness en overige dienstverlening; uitvaartbranche	24

Bron: KvK, peildatum augustus 2018.

5.2 Selectie benchmarkkernen Emmer-Compascuum

Tabel B4.2: Selectie benchmarkkernen Emmer-Compascuum

Benchmark-kern	Inwoners	Aantal supermarkten	Info
Ruurlo	7.815	3	Vergelijkbare afstand van Zutphen en Doetinchem (beide zijn kleinere steden als Emmen maar wel met centrumvoorzieningen). Veel dorpen in omgeving met vergelijkbaar inwonersaantal.
Roelofarendsveen	7.880	1	Ligt tussen Leiden, Nieuw Vennep en Alphen aan de Rijn in. Dus grote steden in de buurt. Ligging aan toeristisch meer (Braassemermeer).
Harmelen	8.180	2	Ligt tussen Woerden (ca 6 km) en Utrecht (ca 8-10km) in. In Leidse Rijn veel nieuwbouw. Woerden is minder een centrumstad als Emmen. Verder vrij leeg gebied (zuidelijk en noordelijke) eromheen.
Oudewater	8.280	2	Ligt om ca. 10 km van Gouda (grote stad met veel verzorging) en 6 km van Woerden. Kleine dorpjes eromheen.
Swalmen	8.605	1	Ligt vlakbij de grens met Duitsland en tamelijk dichtbij een grotere plaats (Roermond).
Oude Pekela	7.670	2	Ligt op 12 km van Veendam en 7 km van Winschoten, vlakbij de grens met Duitsland.

5.3 Marktberekening uitbreidingsruimte

Dagelijkse sector

Tabel B4.3: Marktberekening uitbreidingsruimte dagelijkse sector kern Emmer-Compascuum		
	2018	2028
Draagvlak (CBS, april 2018)	7.805	7.419
Besteding (Inretail / Panteia juni 2018)	€ 2.525	€ 2.525
Besteding gecorrigeerd op inkomen	€ 2.394	€ 2.394
Binding / toevloeiing	85% / 15%	85% / 15%
Omzetpotentie	€ 18.682.829	€ 17.758.860
Normatieve omzet per m ² wvo	€ 6.871	€ 6.871
Omzetclaim	€ 14.022.895	€ 14.022.895
Haalbaar aanbod in m ² wvo	2.719	2.585
Huidig aanbod in m ² wvo	2.041	2.041
Verschil in m ² wvo	678	544
Afwijking in %	33 %	27 %

Niet-dagelijkse sector

Tabel B4.4: Marktberekening uitbreidingsruimte niet-dagelijkse sector kern Emmer-Compascuum		
	<i>Exclusief Doe-het-zelf</i>	
	2018	2028
Draagvlak (CBS, april 2018)	7.805	7.419
Besteding (Inretail / Panteia juni 2018)	€ 2.138	€ 2.138
Besteding gecorrigeerd op inkomen	€ 1.916	€ 1.916
Binding / toevloeiing	30% / 15%	30% / 15%
Omzetpotentie	€ 5.415.596	€ 5.147.765
Normatieve omzet per m ² wvo	€ 1.670	€ 1.670
Omzetclaim	€ 4.511.640	€ 4.511.640
Haalbaar aanbod in m ² wvo	3.242	3.082
Huidig aanbod in m ² wvo	2.701	2.701
Vershil in m ² wvo	531	381
Afwijking in %	20 %	14 %

5.4 Aanwezigheid formules in vergelijkbare kernen

Tabel B4.5: Aanwezigheid van formules in kernen van een vergelijkbaar inwonersaantal

Formule	Aantal (vkp)	Formule	Aantal (vkp)
Hema	48	Bike Totaal	15
Keurslager	43	Bruna	15
Echte bakker	31	Hubo NL	15
Zeeman	29	Readshop	14
Primera	28	Dio	13
Gall & Gall	27	Euronics	13
Terstal	23	Multimate	13
Action	22	Unive	12
Etos	21	VVV	12
Blokker	20	Alphega	11
DA	20	Deco Home	11
Wereldwinkel	20	Shoeby	11
Vakantie expert	18	Ami	10
Welkoop	16	Expert	10

Bron: Locatus, peildatum augustus 2018.

