

Detailhandelsstructuurvisie Hardenberg



Detailhandelsstructuurvisie Hardenberg

Uitgebracht aan:
Gemeente Hardenberg

Seinpost Adviesbureau BV
Brechtje Schildkamp
Mathieu Vaessen
Rien Romijn
Lars Pijlman

Projectnummer: 36002

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vervoelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.



'Ik doe mijn dagelijkse boodschappen vaak hier in Balkbrug, maar soms ook ergens anders als ik daar in de buurt moet zijn. Net wat op dat moment handig is'

'Wij komen speciaal uit Hoogeveen naar Dedemsvaart voor de Shooby. Die is bij ons weggegaan. En je kunt hier voor de deur parkeren, ideaal!'



'Ik kan alles wat ik nodig heb hier vinden in Hardenberg. Ik zit niet te wachten op hele grote ketens'



'In de zomer wordt er veel georganiseerd in Hardenberg. Dan is het altijd erg gezellig in het centrum'



'Ik ben afhankelijk van de fiets, dus het is ontzettend fijn dat ik op de fiets naar de supermarkt in Slagharen kan'

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
1.1	<i>Aanleiding voor de nieuwe detailhandelsstructuurvisie</i>	1
1.2	<i>Proces</i>	1
1.3	<i>Actieplannen centrum Hardenberg en Dedemsvaart</i>	2
1.4	<i>Leeswijzer</i>	2
2	De visie	5
2.1	<i>De nieuwe realiteit in de detailhandel</i>	5
2.2	<i>De nieuwe visie: de stip op de horizon</i>	6
2.3	<i>Naar een nieuw netwerk van winkellocaties</i>	7
2.4	<i>Uitwerking Hardenberg</i>	10
2.5	<i>Uitwerking Dedemsvaart</i>	15
2.6	<i>Uitwerking kleine kernen</i>	17
2.7	<i>Uitwerking PDV</i>	19
2.8	<i>Overige relevante en actuele thema's</i>	21
2.9	<i>Effecten op de regionale detailhandelstructuur</i>	23
2.10	<i>Samengevat: beleidsuitgangspunten</i>	23
3	Van plan naar uitvoering: de strategie	25
3.1	<i>Marktinitiatieven leidend</i>	25
3.2	<i>Oprecht samenwerken</i>	26
3.3	<i>Focus op structuurversterkende opgaven</i>	27
3.4	<i>Toetsingskader</i>	27
4	Uitvoeringsprogramma	29
4.1	<i>Brancheprofielen</i>	29
4.2	<i>Transformatiefonds</i>	30
4.3	<i>Actief wegbestemmen</i>	31
4.4	<i>Herijken en handhaven van bestemmingsplannen</i>	32
4.5	<i>Locatieontwikkeling</i>	33
4.6	<i>Acquisitie</i>	34
4.7	<i>Startersondersteuning</i>	35
4.8	<i>Bereikbaarheid</i>	35
4.9	<i>Samenwerking winkelgebieden kleine kernen</i>	36
	Bijlagendocument bouwstenen	37
	Bijlage 1 Procesaankpak	38
	Bijlage 2 Feiten en cijfers	40
	Bijlage 3 Landelijk en provinciaal detailhandelsbeleid	60
	Bijlage 4 Trends en ontwikkelingen	62
	Bijlage 5 Distributieve analyses	68
	Bijlage 6 Gebiedsprofielen per locatie	76
	Bijlage 7 Resultaten online enquête	80
	Bijlage 8 Gemeentelijk rol nader belicht	90

1 Inleiding

1.1 Aanleiding voor de nieuwe detailhandelsstructuurvisie

De detailhandel verandert snel en structureel. Deze dynamiek in het winkellandschap is ook merkbaar in de gemeente Hardenberg. Omzetten en bezoekersaantallen lopen terug en de leegstand is toegenomen. Maar Hardenberg staat niet stil, integendeel, er wordt volop gewerkt aan compacte en aantrekkelijke winkelvoorzieningen, zowel in de grote als in de kleinere kernen. Eind november 2015 tekende Hardenberg de 'retaildeal' met het ministerie van Economische Zaken, in september 2015 werd het actieplan centrum Hardenberg gepresenteerd en momenteel wordt het actieplan centrum Dedemsvaart afgerond. Een van de benoemde acties in de actieplannen is het opstellen van een detailhandelsstructuurvisie. De vorige detailhandelsstructuurvisie dateert uit 2002 en is sterk achterhaald gezien de ontwikkelingen in de branche. De nieuwe visie moet het antwoord zijn op het realiseren van compacte centrumgebieden.

De verschillende winkelgebieden in de gemeente Hardenberg hebben elk een eigen profiel en functie. De afstanden tussen de diverse kernen zijn soms vrij groot. Naast een economische functie, hebben de (centrum)winkelgebieden ook een belangrijke maatschappelijke functie (leefbaarheid). De belangrijkste uitdaging voor de gemeente Hardenberg is inzicht te krijgen in een toekomstbestendige detailhandelsstructuur en acties en maatregelen niet alleen voor de overheid, maar ook voor ondernemers en eigenaren, om die structuur gezamenlijk te realiseren. De kansrijke (delen van) winkelgebieden moeten elkaar aanvullen en een optimale spreiding over de gemeente hebben. Centrumgebieden moeten worden gecompactiseerd en kansarme locaties/delen zullen moeten worden getransformeerd naar andersoortige functies. Het onderscheidend vermogen (branding) vormt hierbij een belangrijk aspect.

Opgave detailhandelsstructuurvisie

Een geactualiseerde detailhandelsstructuurvisie, voor de komende 5 jaar met een doorkijk naar een langere periode, bestaande uit een algemeen detailhandelsbeleid voor Hardenberg en een specifieke visie voor de kernen Hardenberg en Dedemsvaart en de kernen binnen de gemeente die over een winkelfunctie beschikken. De visie heeft een concreet uitvoeringsprogramma en flexibiliteit om in te spelen op de ontwikkelingen.

1.2 Proces

Om tot een nieuwe detailhandelsstructuurvisie te komen is ingezet op een gezamenlijk proces van analyse- en visievorming en het opstellen van een uitvoeringsprogramma. Ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente (ambtelijk en bestuurlijk) zullen immers gezamenlijk aan de slag moeten om de ambities uit de detailhandelsstructuurvisie waar te maken. Het proces is daarom gericht op draagvlak en actiebereidheid. Voor de gemeente levert het nieuw beleid een helder toetsingskader op voor toekomstige ontwikkelingen.

Het proces om te komen tot een detailhandelsvisie start met het ontwikkelen van bouwstenen voor beleid. Met deze bouwstenen zijn we vervolgens met alle partners op actieve wijze aan de slag gegaan via verschillende innovatieve methodieken. In het proces is een onderscheid gemaakt in:

- een procesgroep;
- de twee kopgroepen Hardenberg en Dedemsvaart;
- een masterclass en informatieve sessie voor de gemeenteraad;
- een online enquête voor ondernemers;
- dialoogsessies voor PDV, kleine kernen en Hardenberg;
- creatieve sessies voor Hardenberg en voor Dedemsvaart, inclusief de kleinere kernen.

Figuur 1.1: Procesaanpak



Via dit proces zijn we gekomen tot een nieuwe detailhandelsstructuurvisie en bijbehorend uitvoeringsprogramma en instrumentarium. De concept detailhandelsstructuurvisie is vervolgens in een vooroverleg met de provincie besproken en de ontwerp-detailhandelsstructuurvisie is aan hen ter beoordeling voorgelegd. Een nadere toelichting op het proces is opgenomen in bijlage 1.

1.3 Actieplannen centrum Hardenberg en Dedemsvaart

De afgelopen twee jaar zijn actieplannen voor Hardenberg centrum en voor het centrum van Dedemsvaart opgesteld. Het actieplan voor Hardenberg is reeds in uitvoering, die in Dedemsvaart is in de afrondende fase. De actieplannen vormen naast deze nieuwe detailhandelsstructuurvisie de route om de komende jaren gezamenlijk te werken aan een vitale detailhandelsstructuur in de gemeente. In het actieplan centrum Hardenberg staat de consument centraal. Acties en maatregelen zijn gericht op het behouden van de consument voor het centrum. Beleef & shop is het credo. Er zijn een vijftigtal acties geformuleerd om dit te realiseren, uiteenlopend van het herbesteden van delen van het centrum en verplaatsen van functies tot promotie- en marketingactiviteiten. In het actieplan voor Dedemsvaart staan ondernemersgeest, ontmoeting en eigen kracht en identiteit centraal. Ook hier zijn het compactiseren van het kernwinkelgebied en het aanpakken van leegstand belangrijke thema's. Een aantal acties en maatregelen in de nieuwe detailhandelsstructuurvisie hebben een duidelijk verband met de acties en maatregelen uit de actieplannen. Indien dat het geval is, is dat benoemd. In deze detailhandelsstructuurvisie ligt de nadruk op acties en maatregelen die de structuur van de detailhandel in de gemeente versterken, terwijl het actieplan breed georiënteerd is.

1.4 Leeswijzer

In hoofdstuk 2 komt de visie op de detailhandelsstructuur in de gemeente Hardenberg aan bod. Na behandeling van de nieuwe realiteit in detailhandelsland wordt ingegaan op het beoogde ambitieniveau voor zowel de gemeente Hardenberg als geheel als de te onderscheiden winkelgebieden.

Vervolgens gaan we in hoofdstuk 3 in op de uitvoeringsstrategie. Hoe zorgen partijen er met elkaar voor dat de visie wordt gerealiseerd. Dit vereist in ieder geval intensieve samenwerking tussen alle betrokkenen.

In hoofdstuk 4 wordt het uitvoeringsprogramma behandeld: welke inhoudelijke thema's staan de komende 5 jaren centraal in de gemeente Hardenberg, welke (ondersteunende) instrumenten worden ingezet bij de bestaande actieplannen en wat is de rol van de verschillende partijen hierbij? Het accent ligt hier met name op de maatregelen die ertoe bijdragen dat de ruimtelijk-economische detailhandelsstructuur in de gemeente Hardenberg wordt versterkt.

Om de centrumvisie te kunnen actualiseren is een aantal bouwstenen opgesteld. De bouwstenen in de bijlagen zijn:

1. Procesaanpak
2. Feiten en cijfers;
3. Landelijk en provinciaal detailhandelsbeleid
4. Trends en ontwikkelingen;
5. Distributieve analyses;
6. Gebiedsprofielen per locatie;
7. Resultaten online enquête;
8. Gemeentelijke rol nader belicht

De analyses vormen belangrijke bouwstenen voor de actuele visie.

Figuur 1.2 Bouwstenen



2 De visie

De nieuwe realiteit in de detailhandel vraagt om om keuzes. In dit hoofdstuk wordt eerst kort ingegaan op deze nieuwe realiteit. Vervolgens wordt ingegaan op het toekomstperspectief voor de detailhandel in de gemeente Hardenberg en de gevolgen voor de verschillende winkelgebieden. Afgesloten wordt met enkele relevante en actuele thema's die momenteel spelen in Hardenberg.

2.1 De nieuwe realiteit in de detailhandel

Voor een gemeente is het belangrijk om in te zetten op een aantrekkelijk en compleet voorzieningsniveau voor de detailhandel. Dat is goed voor het woon-, leef- en verblijfsklimaat in de gemeente. Dat geldt niet alleen voor de eigen inwoners maar ook voor de regiobezoekers, de dagrecreanten en toeristen inclusief overige doelgroepen zoals passanten en werkzame personen. Winkelgebieden hebben een belangrijke sociale functie voor ontmoeting, horeca- en weekmarktbezoek en voor evenementen. De detailhandel levert een belangrijke bijdrage aan de werkgelegenheid zoals de eerste werkervaringen van jongeren.

De gemeente Hardenberg gaat daarbij uit van haar eigen bijzonderheden en kwaliteiten. Door de fysieke grootte van de gemeente in een landelijke omgeving is een goede spreiding van de basisvoorzieningen over de kernen gewenst. Dat geldt bijvoorbeeld voor:

- het boodschappen doen en voor de frequente aankopen;
- het recreatieve winkelen;
- de doelgerichte aankopen (in/om huis).

Voor de laatste twee zijn consumenten vanwege de lagere bezoekfrequentie bereid een grotere afstand af te leggen. Dat geldt met name als sprake is van een grotere kritische massa en een aantrekkelijke aanbodmix. In een aantal centrumbranches wordt vanwege dalende omzetten en marges de uitdaging steeds groter om een aantrekkelijk aanbod te bieden. Het is van belang om te voorkomen dat de bestedingen naar elders weglekken. Dat kan verergerd worden als sprake is van zichtbare leegstand, dat is nu het geval in het centrum van Hardenberg en dat van Dedemsvaart. In bijlage vier is verwoord dat de inwoners van de gemeente ook de winkelgebieden in de regio bezoeken, dat die koopkrachtafvloeiing toeneemt en de niet-dagelijkse omzet in de gemeente onder druk staat. De voornaamste oorzaak is het consumentengedrag dat aan het veranderen is onder invloed van:

- De bekendheid met het aanbod elders (formules / MKB, beleving, acties, evenementen etc.)
- de ruimere openstelling (avond, zondag);
- traffic-winkels op allerlei onderweg-locaties en op plaatsen waar veel mensen samenkomen (ziekenhuis, onderwijslocatie, kantorenpark, attractiepark e.d.);
- het online winkelen (bezorgen, afhalen).

De retail is er tegenwoordig 'altijd en overal', 24/7, fysiek of online. Jongeren winkelen heel anders dan ouderen, en zelfs binnen de laatste groep zijn grote veranderingen zichtbaar.

Zonder een goed antwoord op de dynamiek in de detailhandel zullen de uitdagingen steeds groter worden om de sector te versterken. De bestedingen in een aantal detailhandelsbranches staan onder druk, ondernemers en formules stoppen ermee, de leegstand neemt toe. De tijden waarin alleen nagedacht werd over nieuwbouwprojecten en de uitbreiding van het aanbod zijn definitief voorbij. De noodzaak om te vernieuwen blijft wel overeind, dat biedt ook weer kansen. Dan zullen er keuzes gemaakt moeten worden. Die keuzes komen neer op een netwerk van gezonde winkelconcentraties en het beperken van solitaire winkelvestigingen. De detailhandel kan daarbij

niet los worden gezien van andere centrumfuncties. Dat komt mede door trends met branchevervaging zoals blurring, met een mix van detailhandel met horeca, diensten en leisure. En er zal zo goed mogelijk voldaan moeten worden aan de randvoorwaarden zoals schoon-heel-veilig, een goede bereikbaarheid, parkeergemak en de belevingswaarde.