*Het aantal verkooppunten geeft informatie over het aantal verkooppunten dat per formule gevestigd is in kernen 7.500 - 10.000 inwoners.

Trends en ontwikkelingen

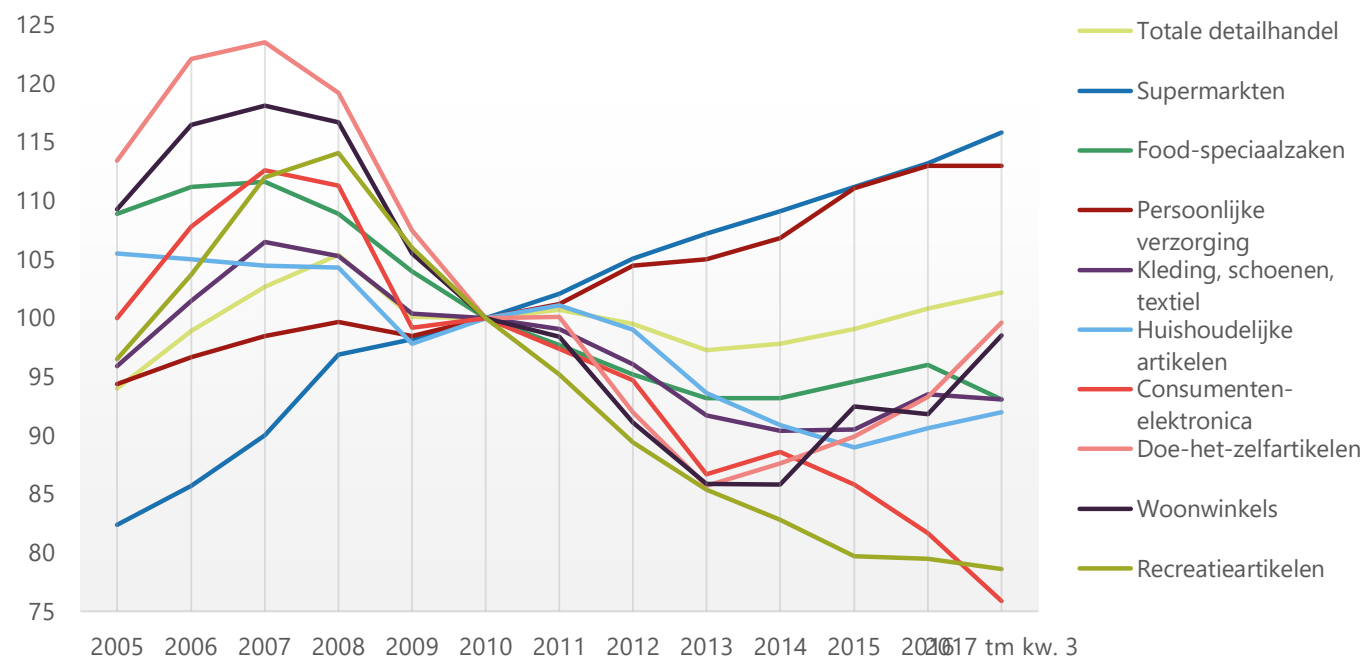


Economische trends

Einde aan stagnatie in de detailhandel

De consumptie van huishoudens is in 2011 en 2012 met -2,5% gedaald ten opzichte van 2010, in 2013 met -1,5% en in 2014 is die ongeveer gelijk gebleven. In 2015 is de binnenlandse consumptie met 1,5% gestegen, evenals in 2016. De Nederlandse detailhandel is tot en met 2013 gekrompen. Na een daling van 2,5 procent in 2012 ten opzichte van 2011 is de omzet in 2013 met 2,1 procent achteruit gegaan. In 2014 is de omzet met 0,5% gegroeid, in 2015 met 1,4%, en in 2016 met 1,7%.