De functie van het fysieke verkooppunt verandert...

Waar het voorheen de plek was waar de klant naar toe moest om iets te kunnen kopen is dat inmiddels niet meer het geval. De klant gaat naar de fysieke winkel vanwege het gemak (boodschappen doen), de persoonlijke service, de beleving of bijvoorbeeld een afhaalfunctie. In sommige branches is al zichtbaar dat de winkels verkleinen omdat een deel van het assortiment online wordt aangeboden. De functie van het detailhandelsaanbod in de middelgrote gemeenten als Hardenberg verandert daardoor. Waar winkelgebieden hun bestaansrecht ontleenden aan de koopfunctie is dat vanaf nu niet meer het geval, ook andere functies zijn steeds dominanter in winkelgebieden aanwezig. Dezelfde trend met minder fysiek bezoek treedt echter op bij financiële en particuliere diensten zoals bij banken, postkantoor, reisbureau, uitzendbureau, makelaar etc.



2.2 De nieuwe visie: de stip op de horizon

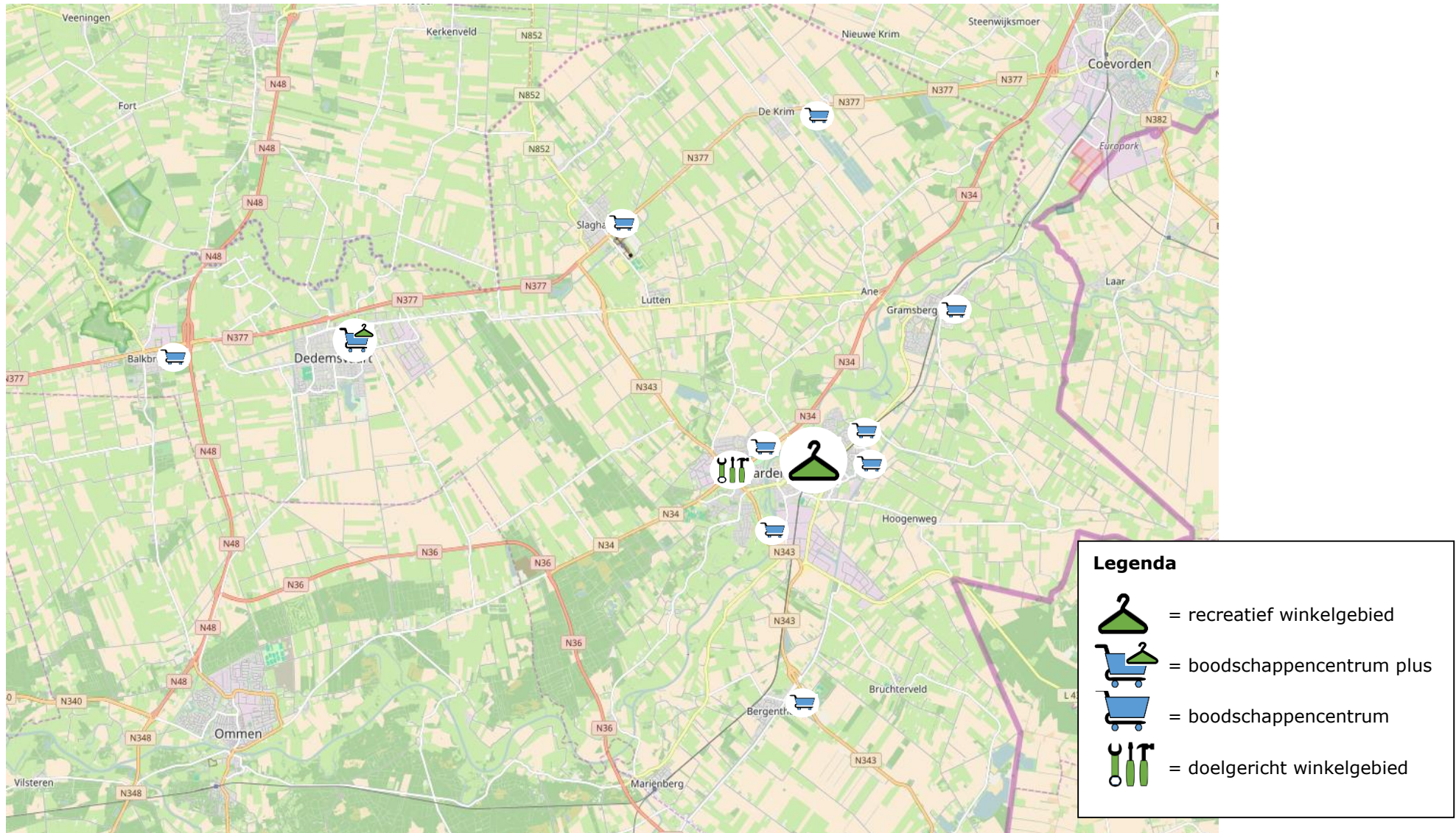
Om in te spelen op de huidige uitdagingen en tegelijkertijd te anticiperen op toekomstige ontwikkelingen is een nieuwe gemeentelijke detailhandelsstructuurvisie voor de komende 5 jaren opgesteld. Er is hierover in de procesaanpak samen met de ondernemers, eigenaren, gemeente en andere betrokkenen uitgebreid nagedacht. Samen zijn de uitdagingen onderkend en is er draagvlak om de gezamenlijke ambities waar te maken. Aan de hand van de stip op de horizon, de visie op de ruimtelijk-economische structuur van de detailhandel over circa 5 jaar, kunnen de betrokken partijen werken aan een sterke detailhandelsstructuur. Hiervoor zijn al actieplannen in uitvoering die continu worden aangepast aan de laatste kennis en inzichten.

De stip op de horizon: over 5 jaar beschikt de gemeente Hardenberg over een vitale detailhandelsstructuur van complementaire winkelgebieden. Er is sprake van een compleet aanbod in een comfortabele winkelomgeving. Er is sprake van een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de gemeente in het kader van de leefbaarheid. De leegstand is teruggebracht tot enkele procenten frictie-leegstand, de winkelgebieden bieden een eigentijds detailhandelsaanbod, aangevuld met ondersteunende centrumfuncties, ambulante handel en evenementen. De verspreide bewinkeling is in omvang beperkt. De randvoorwaarden zoals een goede bereikbaarheid en parkeren, schoon-heel-veilig en een prettige belevingswaarde zijn op orde.

2.3 Naar een nieuw netwerk van winkellocaties

Binnen het regionale krachtenveld van winkelbestemmingen voor de inwoners en bezoekers van de gemeente Hardenberg inzetten op een eigen, toekomstgerichte detailhandelsstructuur, zie de kaart in figuur 2.1.

Figuur 2.1 Verdeling typen winkelgebieden binnen de gemeente Hardenberg



De focus ligt hierbij op de centrumgebieden van de kern Hardenberg en Dedemsvaart. Zij hebben een duidelijk primaat in de gemeentelijke detailhandelsstructuur, zeker als het langere termijnperspectief in ogenschouw wordt genomen. De branches die landelijk onder druk staan qua omzet, winst en aantal bezoekers zoals mode (kleding, schoenen), huishoudelijke artikelen, speelgoed, electro en diensten zijn juist hier gevestigd. Zowel het centrum van Hardenberg als Dedemsvaart zijn hierdoor kwetsbaar en zullen op zoek moeten naar een andere dynamiek.

De opgaven op de andere detailhandelslocaties is van een andere orde. Daarbij gaat het om de buurtcentra, de kleine kernen, de PDV (Haardijk en verspreid) en overige detailhandel. De boodschappencentra in de dorpen en buurten hebben een sterke nadruk op de dagelijkse sector die nog wel een groei vertoont: bijvoorbeeld in de supermarktbranche en de persoonlijke verzorging. De branches in de PDV zoals op Haardijk kennen hun eigen dynamiek. Die is de laatste jaren gunstig zoals in de Woninginrichting en sinds kort ook in de Doe-Het-Zelf. De belangrijkste reden is het aantrekken van de woningmarkt. Mocht er sprake zijn van een leegstaand pand in de PDV dan heeft dat minder effecten op het woon-, leef- en verblijfsklimaat dan bij leegstand in een winkelstraat in een centrumgebied. Vandaar dat in de gemeentelijke detailhandelsvisie de centrumgebieden van Hardenberg en Dedemsvaart centraal worden gesteld.

De nieuwe ruimtelijk-functionele visie voor de gemeente Hardenberg luidt nu als volgt:

Tabel 2.1 Uitwerking gewenste detailhandelsstructuur gemeente Hardenberg

Winkelgebied	Verzorgings-functie	Toelichting	Toekomst
Hardenberg centrum	Regionaal	Compleet aanbod dagelijkse en niet-dagelijkse winkels en breed aanbod horeca/leisure. Verblijfsfunctie	Compactiseren kernwinkelgebied, clustering en stimuleren
Hardenberg buurtwinkelcentra	Buurtfunctie	Boodschappenvunctie	Behoud bestaand aanbod
Dedemsvaart centrum	Bovenlokaal	Compleet aanbod dagelijkse winkels en basispakket niet-dagelijkse winkels en ondersteunend aanbod horeca en diensten	Compactiseren kernwinkelgebied, clusteren en optimaliseren
Kleine kernen	Lokaal	Boodschappenvunctie	Behoud bestaand aanbod en concentreren
PDV	Regionaal	Compleet aanbod PDV	Consolideren en waar mogelijk concentreren op Haardijk

Hardenberg-centrum staat met circa 200 verkooppunten aan de top met een regionale verzorgingsfunctie voor de bewoners en overige bezoekers van de gemeente. In de top 25 van winkelgebieden in Oost-Nederland staat Hardenberg-centrum op de 14^e plaats: met volgens de berekeningswijze van I&O een jaaromzet in de detailhandel van rond de € 90 miljoen (bron: Koopstromenonderzoek 2015, rapport Hardenberg). Dat is onder het niveau van centra als Zwolle, Emmen en Hoogeveen, maar gelijkwaardig aan bijvoorbeeld Raalte, Oldenzaal, Rijssen en Nijverdal. Dedemsvaart-centrum (circa 120 verkooppunten) is becijferd op een jaaromzet in de detailhandel van € 60 miljoen en is van een lagere orde en heeft een kleinere omvang.

Hardenberg-centrum vormt hét 'recreatieve winkelgebied' voor de regio. Alleen het winkelen is in de visie voor de langere termijn niet voldoende. Het wordt steeds belangrijker om de dynamiek in andere sectoren op te zoeken. Daarbij gaat het om de supermarkten, de food in brede zin (speciaalzaken), horeca, leisure / cultuur, maar ook evenementen, ambulante handel en wonen/werken. Hierin zullen keuzes gemaakt moeten worden met een compact kernwinkelgebied en clustering van functies en het stimuleren van nieuwe functies. Clustering van functies vergroot de onderlinge synergie (bijvoorbeeld combinatiebezoek supermarkt en versspecialist): functies profiteren van elkaars trekkracht op korte afstand en versterken elkaar daardoor. Winkelondersteunende horeca vergroot de belevingswaarde van het centrum en heeft met name een belangrijke functie voor het recreatief winkelen. In de wijken en buurten moeten de boodschappencentra ondersteunend blijven aan het centrumgebied. De nadruk ligt op behoud in plaats van versterking van het buurtverzorgende aanbod.

Dedemsvaart zal zich ontwikkelen tot bovenlokaal verzorgend 'boodschappencentrum plus'. Hierbij ligt de nadruk op de frequente behoeften, het basis-winkelen en horeca en diensten. Ook hier geldt dat een compact kernwinkelgebied de inzet is en de nadruk ligt op het optimaliseren van de bestaande functies.

In de kleine kernen zal ingezet moeten worden op steunpunten voor de boodschappenfuncties met een goede spreiding over de gemeente en gericht op het eigen draagvlak. In de dorpen kan ook worden ingespeeld op andere doelgroepen zoals toeristen en passanten. De nadruk ligt hierbij op het behoud van een supermarkt en de concentratie met complementaire functies.

In de perifere detailhandel zal voor de gemeente ingezet worden op een compleet aanbod aan PDV-branches zoals in de Woninginrichting, Doe-Het-Zelf en de tuincentra. De focus ligt daarbij op Haardijk als concentratie-locatie voor de PDV met een regionale verzorgingsfunctie binnen de gemeente. Andere grootschalige branches zijn voorbehouden aan het centrumgebied van Hardenberg en Dedemsvaart.