Figuur B4.1: Omzet hoofdbanches 2005-2017 (2010 = 100)

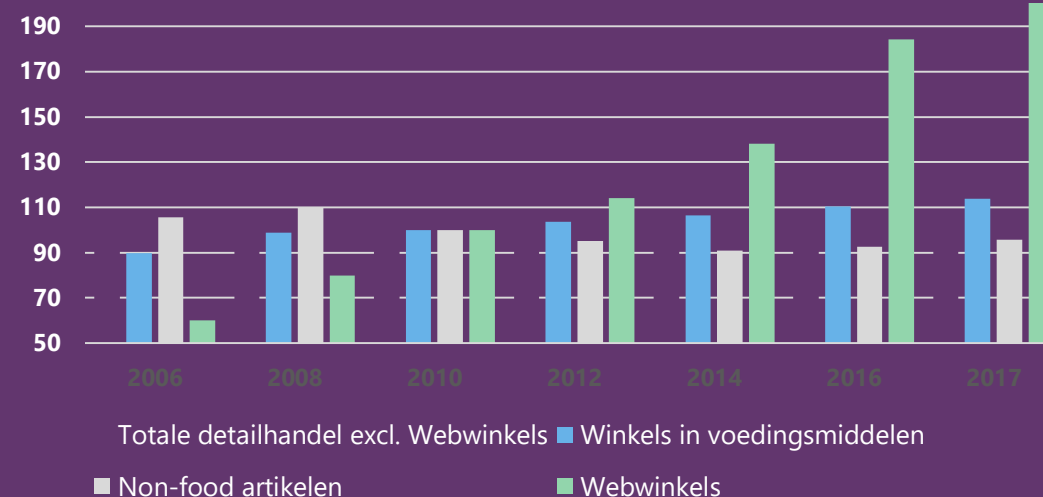


In 2017 bedroeg de groei 2,5% (CBS 2018). Vooral de supermarkten, woninginrichtingswinkels, bouwmarkten en de drogisterijen laten volgens het CBS groei zien. Branches die met name in de centrumgebieden gevestigd zijn zoals kleding / schoenen / textiel, speelgoed en consumenten elektronica ontwikkelen zich minder positief. De horeca ontwikkelt zich daarentegen wel gunstig. Dat geldt voor alle sectoren zoals restaurants, fastservice en hotels, en de laatste twee jaar ook weer voor de drankensector.

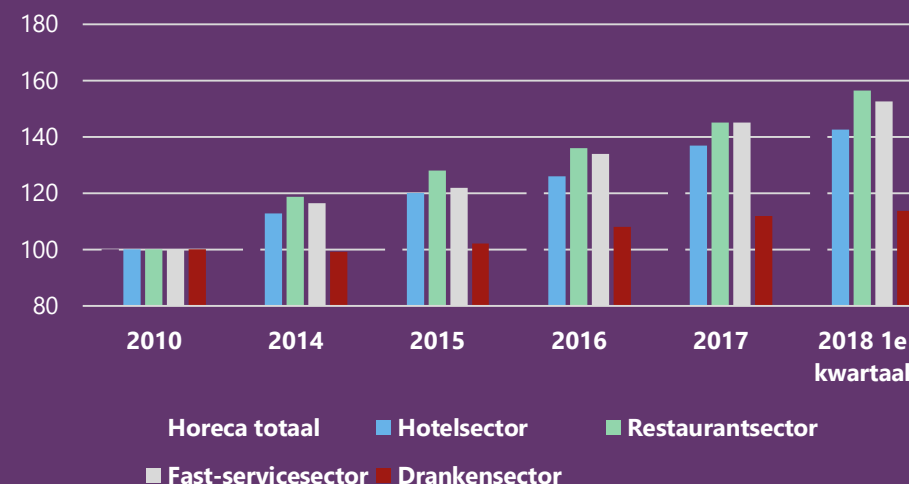
Consumentenvertrouwen

Belangrijkste verklaring voor het functioneren van de detailhandel is de ontwikkeling van het consumentenvertrouwen, en daarmee samenhangend de koopbereidheid, wat toeneemt als de economische situatie gunstiger is. De economie vertoont nu weer een groei en de voorspellingen zijn gunstig, ook de werkloosheid loopt terug. De koopkracht groeit weer sinds enkele jaren na een jarenlange daling.