2.4 Uitwerking Hardenberg

Centrum

De volgende conclusies zijn van toepassing op de bestaande situatie in Hardenberg-centrum:

- Bronpunten en trekkers zijn gesitueerd langs een assenkruis, zowel op de oost-west als als de noord-zuid as. De vestiging van parkeerterreinen Gedempte Haven en Wilhelminaplein en de ligging van supermarkt Lidl zorgen voor een sterke trekkracht aan de westzijde van het centrum;
- De loopafstanden zijn te lang¹: Voorstraat en Oosteinde van begin tot eind circa 500 meter;
- Het kernwinkelgebied is hierdoor onvoldoende compact, de routing is niet optimaal tussen het bestaande deel (Voorstraat, Oosteinde, Fortuinstraat e.o.) en het nieuwe deel (Markt / Marktstraat e.o.) bijvoorbeeld door het ontbreken van een aantrekkelijke verbindingroute via de Kruissteeg;
- Geen duidelijke brancheringsprofielen in de deelgebieden binnen het centrumgebied;
- De leegstand is een belangrijk aandachtspunt, ook in het kernwinkelgebied;
- Totaal vier supermarkten als trekkers, met een grotere afstand tot het kernwinkelgebied bij Aldi en Jumbo;
- Het Marktplaatsplein mist sfeer en verblijf;
- De verkeerscirculatie in en rond het centrum is door het aanbrengen van de knip in de rondweg

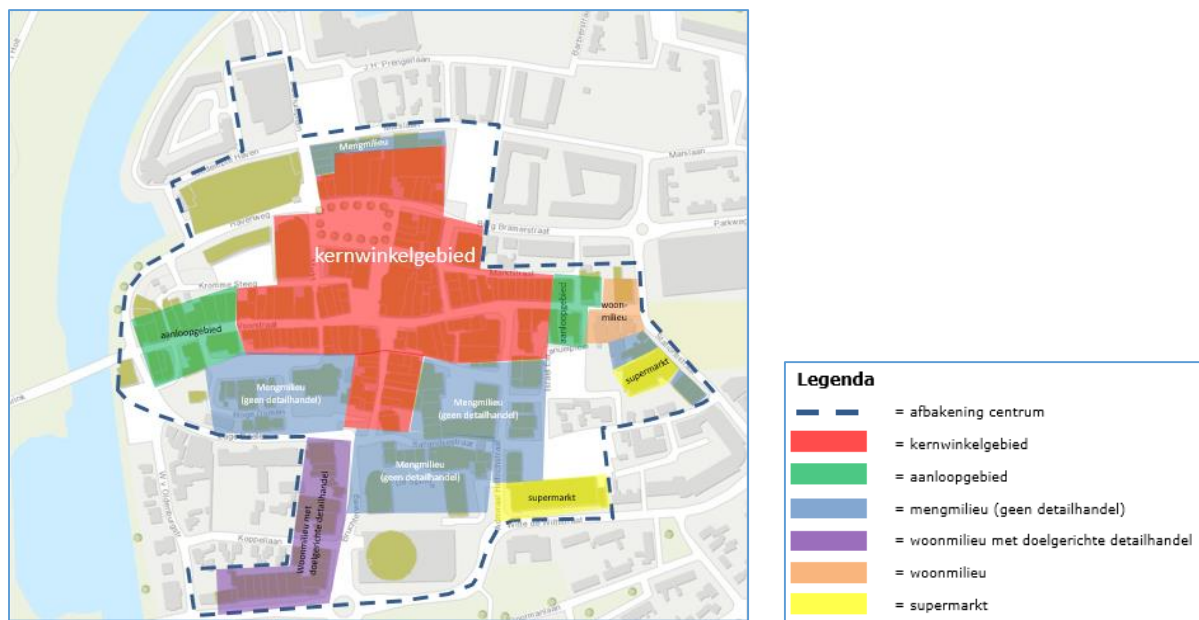
¹ Uit onderzoek van DTNP en Radboud Universiteit is gebleken dat bezoekers van middelgrote stadscentra (centra van 40.000 – 60.000 m² vwo) gemiddeld 640 meter lopen door het centrum (heen&terug). Het centrum van Hardenberg heeft een kleiner aanbod (28.500 m²), maar de loopafstanden zijn relatief groot.

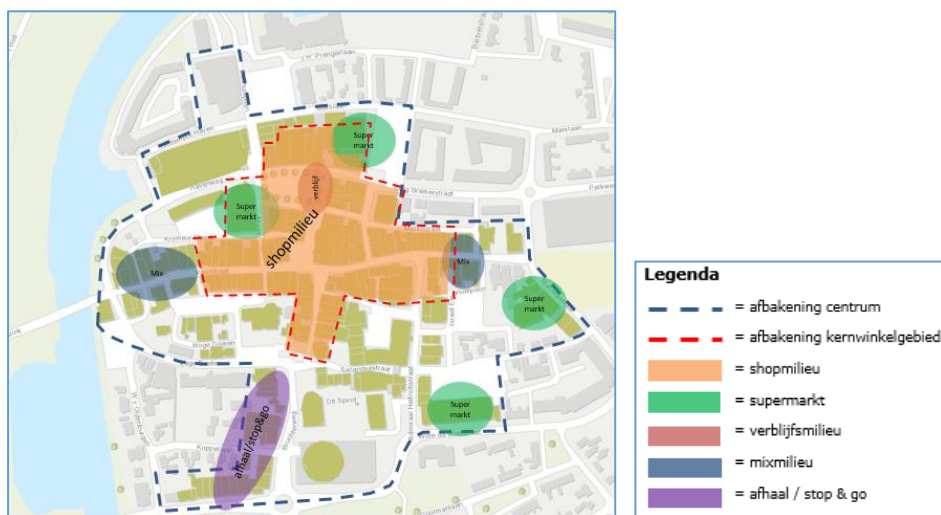
niet optimaal. Hierdoor is het voor consumenten minder aantrekkelijk om andere delen van het centrum te bezoeken.

Het centrum van Hardenberg heeft een omvang van 28.500 m² wvo aan detailhandel inclusief leegstand. Het kenmerkt zich door een assenkruisstructuur. De historische oost-west-as (Oosteinde-Voorstraat) en de in het masterplan gerealiseerde noord-zuid as (Markt-Fortuinstraat). Het centrum bestaat totaal uit ruim 200 verkooppunten. Met 27 leegstaande panden en een omvang van 4.700 m² wvo ligt hier een belangrijke opgave om tot versterking en compactisering te komen. Circa 2.000 m² wvo leegstand is in het kernwinkelgebied gelegen.

Er zijn distributieve analyses uitgevoerd op het niveau van de kern Hardenberg. Hieruit blijft dat er ongeveer 12.000 m² wvo Mode-luxe haalbaar is, en 10.000 m² wvo Dagelijks. De helft van het dagelijks aanbod is in het centrumgebied gevestigd. Aangevuld met huidige aanbod in de Vrijetijd (sport-spel, hobby, media), In/om huis en overige detailhandel (gezamenlijk 4.600 m² wvo in het centrum) zal het niet mogelijk zijn om de detailhandel te spreiden over het gehele centrumgebied. Dat betekent dat de huidige 28.500 m² wvo niet volledig zal zijn in te vullen. De detailhandel zal in een compacter gebied binnen het centrum geconcentreerd moeten worden. Dat ziet er als volgt uit. Het centrumgebied wordt verdeeld in een aantal deelmilieus. Dit is zichtbaar in de kaarten, de toelichting in het tekstblok en moodboards met sfeerimpressies per deelgebied. Figuur 2.2 geeft inzicht in de ruimtelijke functionele opbouw van het centrum, waarbij onderscheid in de verschillende typen gebieden. Figuur 2.3 geeft inzicht in de branchering van deze gebieden.

Figuren 2.2 en 2.3: Ruimtelijk-functionele opbouw en functionele deelgebieden Hardenberg-centrum





Centrumgebied (blauwe stippellijn)

Afgebakend deel van de kern met een grote verscheidenheid aan centrumfuncties (naast een woonfunctie), waaronder detailhandel, horeca, dienstverlening en cultuur / leisure. Het centrumgebied bestaat uit het kernwinkelgebied, aanloopgebieden en gebieden met vooral een woonfunctie.

Kernwinkelgebied (rood en rood omstippeld)

Een aaneengesloten gebied in de binnenstad, met een hoge concentratie aan detailhandels- en horecazaken en commerciële dienstverlening (bij voorkeur dubbelzijdig, winkels in dagelijkse boodschappen, mode&luxue en vrije tijd, horeca winkelondersteunend), waar de inrichting meestal bestaat uit een promenade. Je vindt hier de hoogste passantenintensiteiten. Daarnaast bevat het vaak een verscluster nabij een supermarkt. De afbakening van het kernwinkelgebied is bepaald op basis van bezoekersstromen, trekkers, bronpunten, DPO-analyse en routing.

Aanloopgebieden (groen)

Straten in het centrumgebied die direct aantakken op het KWG met een B-C-milieu met lagere passantenintensiteiten waar de winkel- en/of horecafunctie niet dominant is. Zakelijke dienstverlening, ambacht, cultuur, zorg en wonen kunnen hier domineren. De winkels en horecabedrijven worden er vooral doelgericht bezocht en zijn doorgaans kleinschalig met veel MKB en hebben vaak een eigen karakter. De straten liggen soms nabij een bronpunt van verkeer (fiets, auto, bus, trein).

Woonmilieu met doelgerichte detailhandel (paars)

Op deze goed bereikbare locaties aan de rand van het centrum zal binnen de detailhandel het accent verschuiven naar functies met een doelgericht karakter (afhaal- / stop&go-functies). Dat is dan een breedpakketzaak, woonaccessoires, een fietswinkel, tuinartikelen e.d. Dit wordt gemengd met woonfuncties op maaiveld en op verdieping. Ook dienstverlening en woon-werk past goed op een dergelijke locatie. Parkeren kan op korte afstand nabij de doelgerichte winkels.

Mengmilieu geen detailhandel (blauw)

Dit is een mengmilieu maar dan zonder detailhandel. Naast wonen en wonen-werken gaat het dan om diensten en ambacht e.d.

Woonmilieu (bruin)

Dit zijn de randzones van het centrumgebied waar de woonfunctie duidelijk prevaleert. Er is sprake van een prettig en wat rustiger woonklimaat waar bezoekers te gast kunnen zijn voor een wandeling of fietstocht, of bezoek aan een specifieke functie als een molen, Museum of een andere monument. Soms zijn hier ook bronpunten voor parkeren van de auto of fiets aanwezig. Er is in dit milieu geen plek voor detailhandel.

Figuur 2.4: Moodboards met sfeerimpresies per deelgebied in het centrum



De afbakening van het kernwinkelgebied is bepaald aan de hand van het DPO (zie bovenstaand), de bronpunten, branchering en trekkers, de routing, de passantenstromen en onderbrekingen in het winkelfront: de spil is de Voorstraat / Oosteinde, de verbindingen naar de Markt en het Van Wevelinckhovenplein en de Fortuinstraat. Daaromheen liggen twee aanloopgebieden (Voorstraat-west en Oosteinde-midden) die ieder een verschillend karakter hebben en zijn daarmee aanvullend op het kernwinkelgebied. Zij zijn belangrijk als verbindingen tussen het kernwinkelgebied en de entreelocaties en de bronpunten en vervullen een essentiële functie in het centrum als geheel. Aanloopstraten hebben unieke kwaliteiten. Buiten de beide gebieden (kernwinkelgebied en aanloopstraten) is in principe geen detailhandel meer gewenst. Een uitzondering wordt gemaakt voor de beide supermarkten Jumbo en Aldi en de Europaweg / Bruchterweg aan de zuidzijde van het centrumgebied. Hier kan doelgerichte detailhandel (afhaal- en stop&go-functies) gevestigd worden of blijven. Verder wordt onderscheid gemaakt naar mengmilieus (Wilhelminaplein / Hoge Doelen, Middenpad / Admiraal Helfrichstraat, Spinde, Badhuisplein en naast Aldi) en de overige locaties als woonmilieus (Oosteinde-oost).

Met deze complementaire deelgebieden en de juiste functies op de juiste plaats, kunnen de ondernemers profiteren van meer onderlinge synergie en een sterk centrumgebied.

Momenteel is er in het centrumgebied maar dan buiten het kernwinkelgebied en de

aanloopgebieden circa 6.000 m² wvo detailhandel gevestigd: dat is inclusief Aldi en Jumbo en 1.500 m² wvo leegstand en exclusief de doelgerichte branches (In/om huis). Circa 20 winkels met een omvang van 2.500 m² wvo komen 'in theorie' in aanmerking voor verplaatsing naar het kernwinkelgebied en de aanloopgebieden. De achtergebleven locaties kunnen dan getransformeerd worden naar andere functies. In de praktische uitwerking vraagt dit nog wel de nodige aandacht mede gelet op de combinatie eigenaar-gebruiker, verdeeld eigendom en de mogelijke waardevermindering door alternatieve functies.

De volgende opgaven liggen voor als (beleids)uitgangspunten voor de toekomst:

- Concentreren van het shopmilieu in het kernwinkelgebied;
- Verplaatsen recreatieve winkels naar het kernwinkelgebied;
- Routing verbeteren door circuitvorming te realiseren: tweezijdige bewinkeling en versterking van de functionele invulling van de Kruissteeg en Smederijstraat;
- Marktplaats: horecaconcentratie, spectaculair object/element;
- Versterken met een verscluster nabij een supermarkt (bijvoorbeeld: Smederijstraat of Admiaal Helfrichstraat-Noord)
- Transformatieopgave voor de locaties De Spinde en Europaweg / Bruchterweg;
- Inzetten op functieverbreding in het centrumgebied met nieuwe functies, werken en wonen in de deelgebieden buiten het kernwinkelgebied;
- Versterken relatie met toerisme/cultuur;
- Het DNA van Hardenberg in het centrum zichtbaar maken waar de bewoners trots op zijn: historie, groene omgeving, Vecht, lokale gebruiken, producten, helden en symbolen, noaberschap / religie, bedrijven / werkgelegenheid e.d.);
- Openbare ruimte optimaliseren, verblijfsklimaat verhogen (functioneel en ruimtelijk);
- Verkeer: onderzoek laten verrichten naar de verkeerscirculatie in en rond het centrum en evaluatie van de parkeerregulering.

Wijken en buurten in Hardenberg

De visie op het centrumgebied van Hardenberg heeft een relatie met de visie op de voorzieningen in haar woonbuurten. In het kader van de leefbaarheid in de buurten is het van belang om op een acceptabele afstand van de woning over een voorziening te beschikken voor de dagelijkse behoeften. Daarbij gaat het om een supermarkt en versspecialist zoals een bakker, maar ook om bijvoorbeeld een snackbar, kapsalon en aanvullende voorzieningen als een basisschool, buurtgebouw en zorgvoorzieningen. In Hardenberg kunnen drie buitenwijken onderscheiden worden die over het volgende supermarktaanbod beschikken:

- Heemse / Norden / Het Hazenbosch: Spar;
- Marslanden: Aldi;
- Baalder / Baalderveld: tweemaal PLUS.

De wijk de Brink ligt net buiten en direct in de invloedssfeer van het centrumgebied en behoort niet tot deze buitenwijken. De maximale afstand van de buitenranden van deze woonwijken tot het centrumgebied is circa twee kilometer, dit is goed overbrugbaar voor bijvoorbeeld fietsers. De acceptabele afstand heeft dan met name betrekking op de voetgangers.



In de distributieve berekeningen is geconstateerd is dat er in Hardenberg de marktruimte ontbreekt om het dagelijkse aanbod uit te breiden. Vandaar dat het uitgangspunt in deze detailhandelsstructuurvisie is om te blijven streven naar een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de kern maar daarbij de supermarkten in de buurten niet te groot te laten worden. Deze kunnen hooguit in beperkte mate uitbreiden als zij dat willen. Als ze in omvang beperkt blijven dan gaan er ook geen bovenwijkse voorzieningen ontstaan op dit soort locaties. Een mogelijke kwetsbare positie heeft de Spar in wijk Heemse / Norden / Het Hazenbosch omdat deze kleiner is dan de andere buurtsupermarkten. Hiervoor zal aandacht nodig zijn voor het behoud van een buurtfunctie.

2.5 Uitwerking Dedemsvaart

De volgende conclusies gelden met betrekking tot de huidige situatie:

- De loopafstanden voor de consument zijn te groot (Julianastraat circa 550 meter);
- Er is geen aaneengesloten winkellint;
- Bronpunten en trekkers zijn verplaatst richting Markt, komst Lidl buiten centrum was een weeffout in de centrumaanpak;
- Er zijn geen duidelijke brancheringsprofielen per deelgebied;
- De Julianastraat heeft een breed straatprofiel, kans voor sfeer/verblijf, shared space²;
- De leegstand is hoog (12% van m² wvo) en middenin het kernwinkelgebied;
- De Marktstraat is een belangrijke verbinding tussen de Markt en de Julianastraat maar dreigt in verval te raken;
- De Aldi supermarkt voldoet niet aan de eisen van een moderne discountsupermarkt en heeft een verborgen locatie;
- Dedemsvaart mist een verblijfsgebied, de locatie zuidkant Julianastraat / Wisseling heeft potentie om uit te groeien tot verblijfsgebied.

Het centrumgebied heeft een omvang van 16.000 m² wvo detailhandel (68 verkooppunten) en 5.370 m² wvo leegstand (13 panden waaronder 4 panden groter dan 500 m² wvo). Ook hier ligt dus een belangrijke opgave om tot versterking en compactisering te komen.

Voor Dedemsvaart zijn ook distributieve analyses uitgevoerd. Hieruit blijkt dat er ongeveer 4.800 m² wvo Mode-luxe haalbaar is en 5.700 m² wvo Dagelijks. Aangevuld met aanbod in de Vrijetijd (sport-spel, hobby, media), In/om huis en overige detailhandel zal het niet mogelijk zijn om de detailhandel te spreiden over het gehele centrumgebied zoals nu het geval is en ook nog de leegstand in te vullen. De detailhandel zal in een compacter gebied binnen het totale centrum geconcentreerd moeten worden. Het nieuw afgebakende centrumgebied ziet er als volgt uit, met onderscheid in het kernwinkelgebied en de aanloopgebieden, en daarbuiten het mengmilieu (Julianastraat-Midden, geen detailhandel) en het woonmilieu (Julianastraat-Noord):

² Shared space: multifunctionaliteit van de openbare ruimte. Het meervoudig gebruik van openbare ruimte voor diverse vervoerssoorten, evenementen en verblijf.

Figuren 2.5 en 2.6: Ruimtelijk-functionele opbouw en functionele deelgebieden Dedemsvaart-centrum



Het kernwinkelgebied heeft een omvang van 14.000 m² vwo. Samen met de aanloopgebieden is dat markttechnisch op basis van de distributieve analyses goed invulbaar. Momenteel ligt er 3.500 m² vwo aan detailhandel buiten dit nieuw afgebakende centrumgebied.

De volgende opgaven liggen voor als (beleids)uitgangspunten voor de toekomst:

- De weg die is ingezet in het masterplan doorzetten, afronden ontwikkeling Markt (Blok Noord);
- Concentreren detailhandelsfunctie aan de Markt en zuidzijde Julianastraat: focus op de verbindingen, geen grootschalige detailhandelsontwikkeling meer aan de Markt zuidwestzijde: profiel van aanloopgebied;
- Kop en staart aan Marktstraat – verbinding;
- Functionele invulling Marktstraat;
- Transformatieopgave Julianastraat-Midden en –Noord;
- Wensen van bestaande ondernemers zien te faciliteren in het centrum met goede randvoorwaarden;
- Creëren verblijf aan zuidkant Julianastraat en waterkant / Wisseling, detailhandel alleen ondersteunend en doelgericht;
- Verplaatsen dagelijkse en recreatieve winkels buiten centrum naar centrum;
- Creëren verscluster aan de Markt oostzijde;
- Randvoorwaarden op orde;
- Gemak, bereikbaarheid en parkeren: er staat een evaluatie gepland naar de parkeersituatie en bewegwijzering.

Het versterken van het afgebakende centrumgebied is een grote uitdaging tegen het licht van mogelijke initiatieven die de komende jaren op de gemeente afkomen die voor een locatie opteren buiten dit centrumgebied. Nu zijn er initiatieven bekend maar er zullen zich zeker nog bestaande

ondernemers gaan melden die ook willen uitbreiden buiten dit concentratiegebied. De vraag is hoe daarmee omgegaan moet worden. Er moet voorkomen worden dat er een tweede concentratiegebied gaat ontstaan buiten het centrumgebied, bijvoorbeeld nabij de Lidl waarvan de komst niet paste in de centrumaanpak.

Het kernwinkelgebied heeft beperkte ruimtelijke mogelijkheden voor nieuwbouw om hiermee winkels met een grotere ruimtelijke impact te kunnen verplaatsen vanuit bijvoorbeeld de Julianastraat-Midden en –Noord. Kleinere winkels die minder eisen stellen ten aanzien van verkeer, expeditie en parkeren kunnen prima ingepast worden in het afgebakende centrumgebied.

De mogelijkheid voor nieuwbouw is er eigenlijk alleen aan de Marktzijde-Noord. De Markt-Zuidwestzijde zou een te grote verschuiving teweeg brengen ten opzichte van de Julianastraat en de onderlinge verbindingen. Aan de noordzijde heeft een grote discounter afgezien van vestiging. Aldi is al enkele jaren in overleg met de gemeente en de betrokken partijen omdat de huidige locatie niet meer voldoet en in de knel komt door de voorziene woningbouw. Op de locatie Marktzijde-Noord is het tot op heden niet gelukt om een nieuw discount-concept een plek te geven. De Markt is soms overbelast qua verkeer en parkeren, er wordt nu gewerkt aan het vergroten van de parkeercapaciteit van de Markt door de bestaande parkeervergunningen (de ontheffingen voor de blauwe zone) op de Markt te wijzigen in parkeervergunningen voor het parkeerterrein achter de Hervormde Kerk in de Tijllaan. Daarnaast zijn er ideeën om de parkeercapaciteit van de Julianastraat te vergroten, en andere parkeerplaatsen waaronder die achter De Baron beter te benutten. Inmiddels is voor de Marktzijde-Noord een contract getekend met een modezaak voor een verplaatsing vanuit de Julianastraat. Verplaatsing van de discounter naar deze locatie is niet meer aan de orde. De gemeente zal nader afstemmen met Aldi over de gewenste versterking van deze vestiging passend binnen deze detailhandelsstructuurvisie.

Inpassing van nieuwe initiatieven

Gekozen wordt voor een compact centrumgebied, dat is de sleutel tot een duurzame winkelstructuur in Dedemsvaart centrum. Nu speelt het initiatief van een discounter, maar mogelijk meldt zich morgen een andere ondernemer die iets wil dat niet strookt met de detailhandelsstructuurvisie. Er zal eerst nader haalbaarheids- en locatieonderzoek nodig zijn om definitief vast te stellen of het gaat lukken om de visie te verwezenlijken en te voldoen aan de voorwaarden van de betrokken ondernemers en overige partijen.

Nieuwe ontwikkelingen buiten het centrum worden niet gefaciliteerd mits op basis van een gefundeerde motivatie is vastgesteld dat inpassing in het centrumgebied niet kan. Daarna kan pas overwogen worden om nieuwe initiatieven te ontplooiën op een overloop-locatie buiten het afgebakende centrumgebied. Dat zal dan bij voorkeur een locatie zijn direct tegen dit centrumgebied zoals de Julianastraat-Midden of aan een andere zijde van de Markt / Julianastraat-Zuid. In dat geval wordt een deel van de detailhandelsfunctie in de Julianastraat-Midden gehandhaafd. Ook zal de voorziene verkleuring naar woningbouw in en rond de Julianastraat-Midden heroverwogen moeten worden. Dan zal er ook duidelijkheid moeten zijn wat de effecten zijn van deze vestiging op het bestaande centrumgebied en de aanpak van de leegstand. Die moet namelijk eerst sterk teruggedrongen worden in de samenwerking met de betrokken partijen alvorens andere locaties in beeld komen.

2.6 Uitwerking kleine kernen

De kleine kernen vragen om nadere aandacht in de detailhandelsstructuurvisie. Dat zijn Balkbrug, Bergentheim, de Krim, Gramsbergen en Slagharen. Primair is het de ambitie om in deze kernen de boodschappenfunctie vast te houden gericht op het eigen draagvlak. Hiermee wordt voorzien in een goede spreiding van de boodschappenfunctie over de gemeente. In de dorpen kan ook worden ingespeeld op andere doelgroepen zoals toeristen en passanten, maar de focus voor het

detailhandelsbeleid ligt op het behoud van een supermarkt en de concentratie met complementaire functies. De opgave is echter groter als er sprake is van een ruimere bewinkeling en het eigenlijk de ambitie is om te beschikken over een aantrekkelijk dorpshart met een concentratie van allerlei (basis)voorzieningen. Dat verdient een brede aandacht met voorzieningen als het basisonderwijs, zorg en een sociaal-maatschappelijke functie. Dat geldt natuurlijk ook voor de horeca en de diensten.

De aanpak van de leegstand, het voorkomen ervan en de bedrijfsopvolging bij het lokale MKB zijn belangrijke items die in ieder dorp spelen. Transformatie naar andere functies dan detailhandel is net als in Hardenberg en Dedemsvaart ook in de kleine kernen een aandachtspunt. Het beperkte draagvlak en de afhankelijkheid van ondernemers die hier al jaren en soms al generaties gevestigd zijn, liggen hieraan ten grondslag. Samenwerking is dan belangrijk om een antwoord te hebben op mogelijke kansen en op onvoorziene ontwikkelingen om het voorzieningenniveau op peil te houden. In het uitvoeringsprogramma (hoofdstuk 4) is daarom het invoeren van een periodiek overleg tussen vertegenwoordigers van de verschillende winkelgebieden en de gemeente als instrument opgenomen gericht op de kleine kernen. Hiervoor verwijzen wij u naar paragraaf 4.9.

Balkbrug

Balkbrug beschikt over ruim 40 verkooppunten en 20 detailhandelszaken. In Balkbrug is het meeste detailhandelsaanbod in het centrumgebied gevestigd. Het aanbod ligt verspreid langs de verkeersassen Ommerweg / Molenweg, Zwolseweg, Coevorderweg en Meppelerweg. Het aanbod is daardoor goed zichtbaar en bereikbaar maar er is geen sprake van een aantrekkelijk winkelgebied. De winkels, de horeca en de diensten moeten het met name hebben van de eigen aantrekkingskracht en de eigen (vaste) klantenkring. Voor doelgerichte functies als In/om het Huis dat goed vertegenwoordigd is dat geen probleem. Voor kleinere dagelijkse en niet-dagelijkse winkel verdient concentratie de duidelijke voorkeur. De supermarkt is enkele jaren geleden vernieuwd en uitgebreid en beschikt over een eigen parkeerterrein. Dit aanbod is op orde. Indien haalbaar wordt het winkelaanbod verder geconcentreerd in het dorp. Hiervan is het plan met het woon-winkelcomplex van Veldstede (1.250 m² en woningen) naast de PLUS aan de Molenweg een voorbeeld. De leegstand is met vijf panden het grootst van alle vijf de dorpen. Dat mag geen negatieve effecten hebben op de overige bewinkeling.

Bergentheim

In Bergentheim is het winkelaanbod aanmerkelijk kleiner dan in Balkbrug (24 verkooppunten en 10 winkels). Hier ligt een winkelstrip met de PLUS en andere voorzieningen. Circa 10 winkels en overige voorzieningen zijn in het centrumgebied gevestigd aan de Dr. J.H.C. Bastingplein, Dorpsstraat en omgeving Stationsweg. Er is sprake van een redelijke concentratie van de voorzieningen. De beleving van de openbare ruimte verdient aandacht maar verder zijn de voorzieningen redelijk op orde. De leegstand valt mee.

De Krim

De Krim is met 2.500 inwoners het kleinste dorp van de vijf kleinere kernen die nader belicht worden. Bijna alle winkels (9 winkels, totaal 19 verkooppunten) zijn in het centrum gevestigd aan het Turfstekersplein. Het fungeert als dorpshart met bewinkeling aan een parkeer- en verblijfsplein. De supermarkt is relatief klein maar passend bij de omvang van de kern. Het voorzieningenniveau is daarmee goed op orde. De leegstand is nu gering.

Gramsbergen

Gramsbergen kent een ruim winkelaanbod met 18 winkels en totaal 40 verkooppunten: met name dagelijkse winkels en In/om Huis. Bijna alle winkels liggen in het centrumgebied, enkele grotere winkels erbuiten. Het centrumgebied wordt gevormd door de Oostermaat met de supermarkt en de Stationsstraat / Voorstraat. De PLUS-supermarkt heeft een moderne maat in een eigentijds pand met goed parkeren, de overige winkels zijn doorgaans klein. De winkels in het historische centrum

aan de Stationsstraat en de Voorstraat sluiten niet helemaal goed aan op de PLUS maar dat is al lange tijd het geval. Het aanbod ligt verspreid over een grote lengte dwars door het oude dorp. Er staan nu drie panden leeg. Het zou goed zijn als de winkels en de overige voorzieningen zich zouden concentreren maar dat is een bijna onmogelijke opgave. Wellicht kan dat heel geleidelijk stap voor stap. Belangrijk is dat het verblijfsklimaat in het dorpscentrum goed is waarbij ook de horeca een belangrijke rol speelt.

Slagharen

Slagharen heeft een ruim winkelaanbod met 6.300 m² vvo detailhandel en 17 vestigingen. Totaal gaat het om 35 verkooppunten. Ook hier liggen de meeste winkels in het centrum, een grote woninginrichtingszaak daargelaten. Bijna alle winkels liggen aan de Herenstraat, variërend van dagelijks tot niet-dagelijks in allerlei branches. Jumbo is in een relatief nieuw project gevestigd op de hoek Herenstraat / Prinses Irenelaan. Er is sprake van een goede concentratie tussen deze laan en de Coevorderweg. Het openbare gebied is goed op orde, de leegstand is met twee panden relatief beperkt. De visie is gericht op het handhaven van de bestaande situatie die goed voldoet, en het inspelen op de toeristische kansen.

Er is aandacht nodig voor beeldbepalende gebouwen in Slagharen. Mochten die leeg komen te staan in en rond het centrumgebied kan dat van invloed zijn op de leefbaarheid in het dorp en het verblijfsklimaat. Functietransformatie naar detailhandel is alleen mogelijk binnen het centrumgebied, erbuiten komen alleen andere functies in aanmerking.