Figuur B4.2: Omzetontwikkeling detailhandel, voedings- en genotmiddelen, non-food en webwinkels in Nederland (2010 = 100)



Figuur B4.3: Omzetontwikkeling horecasectoren



Consumententrends

Consument heeft definitief de macht

Door de opkomst van online winkelen is de klant daadwerkelijk koning geworden. Hij kan 24/7 producten aanschaffen en thuis laten bezorgen. Winkelbezoek is een keuze geworden. Winkels en winkelgebieden die niet aan de hoge eisen voldoen, laat de consument links liggen. Dat heeft geleid tot een shake out van winkelformules die onvoldoende kwaliteit en/of service konden bieden. Ook heeft het geleid tot de ondergang van winkelgebieden die voor de kritische consument niet onderscheidend of interessant genoeg waren. Onder druk van de consument zijn winkels gaan investeren in kwaliteit, uitstraling, service en verruimde openingstijden.

Prijsbewuste consument

De consument wordt steeds prijsbewuster door alle aanbiedingen het hele jaar rond en de informatie die beschikbaar is over de keuzemogelijkheden. Prijzen voor dezelfde producten bij verschillende aanbieders zijn beter en sneller vergelijkbaar dan ooit. Informatie over producten en prijzen komt tot de consument via advertenties, internet zoals bij webshops, prijsvergelijkingsites, reviews of via de sociale media. Het gevolg hiervan is prijsdruk. Hierdoor worden de winstmarges lager en dient de omzet dus te stijgen om eenzelfde resultaat te boeken.

Van kopen naar lenen en weer verkopen

In de praktijk is zichtbaar dat steeds meer producten niet gekocht maar geleend worden: via een leaseregeling of een abonnement. Dat zie je terug bij allerlei branches zoals telecom, opticiens, films / muziekbioscopen, bezorgdiensten met allerlei producten etc. De deeleconomie is in opkomst waarbij de consument de eigen spullen te koop aanbiedt en waarin een handel gaat ontstaan. Resellers proberen via internet populaire producten als eerste in te kopen en zo snel mogelijk weer te verkopen met een flinke winst.



*24/7 economie:
altijd en overal
online*



De meeste regio's met een hoge leegstand hebben te maken met vergrijzing

Vergrijzing

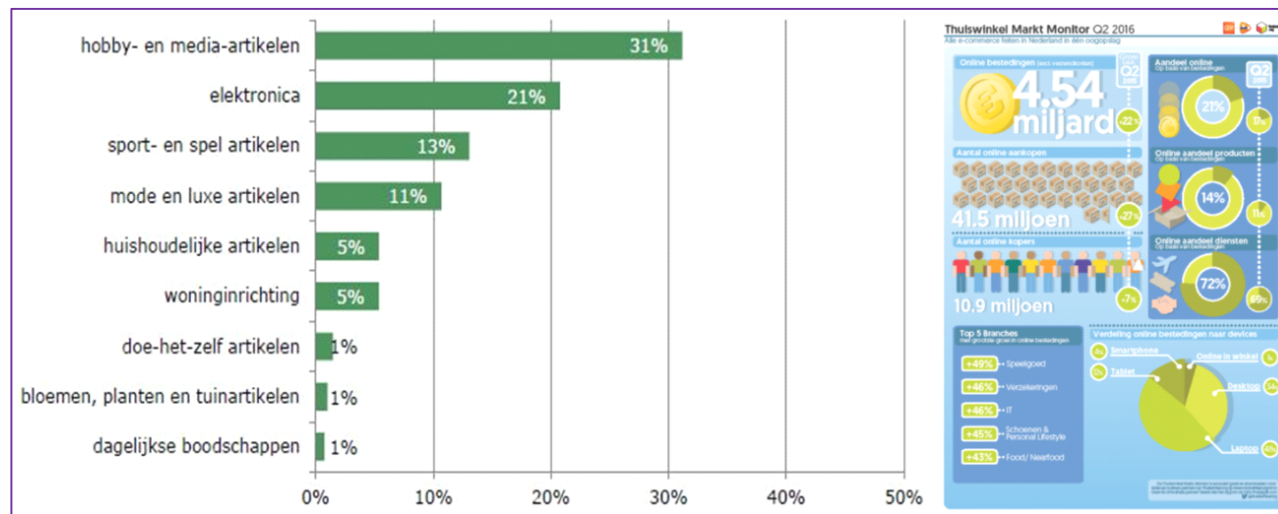
Vrijwel zonder uitzondering zijn de regio's met een hoge winkelleegstand ook de regio's die al sterk zijn vergrijsd en waar het inwonertal terugloopt. Uit ouder onderzoek van het NIBUD bleek dat 65-plussers per maand circa 30% minder uitgeven aan onder andere kleding, voeding, persoonlijke verzorging. Recenter onderzoek van Nibud (PWC, 2016) zegt dat het aandeel voeding gelijk blijft op hogere leeftijd. Bij een lager inkomen zou het budgetaandeel noodzakelijke uitgaven zoals voeding moeten stijgen, dat blijkt niet het geval. 65-70-jarigen geven zelfs meer uit aan voeding dan 50-65-jarigen en iets meer aan kleding en persoonlijke verzorging. Eigenlijk daalt voeding pas echt bij 75-plus, kleding en persoonlijke verzorging blijven stabiel. Ook de arbeidsparticipatie neemt toe op oudere leeftijd (CBS, 14-10-2017). Vergrijzing blijft wel een aandachtspunt voor winkelcentra in vergrijsde regio's maar ook voor de kleinere centra gesitueerd in wijken en buurten die sterk vergrijzen.