2.7 Uitwerking PDV

In de praktijk doen zich allerlei ontwikkelingen voor met perifere en grootschalige detailhandel buiten de reguliere winkelgebieden. Dat zijn bijvoorbeeld de bedrijventerreinen en de zichtlocaties langs de verkeersassen. De detailhandelsstructuurvisie voor de gemeente Hardenberg zal als toetsingskader fungeren voor dit soort initiatieven.

In deze visie is het beleidsuitgangspunt dat nieuwe locaties voor perifere detailhandels vestigingen (PDV) niet ten koste mogen gaan van de bestaande detailhandelsstructuur in de gemeente. Het voorkomen van leegstand en verpaupering in de reguliere winkelgebieden staat daarbij centraal. Detailhandel voor niet-frequente doelgerichte aankopen is alleen op perifere locaties toegestaan als deze niet inpasbaar is in bestaande winkelgebieden vanwege de volumineuze aard, brand- en explosiegevaar en de dagelijkse bevoorrading (zoals auto's, boten, caravans, tuincentra, bouwmarkten, grove bouwmaterialen, keukens en sanitair en woninginrichting waaronder meubels). Thematische ontwikkelingen zijn toegestaan (zoals wonen, outdoor, tweewielers) mits aangetoond is dat in of aangrenzend aan bestaande centra geen plek is. De omvang van de artikelen is een ruimtelijk relevant criterium om te beoordelen of winkels zich buiten de reguliere winkelgebieden mogen vestigen. Vaak is voor het functioneren autobereikbaarheid elementair zodat ook het parkeren meer capaciteit vergt.

De gemeente Hardenberg beschikt met bijna 46.000 m² vvo aan Doe-het-Zelf, Wonen en tuincentra over een behoorlijk aanbod aan PDV. Het meeste aanbod ligt in Hardenberg met 56% in de Doe-Het-Zelf & Wonen en 82% in de tuincentra / tuinmeubelen / tuinartikelen. Haardijk is de grootste concentratie met PDV. De afgelopen jaren was ook het Mercator-terrein in Dedemsvaart in beeld voor PDV, deze ontwikkeling is niet door de markt opgepakt. Het huidige bestemmingsplan voor het Mercator-terrein biedt wel mogelijkheden voor de vestiging van PDV. Om versnippering te voorkomen en onderlinge synergie te stimuleren is het uitgangspunt om het aanbod PDV te clusteren nabij Haardijk en mogelijk nieuwe initiatieven ook in dat gebied te laten landen: Haardijk als concentratiegebied voor PDV in de gemeente Hardenberg. Verplaatsing van bestaande ondernemers wordt gefaciliteerd. Winkels profiteren vooral van de gezamenlijke randvoorwaarden (infrastructuur, parkeren, herkenbaarheid locatie). Haardijk is een goede zichtlocatie en een

aantrekkelijk cluster van Woninginrichting, Doe-Het-Zelf en Tuinartikelen.

Grootschalige detailhandel in andere branches dan PDV, de zogenaamde GDV, vraagt om specifieke aandacht. Het GDV-beleid had de afgelopen decennia betrekking op het loslaten van de branchebeperkingen van de PDV. In de praktijk zag je perifere ontwikkelingen ontstaan met enkele doelgericht bezochte branches die vanwege de omvang van de winkels niet inpasbaar waren in de centrumgebieden. Voorbeeldbranches zijn electro (bruin- en witgoed), huishoudelijke artikelen, textiel, sport, speelgoed, auto & fiets, textiel en soms grootschalige supermarkten. Dit blijken bij uitstek de branches die de trekkers vormen voor de huidige centrumgebieden. GDV zal worden voorbehouden aan de centra van Hardenberg en Dedemsvaart.

Het is zelfs zo dat binnen de PDV nieuwe en kleinere woninginrichtingszaken, die een deel van het assortiment via internet aanbieden, steeds beter inpasbaar zijn in de centra van Hardenberg en Dedemsvaart. Ditzelfde uitgangspunt wordt gehanteerd voor de horeca en leisure. Er wordt geen nieuwe horeca of leisure op de bedrijventerreinen of verspreid of solitair voorgestaan: dat is voorbehouden aan de centrumgebieden van Hardenberg en Dedemsvaart en kan alleen gefaciliteerd worden als vormen van horeca en leisure niet inpasbaar zijn in de beide centrumgebieden en het hun marktpositie niet schaadt.

De detailhandelsontwikkeling moet zoveel mogelijk in bestemmingsplannen verankerd worden, waarbij gepleit wordt voor een specifieke detailhandelsbestemming op de perifere locaties en een meer generieke bestemming (bijv. centrumdoeleinden) in winkelgebieden. In het huidige bestemmingsplan wordt al gewerkt met de bestemming centrumdoeleinden. Ten aanzien van de perifere locatie dient het PDV-segment specifiek bestemd te worden, waarbij twee criteria voldoende ruimtelijk relevant zijn:

- De volumineuze aard van de goederen;
- De lage bezoekersintensiteit (frequentie).

Tevens is het aan te bevelen een minimale maat voor de panden op perifere locaties af te spreken (vanaf 1.000 – 1.500 m²), zodat daadwerkelijk sprake is van volumineus aanbod en juist de kleinschaligheid behouden blijft in de kernwinkel- en aanloopgebieden.

Om branchevervaging tegen te gaan kan overwogen worden te werken met een goede omschrijving van het toegestane hoofdassortiment, waarbij de criteria 'volumineus aanbod' en 'bezoekmotief / bezoekfrequentie' als basis dienen. Het toestaan van een bepaald percentage van het oppervlak/omzet voor nevenassortimenten is gebruikelijk. De omvang van dat percentage is echter arbitrair. Gemiddeld genomen hanteren gemeenten tussen de 10 en 20% van het oppervlak, met daarbij ook een koppeling naar de omzetspotentie (5 à 10% is gebruikelijk). Geadviseerd wordt om van de volgende getallen uit te gaan:

- 10–20% van de oppervlakte, met een maximum van 100 m² mogelijk te maken voor nevenassortiment;
- Tegelijk een maximum van 5 à 10% van de omzet als limiet te stellen;
- Shop in the shop concepten (met eigen afrekenpunten) van andersoortige branches dan de hoofdbranche zijn niet toegestaan.

In principe ontstaat met voornoemde regeling voldoende garantie ter voorkoming van ongewenste branchering. Wanneer men expliciet bepaalde assortimenten wenst uit te sluiten, kan overwogen worden met assortimentslijsten te werken. De handhaafbaarheid dient hierbij aandacht te krijgen (werken met eenvoudige lijsten).

2.8 Overige relevante en actuele thema's

Kleinschalige bedrijvigheid aan huis

Steeds vaker wordt de gemeente Hardenberg geconfronteerd met aanvragen voor kleinschalige bedrijvigheid aan huis (bijvoorbeeld een kapsalon). In de gemeente Hardenberg wordt het belangrijk geacht om het ondernemerschap te faciliteren en te stimuleren, waardoor op sommige locaties activiteiten plaatsvinden die feitelijk niet wenselijk zijn. De bestaande situatie kan niet worden teruggedraaid, maar in ieder geval moet verdere uitbreiding van detailhandelsactiviteiten, functies passend in het centrum en niet in een woonomgeving passende bedrijfsmatige activiteiten een halt worden toegeroepen. Verdere groei van dit soort activiteiten is niet in het belang van een sterke detailhandelsstructuur, de opgaven om de leegstand terug te dringen in de centrumgebieden van Hardenberg en Dedemsvaart en gelijke kansen tussen de ondernemers.

Volgens de huidige beleidslijn in Hardenberg geldt voor kleinschalige bedrijvigheid aan huis dat in de huidige bestemmingsplannen en beheerversoedingen een binnenplanse afwijkingsmogelijkheid is opgenomen om een omgevingsvergunning aan te vragen om een kapsalon aan huis of andere vorm van kleinschalige bedrijvigheid te kunnen exploiteren. In de kernen geldt dat de kleinschalige bedrijfsactiviteit naar ruimtelijke uitstraling, omvang en intensiteit ondergeschikt moet zijn aan de bestemming voor de woning, waarbij het bedrijfsvloeroppervlak niet meer mag bedragen dan maximaal 30% van de bruto vloeroppervlakte van de woning, met inbegrip van de bijgebouwen, in het buitengebied geldt een maximum van 30% van het gezamenlijke vloeroppervlak van de gebouwen.

Voorstel is dat het college een beleidsregel opstelt op basis van de Algemene wet bestuursrecht waarin beperkingen worden gesteld aan de kapsalons en soortgelijke functies, gezien hun functie voor het centrum. Bijvoorbeeld door niet alleen een maximaal percentage van het oppervlakte op te nemen, maar ook een maximum van het aantal vierkante meters. Daarnaast wordt er geen detailhandel toegestaan van betekenis. Detailhandel dient zich te vestigen in de daarvoor bestemde panden of de daarvoor bestemde percelen.

Webwinkels & Pick up points

In toenemende mate vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats via internet. De vraag is in hoeverre de bestelling (virtueel), de betaling (virtueel), de aflevering (bij de consument) en het afhalen (door de consument) een detailhandelsactiviteit is. Voor het detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in bestemmingsplannen is de consument aantrekkende werking van belang. Een webwinkel behoort tot detailhandel als het fysiek toegankelijk is voor de consument: daaronder wordt ook verstaan een afhaalfunctie voor de consument.

Als de webwinkel fysiek niet toegankelijk is voor de consument is het een andere bestemming (bijv. bedrijf, kantoor of woning). In dit licht maken we voor de gemeente Hardenberg onderscheid tussen vier vormen van internetverkoop³:

1. Winkels: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie *met een fysieke uitstalruimte* die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (al of niet in combinatie met opslag/logistiek). Deze vorm van internetverkoop wordt in planologisch opzicht beschouwd als winkel en is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming. De gemeente Hardenberg beschouwt een voor consumenten toegankelijke showroom (uitstalruimte), ook zonder bestelling, betaling of levering ter plaatse als winkel.
2. Bedrijfsruimte: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie met opslag en/of logistiek. Er is *geen sprake van een fysieke uitstalruimte of afhaalfunctie* die toegankelijk is voor en/of gericht is op consumenten (ook geen showroom of kleedruimte).

³ Hierbij sluiten wij grotendeels aan bij de brochure 'Internethandel, keuze in beleid en vertaling in bestemmingsplannen, Kamer van Koophandel, maart 2013'

3. Kantoren: internetverkoop vindt plaats zonder opslag en/of logistiek ter plaatse. Er is *geen sprake van een fysieke uitstalruimte of afhaalfunctie* die toegankelijk is voor en/of gericht is op consumenten.
4. Woningen/overig: internetverkoop vindt plaats met beperkte opslag en/of logistiek⁴ ter plaatse. Er is *geen sprake van een fysieke uitstalruimte of afhaalfunctie* die toegankelijk is voor en/of gericht is op consumenten en er is geen sprake van een bedrijfsactiviteit met ter plaatse werkzame personen. Zolang de internetverkoop ondergeschikt blijft aan de hoofdfunctie van een pand heeft deze vorm van internetverkoop planologisch geen substantiële effecten en zonder beperkingen worden toegestaan in panden met een woon- of andere bestemming.

Voor pick up points (afhaalfunctie) is het om voldoende traffic te (blijven) genereren in de winkelgebieden gewenst om deze uitsluitend in of bij de winkelgebieden toe te staan en niet op andere locaties zoals een bedrijventerrein.

Detailhandel op bedrijventerreinen als ondergeschikte nevenactiviteit

Detailhandel op bedrijventerreinen is nog geen groot issue in Hardenberg. Toch is het wenselijk om gelet op de beleidsambities voor de detailhandelsstructuur de komende jaren alert te zijn op ongewenste ontwikkelingen.

Van oudsher vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten (als industriebedrijven en groothandels). De vraag is in hoeverre detailhandel ondergeschikt is aan de hoofdactiviteit. Net als bij internetverkoop is de consument aantrekkende werking van belang. Daarvan is sprake als verkoop plaatsvindt vanuit of in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (een winkelruimte). Verkoop is alleen toegestaan mits:

1. Er sprake is van ter plaatse geteelde of geproduceerde goederen (bijv. aardappelen, planten, deuren, kozijnen, meubels in meubelmakerij etc.);
2. De detailhandelsactiviteit blijft beperkt tot direct aan de hoofdactiviteit gerelateerde goederen, niet tot de verkoop van producten van elders. Dit laatste is reguliere detailhandel;
3. De fysieke uitstalruimte die gericht is op en / of toegankelijk is voor consumenten beperkt zich tot 10% van het bedrijfsoppervlak met een maximum van 100 m². Het is immers een ondergeschikte nevenactiviteit.

Winkels in buitengebied

Voor het buitengebied is en blijft horeca-detailhandel mogelijk als (ondergeschikte) nevenfunctie. Om verdere concurrentie ten opzichte van bestaande horeca-detailhandel te voorkomen, worden er in het buitengebied geen nieuwe (zelfstandige) horeca-detailhandelfuncties toegevoegd. Een landwinkel die zich doorontwikkelt naar een soort supermarkt hoort thuis in de bestaande winkelgebieden en niet in het buitengebied.

Zondagopenstelling

Er is afgelopen jaren fors geïnvesteerd in het verbeteren van de detailhandelsstructuur in de gemeente Hardenberg. Tegelijkertijd moet worden geconstateerd dat er desondanks nog forse opgaven zijn.

Een daarvan is het beter binden van de eigen bewoners, toeristen en overige bezoekers aan de Hardenbergse detailhandelsvoorzieningen. Hierbij speelt uiteraard ook een rol dat allerlei trends en ontwikkelingen, zoals internet, van invloed zijn op deze binding. Een andere belangrijke trend is dat de consument steeds mobieler is en indien het aanbod niet voldoet of niet voorhanden is een volgende plaats al snel wordt bezocht. In dit kader is het ook van belang te constateren dat steeds meer gemeenten (Coevorden, Ommen) rondom Hardenberg meer ruimte bieden aan de zondagsopenstelling voor detailhandel en horeca.

⁴ Nadere regels over beperkte opslag en/of logistiek kunnen in bestemmingsplannen worden opgenomen.

Uiteraard dient bij dit thema goed rekening te worden gehouden met de eigen identiteit en cultuur van de verschillende kernen. Een ruimere openstelling is echter wel raadzaam om op langere termijn ook de positie van de Hardenbergse detailhandelssector te kunnen behouden. Een groeimodel waarin met pilots, bijvoorbeeld naar branche en/of frequentie, wordt gewerkt in Hardenberg en Dedemsvaart lijkt een route die rekening houdt met zowel de zondagsrust als de economische belangen.