Trends detailhandel

Verdere opmars webwinkels

In de eerste helft van 2017 is het internetaandeel in de Nederlandse detailhandel gestegen naar € 11,0 miljard (bron: Thuiswinkel.org). Er worden per kwartaal groeipercentages genoemd van 15-20%, in 2017 inmiddels 13%. Het internetaandeel varieert sterk per branche, maar neemt in vrijwel alle branches toe. In de non-food ligt het marktaandeel op circa 20-25%, in de food op circa 2-3%, totaal 16% (Thuiswinkel.org, cijfers over geheel 2017). Fysiek en online verkoop gaan volledig integreren. Ondernemers en fabrikanten presenteren zich op platforms als Facebook, Marktplaats, kleding.nl etc. en straks Amazon en omzeilen daarmee de fysieke detailhandel.

In sectoren waar het fysieke product door technologische ontwikkelingen volledig verdwijnt, zullen winkels verdwijnen of hun functie zien verschuiven naar persoonlijke service, afhaal en beleving, gepersonaliseerde producten e.d. De branches die daarvan het meeste merken zijn de elektronica, software / computers, hobby-media, speelgoed, huishoudelijke artikelen en kleding en schoenen. De online marktaandelen verschillen wel per bron en periode. Deze ontwikkelingen hebben ook effecten op de fysieke voorraad aan winkels per branche, alhoewel daar ook andere oorzaken voor gelden natuurlijk.



Figuur B4.4 Marktaandeel internetbestedingen per branche en totale bestedingen

Bron: Koopstromenonderzoek stadsregio Arnhem Nijmegen 2016, en Thuiswinkel.org 2016.

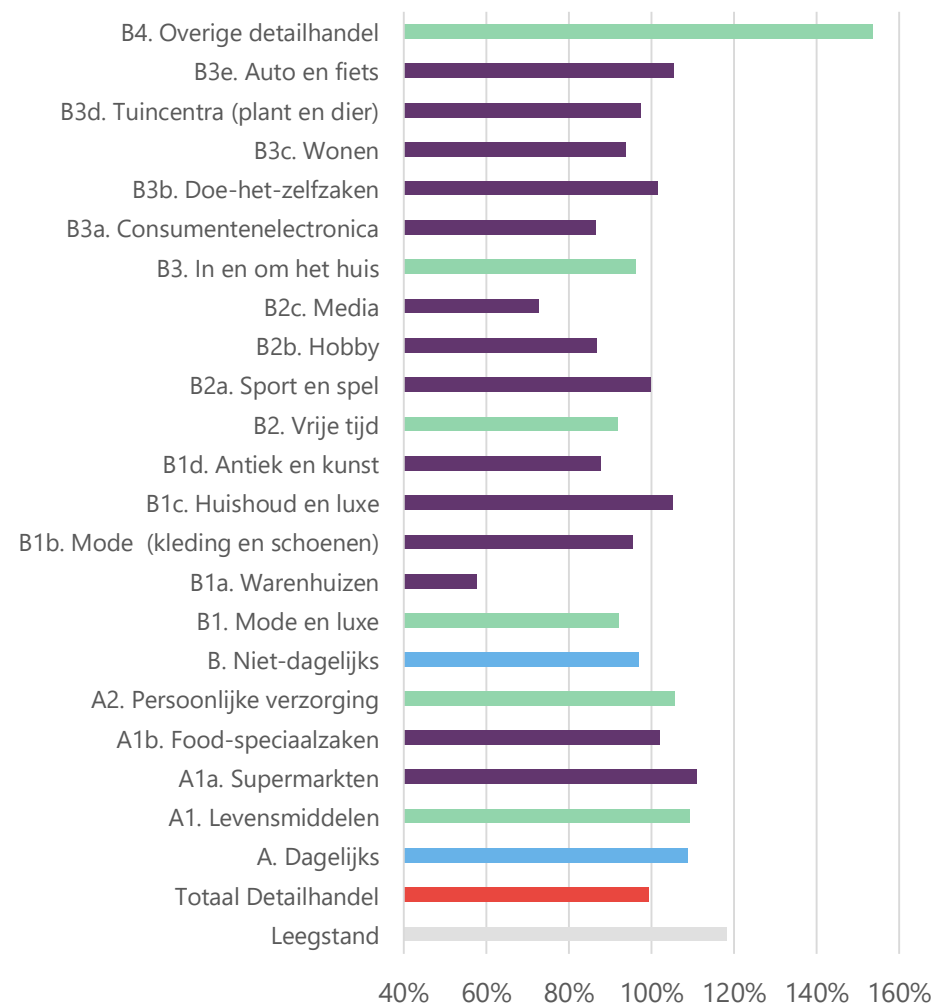
Afnames zie je in de niet-dagelijkse sector met name bij: mode & luxe (warenhuizen en ook mode, kunst-antiek), vrije tijd (media, hobby), in/om huis (elektro, wonen). Oorzaken: faillissementen / overnames, filialen met minder vestigingen;

Groei van aanbod: leegstand, dagelijks (met name de supermarkten), huishoudelijk (action e.d.) en de branche overige detailhandel (niet in te delen zoals 2e hands / partijenhandel en budget stores met een breed assortiment).

Keuze, kwaliteit en beleving in grote winkelgebieden

Door de opkomst van webwinkels moeten consumenten voor aankoop van producten niet langer naar de winkel, maar is winkelbezoek een keuze geworden: zij kunnen de producten net zo gemakkelijk online bestellen en laten bezorgen. Deze nieuwe realiteit heeft afgelopen decennium geleid tot sterke dalingen van bezoekersaantallen in bijna alle winkelgebieden. In antwoord op deze ontwikkeling gaan winkels steeds meer (merk)beleving bieden en krijgen steeds meer een showroom-functie (opkomst flagship stores) waarin consumenten de producten kunnen zien, voelen, testen en/of ervaren. Voor zowel winkels als voor winkelgebieden geldt dat de aankoopfunctie afneemt en de marketing-functie toeneemt. Winkelgebieden zullen steeds méér moeten bieden om bezoekers te blijven trekken. Het draait allemaal om het zoeken naar toegevoegde waarde voor de consument. De consument verwacht keuze, kwaliteit en beleving. Men wil 'value for money' en is kritisch bij de keuze van een winkelgebied.

Figuur B4.5: Landelijke aanbodontwikkeling per branche 2012-2017 in m² vvo



Gemak en snelheid in kleine winkelgebieden

In kleine winkelgebieden waar van oudsher vooral dagelijkse artikelen worden aangeboden, wil de consument vooral gemak en snelheid. Hij wil niet teveel tijd kwijt zijn aan het halen van dagelijkse benodigdheden: winkels en winkelgebieden spelen hierop in met kant en klaar producten, afhaalservice, parkeergemak, korte loopafstanden ed.

Oude grenzen vervagen steeds verder

De traditionele grenzen tussen detailhandel, horeca, vermaak, dienstverlening en ambacht vervagen in hoog tempo. Dit wordt ook wel aangeduid met de term 'blurring'. Er komen allerlei nieuwe concepten op waar zowel producten worden verkocht als een hapje en een drankje, de grote steden lopen hierin voorop. Was vroeger het aankopen van voeding een saaie dagelijkse bezigheid, nu zien we overal food-markets met gezonde streekproducten, kooklessen en proeverijen opkomen. Food lijkt het nieuwe recreatieve winkelen geworden. Jumbo is hiervan met zijn food market een goed voorbeeld.