2.9 Effecten op de regionale detailhandelstructuur

De gemeente Hardenberg legt haar prioriteiten bij de versterking van de bestaande ruimtelijk-economische structuur van de detailhandel. Het accent verschuift van uitbreiding naar het compacter maken van de beide centrumgebieden. Hiermee kan de leegstand worden aangepakt. Er is aandacht voor een goede spreiding van de dagelijkse voorzieningen over de gemeente in het kader van de leefbaarheid. Het aanbod perifere detailhandel (PDV) wordt geconsolideerd en zo mogelijk geconcentreerd op één locatie.

Omdat de gemeente Hardenberg deze keuzes maakt zullen de effecten op de regionale detailhandelstructuur beperkt zijn. Dat geldt voor de omringende gemeenten en de steden op grotere afstand. Hardenberg zet tenslotte in op de verzorging van de eigen inwoners en de overige bezoekers van de gemeente. Dat zijn met name de bestaande regiobezoekers, recreanten en toeristen. Mocht zich een ontwikkeling voordoen met een regionale uitstraling dan is de provinciale omgevingsvergunning van toepassing. Nieuwvestiging van volumineuze en grootschalige detailhandel zal met de provincie en de buurgemeenten worden afgestemd.

2.10 Samengevat: beleidsuitgangspunten

Belangrijke beleidsuitgangspunten in de detailhandelsstructuurvisie zijn:

- Compacte kernwinkelgebieden en clustering van functies in centra van Hardenberg en Dedemsvaart;
- Buiten kernwinkelgebieden en aanloopstraten wordt ingezet op de transformatie naar andere functies;
- Nieuwe ontwikkelingen buiten centrumgebieden worden niet gefaciliteerd mits op basis van een gefundeerde motivatie is vastgesteld dat inpassing in het centrumgebied niet kan;
- Boodschappencentra in de wijken en buurten moeten ondersteunend blijven aan het centrumgebied;
- Behoud supermarkten en complementaire functies in kleine kernen;
- Haardijk als concentratie-locatie voor de PDV en andere grootschalige branches zijn voorbehouden aan het centrumgebied van Hardenberg en Dedemsvaart;
- Mogelijkheden voor kapsalons aan huis worden beperkt;
- Internetverkoop in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming;
- Pick up points zijn uitsluitend toegestaan in of bij de winkelgebieden niet op andere locaties zoals een bedrijventerrein;
- Detailhandel op bedrijventerreinen buiten PDV-locatie is alleen toegestaan als ondergeschikte nevenactiviteit;
- Horeca-detailhandel is in het buitengebied alleen mogelijk als (ondergeschikte) nevenfunctie;
- Via experimenten/pilots meer ruimte bieden aan de zondagsopenstelling.

3 Van plan naar uitvoering: de strategie

De opgaven zijn groot in Hardenberg. Om ook voor de langere termijn een duurzame en gezonde detailhandelsstructuur te borgen moeten knelpunten worden aangepakt en zijn fundamentele keuzes noodzakelijk. Kernwoorden voor het beoogde voorzieningenniveau zijn compact, compleet en comfortabel. Hiermee wordt ingespeeld op de behoeften van de hedendaagse consument. Maar hoe komen we van 'plan tot uitvoering'? Want helder is dat niemand zit te wachten op een visiedocument dat in de la belandt. Daarvoor zijn de belangen van ondernemers, vastgoedeigenaren, potentiële investeerders, lokale overheid en niet in de laatste plaats de consumenten te groot.

*De **uitvoeringsstrategie** is gericht op het gedurende lange tijd faciliteren van kansrijke initiatieven die een aanvulling vormen op het bestaande aanbod en tegelijkertijd ontmoedigen van ongewenste ontwikkelingen.*

3.1 Marktinitiatieven leidend

Het initiatief voor vernieuwing van de detailhandelsstructuur zal zoveel mogelijk uit moeten gaan van ondernemers, vastgoedeigenaren en andere (investerende) marktpartijen. Met bedrijveninvesteringszones in de centrumgebieden van Hardenberg en Dedemsvaart zijn belangrijke instrumenten voorhanden om collectieve marktinvesteringen te versnellen. De marktpartijen moeten als het ware worden verleid om te investeren, maar dan wel binnen de kaders van de – met deze marktpartijen – ontwikkelde detailhandelsvisie. Concrete kansen hiervoor dienen zich bijvoorbeeld aan aan de Marktstraat in Dedemsvaart, het te ontwikkelen versstraatje in Hardenberg, het creëren van een verblijfsgebied/horecacluster in de centra van Hardenberg en Dedemsvaart, maar juist ook voor transformatieopgaven zoals de Julianastraat (Dedemsvaart) of het Oosteinde⁵ en de Spinde (Hardenberg). De lokale overheid biedt met dit investeringskader de zekerheid waar veel marktpartijen zelf om vragen. De huidige detailhandelsstructuur - en daarmee het voorzieningenniveau voor haar inwoners en de voorwaarden voor gezond ondernemerschap in de onderscheiden winkelgebieden - wordt zodoende geborgd.

Evident is dat eigenaren en ondernemers risicodragend moeten investeren. En dan is het noodzakelijk om op straat- of deelgebiedniveau samen te (blijven) werken. Dus gezamenlijk nadenken over de gewenste ontwikkeling van je straat/gebied, met een heldere positionering in hand die richting en inhoud geeft aan acquisitie, promotie & marketing, inrichting gebied etc. en vervolgens op een slimme manier nieuw ondernemerschap aan je straat/pand binden. De Marktstraat in Dedemsvaart is hiervoor een goed voorbeeld. Hier ligt een grote opgave door de leegstand en tegelijk ook een kans om dit op straatniveau met ondernemers en eigenaren op de pakken. Er zijn diverse voorbeelden in het land waar dit werkt. Cruciaal is dat er een kopgroep van eigenaren/ondernemers ontstaat die ervoor moet zorgen dat ook andere ondernemers en eigenaren initiatieven gaan ontplooiën.

Naast deze regisserende rol wordt ook een faciliterende rol gevraagd van de lokale overheid. Dit gaat verder dan het hoofdzakelijk vervullen van haar publiekrechtelijke rol, bijvoorbeeld als opsteller en handhaver van bestemmingsplannen. Van een moderne overheid wordt een actief ondersteunende rol verwacht bij marktinitiatieven die aansluiten op de detailhandelsvisie. Een 'ja, mits' houding in plaats van 'nee, tenzij'. Juist die vastgoedeigenaar die zijn vastgoed wil transformeren naar een andere functie zal deze extra ondersteuning nodig hebben... Maar ook een overheid die mee organiseert, haar netwerk ten volle inzet, actief andere (hogere)

⁵ Leegstaande winkelpanden kop Oosteinde herbestemmen naar wonen in overeenstemming met actieplan.

overheden betreft bij de versterking van haar winkelgebieden. Dit is essentieel voor het slagen van de aanpak. Overheden zijn op zoek naar een nieuwe rol. Er zijn geen grote potten met extra geld meer beschikbaar. Maar soms zal ook een investerende rol van de overheid worden gevraagd. Om bijvoorbeeld het beoogde transformatieproces van straten op gang te brengen of de bronpunten van de winkelgebieden te versterken. Volledig het initiatief overlaten aan de markt leidt, zo leert de ervaring, (te) vaak tot stilstand en een groeiende afstand tussen de publieke en private partijen.

3.2 Oprecht samenwerken

Zondermeer de belangrijkste randvoorwaarde is dat betrokken partijen 'echt' gaan samenwerken. Want juist de winkel- en centrumgebieden in ons land waarin ondernemers, vastgoedeigenaren, lokale overheid, inwoners, culturele sector etc. vernieuwend samenwerken doen het relatief goed. En ook dat is in de gemeente Hardenberg mogelijk, maar zal de samenwerking in en tussen de verschillende groepen beter moeten. Dit geldt bovenal voor de samenwerking tussen ondernemers onderling. Bovendien valt de realisatie van de detailhandelsstructuurvisie de komende jaren samen met de uitvoering van de actieplannen in de centra van Hardenberg en Dedemsvaart. Deze trajecten moeten elkaar versterken en dat betekent ook een afstemmings- en organisatorisch vraagstuk.

Voor de samenwerking tussen partijen gelden enkele uitgangspunten. Een belangrijke is dat de rolverdeling, wat partijen van elkaar kunnen verwachten, helder moet zijn. Een belangrijke opgave is er om de vastgoedeigenaren in de centrumgebieden van Hardenberg en Dedemsvaart beter te organiseren. Zij zouden een belangrijke(re) rol moeten spelen in de aanpak van het centrum. Om daadwerkelijk grip te krijgen op functieverandering van enkele straten, de branchering en pandverbetering zullen zij moeten gaan samenwerken. Dit kan beginnen door op straatniveau te starten, en informatie te delen en gebiedsontwikkelingen te inventariseren. Ondernemers en vastgoedeigenaren kunnen een rol vervullen als straatambassadeur in het verbinden van partijen in het gebied en het vervullen van een voorbeeldfunctie. Met name voor de De Spinde en Europaweg / Bruchterweg (Hardenberg) en Julianastraat-Noord en -Midden (Dedemsvaart) is dit van belang. Dit gebeurt in overleg met de ondernemers en de gemeente die ook in het centrumgebied investeren. Enkele eigenaren kunnen in dat kader een kopgroep organiseren die het belang van samenwerken inziet. Van belang is om verbindingen te blijven leggen, het sociale netwerk van Hardenberg in te zetten en voor een persoonlijke benadering te kiezen. De timing is belangrijk, evenals een sprekende communicatie over de meerwaarde van samenwerking.

Om de samenwerking tussen ondernemers, de eigenaren en de gemeente te optimaliseren en het vertrouwen in elkaars aanpak te doen groeien, vormen de gesloten actieplannen voor Hardenberg en Dedemsvaart een belangrijke stap. Hierin onderschrijven alle betrokken partijen nut en noodzaak om proactief met de centra aan de slag te gaan. Afgesproken is om de uitvoering gezamenlijk ter hand te nemen, het initiatief ligt veelal bij de marktpartijen. Het huidige centrummanagement in Hardenberg, met een centrale rol voor de centrummanager, heeft tot taak om de realisatie van de voorliggende ruimtelijke economische visie te coördineren in Hardenberg en daar waar nodig te versnellen. Hij kan functioneren als aanjager en als spreekwoordelijk 'spin in het web'. Belangrijk daarbij is dat de centrummanager zich bewust is van de (nieuwe) opgave en kennis moet hebben (of om zich heen moet verzamelen) over de financiële en economische aspecten hierbij (haalbaarheid verplaatsing/transformatie etc.). In Dedemsvaart is de intentie vanuit het actieplan om ook een centrummanager aan te stellen die o.a. hierin een belangrijke rol kan spelen. Indien er geen centrummanager wordt aangesteld, zal de coördinerende en aanjagende rol vanuit de bestaande overlegstructuren aan een van de bestaande betrokken partijen moet worden toegewezen en ondersteund. Voor het overige wordt zoveel mogelijk

aangesloten op de bestaande overlegstructuren tussen winkeliers, horecaondernemers, eigenaren, bewoners, gemeente en het bedrijfsleven.

3.3 Focus op structuurversterkende opgaven

Bij het realiseren van een detailhandelsvisie is het goed om te beseffen dat keuzes moeten worden gemaakt. Indien er veel ballen in de lucht worden gehouden is de kans groot dat er een te groot aantal op de grond belandt. Hierdoor zal de aandacht en betrokkenheid van belanghebbenden verslappen. En juist deze betrokkenheid is een kritische succesfactor. Voordeel is dat voor de centrumgebieden in Hardenberg en Dedemsvaart al actieplannen zijn ontwikkeld die een scala aan onderwerpen omvatten, zoals marketing, inrichting openbaar gebied en parkeren. Ook de winkelgebieden in de kleinere kernen zijn afgelopen jaren aangepakt en functioneren naar behoren. Er ligt nog wel een opgave voor Balkburg en Bergentheim om met name het verblijfsklimaat te optimaliseren. Dit rechtvaardigt om in dit uitvoeringsprogramma vooral de activiteiten centraal te stellen die een bijdrage leveren aan de totstandkoming van de beoogde detailhandelsstructuur. En dat is al lastig genoeg.

Er zal moeten worden geëxperimenteerd, nieuwe werkwijzen worden ontwikkeld en gebruik worden gemaakt van nieuwe instrumenten. Bijkomend voordeel hiervan is dat hierdoor ook eerder steun kan worden gekregen van (hogere) overheden.

3.4 Toetsingskader

Deze detailhandelsvisie wordt na vaststelling het toetsingskader voor nieuwe initiatieven. De gemeente zal, indien zich een initiatief voordoet deze toetsen aan de uitgangspunten van de visie waarbij de kern ligt in het versterken van de detailhandelsstructuur: de ruimtelijk afgebakende centrumgebieden Hardenberg en Dedemsvaart, de boodschappen-steunpunten in de dorpen en buurten, en de PDV-locatie Haardijk. Buiten de winkelgebieden wordt in principe geen nieuwe winkelvestiging toegestaan. Bestaande ondernemers die willen uitbreiden of verplaatsen binnen dan wel buiten de gewenste detailhandelsstructuur verdienen een helder toetsingskader.

T.a.v. het begrip 'ontwrichtende werking' en het stellen van kwaliteitseisen aan distributieplanologisch onderzoek (Ladder voor duurzame verstedelijking) houdt deze toetsing het volgende in. De gemeente Hardenberg kiest voor behoud en versterking van haar winkelgebieden. Bij distributieplanologisch onderzoek t.a.v. eventuele winkelontwikkelingen buiten deze gebieden dient expliciet geëist te worden dat de onderbouwing onomstotelijk aangeeft dat deze geen wezenlijke invloed (ontwrichtende werking) heeft op de bestaande detailhandelsstructuur, en dat het initiatief niet inpasbaar is in de gewenste detailhandelsstructuur. Met name betreft dit het totale dagelijks assortiment, maar zeker ook essentiële onderdelen van het niet-dagelijkse assortiment (de winkels die behoren tot de hoofd-branchegroepen Mode & Luxe en Vrije Tijd). Nieuwe initiatieven die niet passen in het bestemmingsplan zullen voorzien moeten zijn van zo'n DPO ofwel een ruimtelijk-economische effectstudie. Economische motieven zijn echter niet leidend, ofwel de vraag of er eventueel omzetverlies optreedt bij bestaande ondernemers. In het kader van de Europese Dienstenrichtlijn is het niet toegestaan om ruimtelijk te ordenen op basis van economische motieven. Ze spelen wel een rol om geen overcapaciteit te creëren die mogelijk negatieve effecten heeft op het woon-, leef-, en ondernemersklimaat. De ruimtelijke overwegingen zijn leidend, ofwel het mogelijke effect dat de inwoners van een bepaald gebied niet langer op een aanvaardbare afstand van hun woning in hun eerste levensbehoeften kunnen voorzien. Wel van belang zijn de effecten op de detailhandelsstructuur waarbij rekening wordt gehouden met de ruimtelijke overwegingen als het woon- en leefklimaat en de leegstand.