Verruiming winkeltijden

Vanwege veranderende consumentenwensen neemt de druk op verruiming van openingstijden toe. Veel gemeenten kennen een regime van koopzondagen of zijn alle zondagen open. Het aandeel van de zondagsomzet bij de supermarkten is in de loop der jaren gegroeid van 0,7 procent (2007) naar 4,2 procent in 2015. De zondagomzet is in 2016 met circa 10% gestegen. Dit gaat vooral ten koste van de omzet op vrijdagen, zaterdag en koopavonden. Supermarkten zijn ook 's avonds open, en themacentra als woonboulevards en outletcentra zijn iedere zondag open. In veel gemeenten speelt een discussie om op alle dagen later open te gaan en later te sluiten en de koopavond op te heffen. Ondertussen zie je dat de winkels op drukke plekken 's-avonds langer open blijven, zowel doordeweeks als in het weekend. Een voorbeeld is het vernieuwde Hoog Catharijne in Utrecht dat op de doordeweekse dagen tot 20.00 uur open is (persbericht september 2017).



Doorvertaling trends naar winkelgebieden

De boven beschreven trends en ontwikkelingen hebben verschillende gevolgen en uitwerkingen per type winkelgebied. Seinpost signaleert al enige tijd dat er een verdergaande polarisatie optreedt tussen kansrijke en kansarme winkelgebieden. De consument kiest, afhankelijk van het motief en moment, voor een bezoek aan een winkelgebied wat hem het meeste te bieden heeft. Wij maken onderscheid in vijf verschillende typen winkelgedrag met bijbehorende typen winkelgebied.

Winkels en winkelgebieden zullen in onze stellige optiek niet verdwijnen, wel is een sterkere polarisatie te verwachten in functie en in functioneren. De beste kansen liggen er voor de grotere winkelgebieden in de steden die van oudsher al een mix boden van retail, horeca en vermaak. Hier is een verdere verschuiving van 'places to buy' naar 'places to be' te verwachten, aangename plekken waar je kan rondkijken, verblijven en anderen kan ontmoeten. Hier willen retailers zich graag vestigen met grote indrukwekkende winkels (flagship stores) die sterk op beleving zijn gericht en een lifestyle neerzetten.

Tegelijkertijd blijven kleinere convenience-centra nabij de woning kansrijk, goed en snel bereikbaar en geschikt voor allerlei dagelijkse boodschappen, serviceverlening en een sociale functie. Ook fungeren deze centra als afhaalplek voor online bestelde goederen. Tot slot zijn er kansen voor retail op alle plekken waar traffic is (treinstations, tankstation, kantoren, ziekenhuis, grote evenementen). Deze spelen in op specifieke behoeften van consumenten die 'onderweg' zijn.

Kader B4.1: Rol supermarkten in centrum

Supermarkten zijn de trekkers in het centrum waarvan andere winkels profiteren. Een servicesupermarkt trekt elke week meer dan 10.000 bezoekers en zorgt voor levendigheid en drukte, voor combinatiebezoek tussen de supermarkt en overige winkels en centrumvoorzieningen, maar bovenal voor een binding aan het winkelcentrum. Het overige winkelaanbod (dagelijks en niet-dagelijks) profiteert niet alleen van combinatiebezoek met de supermarkt ter plekke, maar vooral van het gegeven dat een supermarkt ervoor zorgt dat inwoners en toeristen aan het centrum gebonden blijven. Tijdens een supermarktbezoek komt de bezoeker in contact met het overige (winkel en horeca)aanbod in het centrum, wat kan leiden tot een bezoek aan dit aanbod op hetzelfde of een ander tijdstip.

Kader B4.2: Funshoppin is recreatief winkelen

Het gaat de klant niet zozeer om gericht inkopen doen, maar om de beleving. Gerichte of doelgerichte aankopen (ook wel 'runshopping') doen we steeds meer op de bank met de tablet op schoot. Als we de stad in gaan om te winkelen willen we verrast en vermaakt worden.