Mogelijke initiatieven zullen beoordeeld worden op de actuele regionale behoefte en de inpassingsmogelijkheden in het bestaande stedelijke gebied.

4 Uitvoeringsprogramma

In dit hoofdstuk is een aanzet gegeven voor een uitvoeringsprogramma. Met de verschillende belanghebbenden zullen komende periode de in dit programma opgenomen activiteiten nader moeten worden uitgewerkt. Dan zal ook blijken welke onderdelen financieel haalbaar zijn en welke planning er voor de komende 5 jaar aan de verschillende activiteiten kan worden verbonden. Evident is overigens dat gelet op de opgaven in Hardenberg én de in voorliggende visie opgenomen ambities onderstaand programma bij voorkeur zo volledig mogelijk en in samenhang wordt uitgevoerd.

4.1 Brancheprofielen

Compacte winkelgebieden

Doel	Creëren van toekomstbestendige centra
Resultaat	Transformatie van voormalige winkelstraten naar aantrekkelijke woon-, werk- en/of voorzieningenclusters in Hardenberg en Dedemsvaart
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Economisch beleid, ruimtelijk ordeningsbeleid, volkshuisvestingsbeleid, verkeers- en vervoersbeleid
Omschrijving	<p>De transformatieopgave voor Spinde en Europaweg / Bruchterweg (Hardenberg) en Julianastraat-Noord en –Midden (Dedemsvaart) en de bijbehorende functionele ontwikkelingsrichting op hoofdlijnen zijn vastgesteld in de voorliggende ruimtelijk-economische visie. E.e.a. geeft echter in de praktijk nog onvoldoende richting voor de verdere planuitwerking.</p> <p>Gebiedsprofielen zijn een onmisbare volgende schakel in een succesvolle aanpak, vooral als deze profielen worden ontwikkeld in samenspraak met de in de straat gevestigde ondernemers en vastgoedeigenaren. Deze profielen geven het specifieke karakter weer van straten. Op basis van de karakteristiek van een straat of deelgebied (stedenbouwkundige kwaliteiten, bereikbaarheidsprofiel, ligging in routing) kan het bijpassende functieprofiel worden opgesteld. Zo ontstaan verschillende deelmilieus met elk hun eigen doelgroepen (hierbij is het raadzaam om te bepalen voor welke leefstijlen een gebied aantrekkelijk is en hoe de doelgroep het beste kan worden bereikt), bezoekenmotieven en uitstraling, en wordt het centrum als geheel weer aantrekkelijker voor de consument.</p>
Trekker	Centrummanagement Hardenberg (centrummanager) en nader te bepalen partij in Dedemsvaart (mogelijk toekomstig centrummanager) ⁶
Partners	Vastgoedeigenaren, ondernemers, gemeente
Werkingsgebied	Centra Hardenberg en Dedemsvaart
Relatie	Nadere afstemming vereist. In actieplannen wordt gesproken over
Actieplannen	herbestemming Kop Oosteinde en Boumanplein (Hardenberg) en visieontwikkeling Marktstraat (Dedemsvaart)

⁶ Rol als aanjager/'spin in het web'.

4.2 Transformatiefondsen

Compacte winkelgebieden

Doel	Creëren van toekomstbestendige centra
Resultaat	Compacte en vitale centrumgebieden in Hardenberg en Dedemsvaart
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Economisch beleid, ruimtelijk ordeningsbeleid, volkshuisvestingsbeleid
Omschrijving	<p>De centrumgebieden in Hardenberg en Dedemsvaart moeten compacter worden. Dit proces zal naar verwachting vijf tot tien jaar in beslag gaan nemen. Om het economisch functioneren van (en de leefbaarheid in) het centrum te versterken, moeten delen van het centrum transformeren en moeten ondernemers verplaatsen. Van een compacter centrum profiteren de ondernemers (betere omzet) en de vastgoedeigenaren (verbetering huurinkomsten). Zo'n transformatieproces komt niet als vanzelf op gang, dit kost tijd en geld. Van alle betrokkenen. Startpunt is het gesprek aangaan met de ondernemers en vastgoedeigenaren van panden die van functie moeten veranderen. Alleen zo wordt duidelijk of en zoja onder welke condities men wil meewerken een de beoogde tranformatie van winkels naar andere functies. En of men een winkel wilt verplaatsen naar het centrumgebied.</p> <p>Wij stellen voor per transformatiegebied de financiële haalbaarheid te onderzoeken. Per gebied kan dan een transformatiefonds worden ingezet om de (financiële) drempels voor vastgoedeigenaren in de aanloopgebieden weg te nemen zodat zij hun vastgoed of beter geschikt maken voor nieuwe functies of het vastgoed transformeren. Daarbij denken we op dit moment aan een stimuleringsregeling om gevels/panden op te knappen zodat panden beter geschikt worden voor winkels en/of horeca in het kernwinkelgebied of beter geschikt worden voor woningen en andere functies in de aanloopgebieden. Voorwaarden: cofinanciering, onttrekken winkel- en horecabestemming (in de aanloopstraten).</p> <p>Daarnaast kan het gebruikt worden voor het stimuleren van ondernemerschap door ondernemers te werven of te acquireren (bidbook, ondernemersbeurzen om vraag en aanbod met elkaar in contact te laten komen, informatievoorziening over beschikbare panden in de vorm van een pandenbank, e.d.) en ondernemers te begeleiden bij verplaatsing.</p> <p>De transformatiefondsen kunnen worden gevoed door verschillende financieringsbronnen, privaat (eventueel via een BIZ) en publiek (gemeente Hardenberg) afhankelijk van de ingrepen die nodig zijn in dat specifieke transformatiegebied. Een dergelijk fonds is voor en door alle betrokken partijen. De haalbaarheid en wenselijkheid van de betrokkenheid van diverse partijen moet blijken uit een gezamenlijk onderzoek per transformatiegebied. Evident is dat het gelet op de opgaven gaat om substantiële bedragen. Gezien de omvang van de opgave en het onderscheidende karakter van de aanpak, ligt het voor de hand om te verkennen op welke wijze ook de provincie en mogelijk ook de Rijksoverheid een bijdrage kan leveren. Daarbij kan het gaan om een algemene bijdrage of om een bijdrage gericht op specifieke projecten of</p>

(sleutel)locaties. De retaildeal met het ministerie is daarbij het vertrekpunt. In dit kader is het interessant dat de provincie Overijssel vanaf oktober 2016 € 250.000 beschikbaar stelt als aanjaagsubsidie voor de uitvoering van de retaildeals. Wat betreft de gemeentelijke bijdrage ter stimulering van de transformatie moet nader onderzocht worden welke middelen hiervoor vrij gemaakt kunnen worden. In de kadernota 2017 wordt hierop teruggekomen met een concreet voorstel. Essentieel hierin is het gezamenlijke onderzoek dat eerst gestart wordt waarin de behoefte per transformatiegebied en de bijdrage vanuit alle betrokken partijen in dat gebied wordt verkend.

Het transformatieproces wordt per locatie aangestuurd door een transformatieteam bestaande uit vertegenwoordigers van gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren. Een centrummanager vormt het spin in het web van activiteiten. De detailhandelsvisie is de leidraad voor de werkzaamheden en geeft de ruimtelijke kaders (afbakening kernwinkelgebied en de aanloopstraten). Bij de uitwerking van het transformatie per transformatiegebied is het raadzaam om de provinciale Herstructureringsmaatschappij te betrekken. Deze heeft onlangs ook een bredere opdracht gekregen waardoor binnensteden ook tot het werkveld gaan behoren.

Trekker	Centrummanagement Hardenberg (centrummanager) en nader te bepalen partij in Dedemsvaart (mogelijk toekomstig centrummanager)
Partners	Vastgoedeigenaren, ondernemers, gemeente, provinciale Herstructureringsmaatschappij
Werkingsgebied	Centra Hardenberg en Dedemsvaart
Relatie actieplannen	Betreft aanvullend instrument t.b.v. compactiseringsopgave

4.3 Actief wegbestemmen

Compacte winkelgebieden

Doel	Creëren van een toekomstbestendige centra
Resultaat	Transformatie van voormalige winkelstraten naar aantrekkelijke woon-, werk- en/of voorzieningencusters in Hardenberg en Dedemsvaart
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Economisch beleid, volkshuisvestingsbeleid, verkeers- en vervoersbeleid
Omschrijving	Het streven om het kernwinkelgebied compacter te maken, vormt het nieuwe beleid en basis voor nieuwe bestemmingsplannen voor de centrumgebieden in Hardenberg en Dedemsvaart. Vertaald naar het bestemmingsplan betekent dit dat het gebied met een centrumbestemming (het kernwinkelgebied) kleiner wordt en het gebied met een gemengde bestemming (de aanloopgebieden) groter wordt. Binnen de centrumbestemming voeren de functies detailhandel, dienstverlening en horeca de hoofdmoot. Binnen de gemengde bestemming ligt minder de nadruk op detailhandel, maar zal de bestemming juist worden verruimd met meer mogelijkheden voor bijvoorbeeld maatschappelijke en culturele functies, wonen, ambacht/lichte bedrijvigheid en leisure. Hiermee wordt getracht de gewenste transformatie op gang te helpen. Voorop staat dat er geen bestaande winkels worden 'wegbestemd'. Wel zal onderzocht

	moeten worden of het mogelijk is om nieuwe winkels in de aanloopstraten te voorkomen, en of kan worden gewerkt met een uitsterfconstructie (als een winkel gaat verplaatsen of wordt beëindigd). Er moet dan wel rekening worden gehouden met mogelijke planschade.
Trekker	Gemeente
Partners	Ondernemers, vastgoedeigenaren
Werkingsgebied	Centra Hardenberg en Dedemsvaart
Relatie actieplannen	Betreft aanvullend instrument t.b.v. compactiseringsopgave

4.4 Herijken en handhaven van bestemmingsplannen

Herijken en handhaven van bestemmingsplannen	
Doel	Beperken extra detailhandel buiten centra Schrappen onbenutte plancapaciteit buiten centrumgebieden Voorkomen ongewenste ontwikkelingen
Resultaat	Toekomstbestendige detailhandelsstructuur gemeente Hardenberg
Urgentie	Gemiddeld
Raakvlakken beleid	Detailhandelsbeleid
Omschrijving	<p>De detailhandelsvisie zet volop in op behoud en versterking van de huidige winkel- en centrumgebieden in de gemeente Hardenberg. De huidige leegstandcijfers rechtvaardigen een stringenter beleid inzake nieuwe detailhandelsvestigingen. In dit kader is de eerste stap dat de (beleids)uitgangspunten van deze detailhandelsstructuurvisie naast de geldende bestemmingsplannen worden gelegd en wordt bekeken waar wijzigingen/aanpassingen nodig zijn. Daarnaast worden alle bestemmingsplannen gecheckt op de nog onbenutte mogelijkheden om winkelvloeroppervlak toe te voegen en indien mogelijk deze mogelijkheden te beperken. Uiteraard moet hierbij vooraf goed de financiële risico's (bv. planschade) van de gemeente in beeld worden gebracht. Om eigenaren te helpen met deze planologische wijziging dient maatwerk te worden geleverd. In het algemeen zal het gaan om verruiming van de bestemming opdat het vastgoed zijn waarde behoudt.</p> <p>Tevens is het uitgangspunt om terughoudend om te gaan met toekomstige bestemmingsplanwijzigingen t.b.v. nieuwe winkelontwikkelingen. Overigens is hierbij is altijd als extra 'veiligheidsklep' de Ladder van duurzame verstedelijking van toepassing.</p> <p>Daarnaast geldt dat handhaven van bestemmingsplannen bijdraagt aan de totstandkoming van een toekomstbestendige detailhandelsstructuur én draagvlak voor de beoogde aanpak van vooral de centrumgebieden in Hardenberg en Dedemsvaart. Dit betekent bv. handhaving van niet toegestane verkoopactiviteiten vanuit woonhuis of garage, op bedrijventerreinen, in het buitengebied. De gemeente moet hiertoe voldoende handhavingscapaciteit beschikbaar stellen.</p>
Trekker	Gemeente
Partners	Ondernemers en vastgoedeigenaren bestaande winkelgebieden
Werkingsgebied	Gemeente Hardenberg
Relatie actieplannen	Betreft aanvullend instrument t.b.v. leegstands aanpak

4.5 Locatieontwikkeling

Aantrekkelijke(re) centrumgebieden

Doel	Creëren van een toekomstbestendige centra in Hardenberg en Dedemsvaart
Resultaat	Door locatieontwikkeling bijdragen aan aantrekkelijkere centrumgebieden
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Ruimtelijk beleid
Omschrijving	<p>In het centrum van Hardenberg zijn enkele knelpunten die alleen verholpen kunnen worden door fysieke ingrepen.</p> <p>Het marktplein is momenteel te vaak niet levendig. De relatief grote omvang van het plein valt hierdoor des te meer op. De wanden zijn nu vooral bezet door de grotere winkelketens. Voor de aantrekkingskracht van het centrum van groot belang, maar mede hierdoor wordt het marktplein onvoldoende gebruikt. Een gemiste kans is het ontbreken van een sterk horecacluster aan het plein. Voorgesteld wordt om de mogelijkheden voor het ontwikkelen van een horecacluster aan de oostelijke zijde van de Markt te onderzoeken.</p> <p>Het kernwinkelgebied omvat diverse winkelstraten. Niet iedere straat draagt echter bij aan een goede centrumbeleving. Dit geldt met name voor de Kruissteeg en Smederijstraat, twee 'doorsteken' van de Markt naar de Voorstraat-Oosteinde. Hierdoor is het winkelcircuit niet afgerond. De komende jaren moet worden ingezet om van de Kruissteeg en Smederijstraat aantrekkelijke verbindingroutes te maken die een onderdeel gaan vormen van het winkelcircuit. Dit is evenwel geen eenvoudige opgave, aangezien de huidige situatie zich kenmerkt door te smalle doorgangen met geen aantrekkelijke commerciële geleiding aan weerszijden.</p> <p>Tot slot is in Hardenberg de opgave om de entreegebieden in het centrum te markeren.</p> <p>Voor Dedemsvaart is een vinden van een goede plek voor Aldi in het kernwinkelgebied een voorname opgave. Ook het functioneel versterken van de Marktstraat en het versterken van het horecacluster langs de Hoofdvaart verdienen komende jaren de aandacht. Voor het horecacluster (verblijfsgebied) vormt de coffeeshop belangrijk aandachtspunt hierbij alleen al functioneel gezien het verblijfsklimaat negatief kan beïnvloeden. Ook voor dit vraagstuk moet een oplossing worden gevonden. Daarnaast moet de functionele invulling en inrichting van het verblijfsgebied nader worden uitgewerkt met ondernemers en vastgoedeigenaren.</p>
Trekker	Centrummanagement Hardenberg (centrummanager) en nader te bepalen partij in Dedemsvaart (mogelijk toekomstig centrummanager)
Partners	Vastgoedeigenaren, gemeente
Werkingsgebied	Centra Hardenberg en Dedemsvaart
Relatie actieplannen	Aanvullend instrument t.b.v. creëren toekomstbestendige centra