Er hoeft geen aankoopdoel te zijn, al is het best mogelijk dat we met tassen vol nieuwe aanwinsten thuiskomen. Juist wanneer mensen plezier hebben zijn ze geneigd om (meer) geld uit te geven. Om in de goede stemming te komen willen mensen aangenaam verrast worden, met een mix van grote winkels met interessante aanbiedingen, kleine winkels met een verrassend assortiment en aanvullende voorzieningen restaurants.

Funshoppin wordt wel gezien als de troef van de traditionele retailwereld op de concurrentie van online winkelen. Hoewel de omzet van gewone winkels mede door de opkomst van e-commerce onder druk staat, is funshoppin één van de populairste vrijetijdsbestedingen. De beleving van een dagje uit kan het internet niet evenaren. (www.marketingtermen.nl)

Echter een aanzienlijk deel van de huidige voorraad winkelmeters heeft onvoldoende kwaliteit in huis om zich in een van de genoemde richtingen te kunnen profileren, daardoor dreigt een toenemende polarisatie tussen kansrijke en kansarme winkelsteden en -gebieden. Bij overheden (gemeenten, provincies) ligt de taak duidelijker keuze te maken in het beleid, dus niet langer alles overeind willen houden, maar kiezen voor dat wat het meest kansrijk is en dat versterken. Dat betekent dat kansarme winkelgebieden hun winkelfunctie grotendeels zullen verliezen of alleen in sterk afgeslankte vorm nog bestaansrecht houden.

In onze optiek zijn er in de toekomst vijf verschillende soorten winkelgebieden te onderscheiden, aansluitend bij de toekomstige customer journey.

Bestaande winkelcentra- en -gebieden zullen zich in een van de vijf richtingen verder moeten ontwikkelen en profileren.

Dagelijks doelgericht

In de toekomst zal het aankopen van dagelijkse artikelen polariseren. Het doelgericht dagelijks aankopen doen (bulkartikelen, commodities) zal voor een deel online gaan, waarbij boodschappen thuis worden bezorgd of bij een pick-up point worden opgehaald. Gemak en snelheid zijn hier key-woorden. De maaltijd box zal nog een groei doormaken. Het wijkwinkelcentrum zal minder supermarktmeters nodig hebben en zal meer accent leggen op vers en ambachtelijk en tegelijkertijd op service. Ook zal het wijkwinkelcentrum veel meer een sociale en dienstverlenende functie krijgen



Dagelijks recreatief

De aandacht voor lekker en gezond eten en voor koken zal naar verwachting nog verder toenemen en daarmee de food-concepten die daarop inspelen. Vers en ambachtelijk zijn key-words. Het succes van de Markthal in Rotterdam is illustratief. Denk ook aan de Jumbo versmarkt en de overname van La Place. Food en horeca gaan versmelten en food wordt theater, waarin de consument op zoek is naar het verhaal bij het voedsel wat hij eet. Food als drager van het nieuwe recreatieve winkelen. Een dergelijke ontwikkelingsrichting is mogelijk ook voor (een aantal) wijkwinkelcentra weggelegd.

Niet dagelijks doelgericht

Ook het aankopen van niet-dagelijkse goederen zal in de toekomst polariseren. Bruin- en witgoed, doe het zelf artikelen, huishoudelijke artikelen zullen als 'commodities' deels online gaan, maar er ontstaat voor deze artikelen ook de behoefte aan uitleg, (hulp bij) installatie en 'oplossing van het probleem'. Daarvoor zijn minder winkelmeters nodig, en tegelijk méér deskundig personeel wat niet zozeer producten, maar oplossingen aanbiedt. In de VS zien we bij een aantal winkels al 'solution corners' binnen DHZ-winkels ontstaan, waar mensen (onder het genot van een verse cappuccino) hulp en advies krijgen bij (bijvoorbeeld) hun verbouwingsplannen. Of er worden workshops georganiseerd om samen te klussen.



Brugstraat 1A
5211 VS 's Hertogenbosch

088-210020
info@seinpost.com
www.seinpost.com

B. Schildkamp
L. Bruijning
R. Romijn