4.6 Acquisitie

Nieuw ondernemerschap



Doel	Leegstaande panden in centra Hardenberg en Dedemsvaart zoveel mogelijk vullen met ondernemingen die het profiel van een straat/centrum versterken. Hierdoor wordt een straat/centrum aantrekkelijker voor consumenten
Resultaat	Vier - zes nieuwe ondernemingen die passen in het nieuwe profiel per jaar
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Detailhandels- en horecabeleid
Omschrijving	<p>De gemeente Hardenberg wil samen met de ondernemers en de eigenaren de leegstand actief gaan terugbrengen. Zij wisselen onder leiding van het centrummanagement ideeën uit voor een creatieve en stimulerende aanpak van de leegstand.</p> <p>De leegstandsaanpak krijgt voor de komende twee jaar hoge prioriteit. Nu wordt de aanpak van de leegstand vaak overgelaten aan de markt en aan een makelaar die door de eigenaar wordt ingeschakeld. Dat blijkt niet effectief genoeg. Met name in de centrumgebieden van Hardenberg en Dedemsvaart is momenteel te veel leegstand. Het zou een goed resultaat zijn als komende jaren zes tot acht panden jaarlijks ingevuld kunnen worden. Dan worden op korte termijn resultaten behaald, belangrijk voor het draagvlak.</p>
Trekker	Vastgoedeigenaren
Partners	Gemeente en ondernemers
Werkingsgebied	Centra Hardenberg en Dedemsvaart
Relactie actieplannen	Dit instrument/actiepunt is ook al opgenomen in de actieplannen. Dit instrument vormt een belangrijk onderdeel van de detailhandelsstructuurvisie.

Leegstandsaanpak

- Niet via geplaveide weg ofwel makelaar, formule maar anders
- Actieve houding eigenaren: pandenbank, flexibel huurcontract, gerichte acquisitie MKB, transformatiefonds
- Verplaatsingsopties: Doorgroei binnen centrum, verspreide bewinkeling, wijkeconomie

4.7 Startersondersteuning

Nieuw ondernemerschap	
Doel	Stimuleren kwaliteit startende ondernemers en daarmee de aantrekkelijkheid van de Hardenbergse centrumgebieden
Resultaat	Meer ruimte voor startende ondernemers
Urgentie	Gemiddeld
Raakvlakken beleid	Economisch beleid
Omschrijving	<p>Voor dit actiepunt moet worden aangesloten bij het Ondernemersstartpunt. Mogelijke activiteiten:</p> <p>Adviesgesprekken voor startende ondernemers bij opstarten horeca of winkel. Rekening houden met mogelijke belemmeringen in de financiering en het opstellen van een ondernemingsplan.</p> <p>StartjewinkelinHardenberg.nl: 'wedstrijd' waarbij startende ondernemers met een goed businessplan dat een aanvulling is op het bestaande aanbod een winkel 'winnen' in het kernwinkelgebied van Hardenberg of Dedemsvaart. Bijvoorbeeld vrijstelling van huur/ingroei huur voor beginperiode in combinatie met begeleiding/coaching (door bestaande ondernemers uit centrum). Als compensatie organiseert deze starter een of meerdere evenementen die ten goede komen aan het bezoek aan het centrum.</p> <p>StartjewinkelinHardenberg.nl is nu al actief als informatieplatform voor startende ondernemers in het centrum van Hardenberg. Mogelijk kan deze website worden uitgebreid met de 'wedstrijd' verder worden uitgerold naar Dedemsvaart. Dit kunnen ook twee separate initiatieven zijn.</p>
Trekker	Centrummanagement Hardenberg (centrummanager) en centrummanagement Dedemsvaart (mogelijk toekomstig centrummanager)
Partners	Ondernemershuis DOEN, vastgoedeigenaren, gemeente
Werkingsgebied	Centra Hardenberg en Dedemsvaart
Relatie actieplannen	Dit instrument/actiepunt is ook al opgenomen in de actieplannen. Dit instrument vormt een belangrijk onderdeel van de detailhandelsstructuurvisie.

4.8 Bereikbaarheid

Goed bereikbaar centrumgebied	
Doel	Creëren van toekomstbestendige centra
Resultaat	Onderzoek naar bereikbaarheid centrum van Hardenberg
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Economisch beleid, verkeers- en vervoersbeleid
Omschrijving	<p>Er is een knip aangebracht in de rondweg van het centrum van Hardenberg. Hierdoor is het voor consumenten minder aantrekkelijk om andere delen van het centrum te bezoeken. Er moet onderzoek gedaan worden naar de bereikbaarheid van het centrum en de effecten van het terugbrengen van de rondweg.</p> <p>Tevens is het wenselijk om ter ondersteuning van de commerciële functies onderzoek te doen naar de effecten van het terugbrengen van het in Oosteinde / Admiraal Helfrichstraat.</p>
Trekker	Gemeente
Partners	Ondernemers, centrummanagement Hardenberg
Werkingsgebied	Centrum Hardenberg
Relatie	Aanvullend instrument t.b.v. creëren toekomstbestendige centra
Actieplannen	

4.9 Samenwerking winkelgebieden kleine kernen

In stand houden en daar waar nodig optimaliseren winkelgebieden kleine kernen

Doel	Een periodiek overleg tussen vertegenwoordigers van de verschillende winkelgebieden en de gemeente over het functioneren van de winkelgebieden
Resultaat	Goede functionerende winkelgebieden in de kleine kernen van Hardenberg en een duurzame samenwerkingsrelatie tussen ondernemers en gemeente
Urgentie	Hoog
Raakvlakken beleid	Kernenbeleid, Economisch beleid
Omschrijving	De winkelgebieden in de 5 kleinere kernen van Hardenberg functioneren naar behoren. Alleen in Balkbrug en Bergentheim zijn momenteel concrete vraagstukken rondom de inrichting van de openbare ruimte. Belangrijk aandachtspunt is echter dat de relatie tussen ondernemers en gemeente beter kan. Er is geen sprake van een gestructureerd overleg. In een dergelijk overleg kan de algehele gang van zaken in de winkelgebieden aan bod komen, maar ook meer specifieke thema's zoals bedrijfsopvolging.
Trekker	Gemeente
Partners	Ondernemersverenigen
Werkingsgebied	Gemeente Hardenberg
Relatie actieplannen	Geen directe

Bijlagendocument bouwstenen

Bijlage 1 Procesaanpak

Een toekomstbestendige detailhandelsstructuurvisie kan alleen gerealiseerd worden als gemeente, ondernemers, vastgoedeigenaren en andere belanghebbenden samen hieraan werken. De aanpak voor het opstellen van deze detailhandelsstructuurvisie is daarom gericht op participatie van alle partijen en op draagvlak. In diverse werkvormen hebben ondernemers, vastgoedeigenaren en in enkele gevallen bewoners meegedacht over de toekomst van de detailhandel. Wij nemen u door het proces mee.

Kopgroepen

De kopgroep Hardenberg en de kopgroep Dedemsvaart hebben een belangrijke rol gespeeld in het proces voor de totstandkoming van deze structuurvisie. Beide kopgroepen zijn samengesteld uit enkele ondernemers, eigenaren, de gemeente (ambtelijk en bestuurlijk) en andere belanghebbenden (centrummanagement/plaatselijk belang/Rabobank etc). De kopgroepen hebben



het project inhoudelijk begeleid en de tussenresultaten van duiding en commentaar voorzien. Daarnaast hebben zij een belangrijke rol in de communicatie naar de achterban.

Gebiedsschouw

Bij de start van het visietraject is een gebiedsschouw uitgevoerd door beide kopgroepen. Een in Hardenberg en een in Dedemsvaart. Door gezamenlijk door het centrumgebied te lopen, ruimtelijke en functionele knelpunten te bespreken en kennis en ervaringen te delen is een gezamenlijk startpunt gecreëerd.

Dialoogsessies/interviewronde

Er zijn drie interviewrondes georganiseerd in kleine groepen. Voor de eerste ronde waren ondernemers uit centrum Hardenberg uitgenodigd, voor de tweede ronde de ondernemers uit de dorpskernen en voor de derde ronde ondernemers uit de PDV-branche. In overleg met de kopgroep Dedemsvaart is er geen groepsgesprek georganiseerd voor het centrum Dedemsvaart. Tijdens deze interviewrondes is gesproken over hun reilen en zeilen, hun ondernemerschap, hun visie op de detailhandel en de samenwerking met andere ondernemers. De informatie uit deze groepsgesprekken is verwerkt in de analyse en de detailhandelsstructuurvisie.

Online enquête

Ruim 80 ondernemers hebben in juli/augustus via een digitale enquête hun mening gegeven over de detailhandel in Hardenberg. Via de gemeentelijke website en de communicatiekanalen van de ondernemersverenigingen/BIZ-verenigingen zijn de ondernemers uitgenodigd voor deelname aan de enquête. De enquête geeft inzicht in de mening van de ondernemer over prioriteiten, kansen en bedreigingen voor de diverse detailhandelsgebieden in de gemeente. De resultaten zijn opgenomen in bijlage 7.

Interactieve sessie

Op 12 en 15 september 2016 zijn er interactieve bijeenkomsten georganiseerd voor alle ondernemers en vastgoedeigenaren uit Hardenberg (12 september), Dedemsvaart (15 september) en de dorpskernen (15 september). Daarnaast waren ook raadsleden, bestuurders en ambtenaren aanwezig als toehoorder. Tijdens de sessie in Hardenberg waren er circa 50 deelnemers. Tijdens die in Dedemsvaart circa 30. Na een plenaire presentatie hebben de aanwezigen een reactie gegeven op de concept detailhandelsstructuurvisie en daarna is gewerkt aan het opstellen van een uitvoeringsagenda.



Ambtelijke en bestuurlijke afstemming

Via de procesgroep heeft de ambtelijke en bestuurlijke afstemming plaatsgevonden. Bestuurders en ambtenaren hebben daarnaast deelgenomen aan de interactieve sessies.

Masterclass en vaststelling door de gemeenteraad

Aan het begin van het traject is een masterclass gehouden voor raadsleden. In een presentatie is een toelichting gegeven over de trends en ontwikkelingen in de detailhandel en een eerste analyse van de ontwikkeling van de detailhandel in Hardenberg. Vervolgens is er aan de hand van een drietal stellingen gediscussieerd. Een aantal raadsleden is ook aanwezig geweest bij de interactieve sessies op 12 en 15 september en tot slot is er nog een presentatie geweest van de conceptvisie op 20 september tijdens een informatieve bijeenkomst voor de raad.

Afstemming provincie Overijssel

De concept detailhandelsstructuurvisie is in een vooroverleg met de provincie besproken en de ontwerp-detailhandelsstructuurvisie is aan hen ter beoordeling voorgelegd.

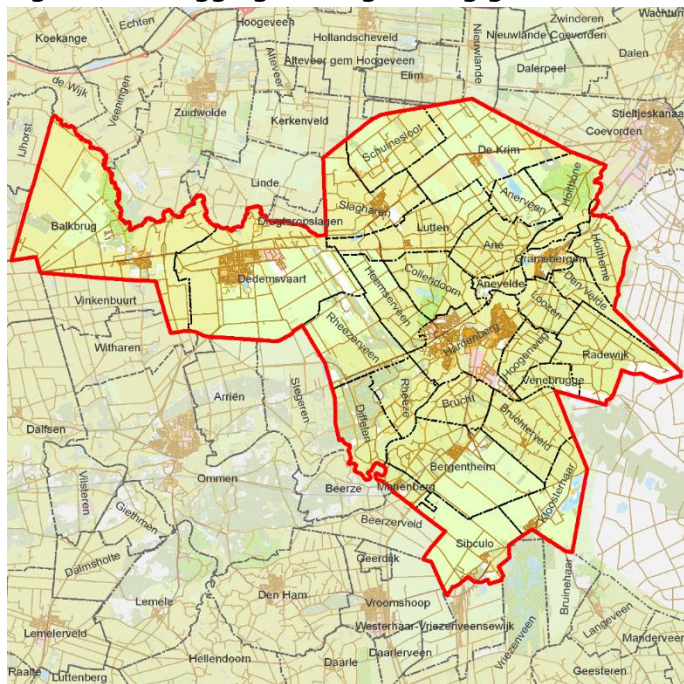
Bijlage 2 Feiten en cijfers

2.1 Het verzorgingsgebied

De gemeente Hardenberg ligt in het noordoosten van de provincie Overijssel, tegen de zuidgrens van de provincie Drenthe en de westgrens van Duitsland. Binnen Overijssel grenst de gemeente aan Staphorst, Dalfsen, Ommen en Twenterand. Door haar ligging tegen de Duitse grens en op enige afstand van de snelwegen A28, A37 en ligt de gemeente redelijk geïsoleerd. De gemeente bestrijkt een groot gebied van 30 kilometer in oost-west richting en maximaal 25 kilometer noord-zuid, alleen het westelijke deel is smaller. De gemeentegrens loopt redelijk willekeurig door het landschap. De bewoners nabij de gemeentegrenzen bezoeken ook de voorzieningen in de andere gemeenten. Het gebied wordt gekenmerkt door haar groene en landelijke karakter, gedomineerd door natuur, de agrarische sector en de vrijetijdseconomie. De gemeente ligt in het Reestdal en Vechtdal. Bekende voorziening is pretpark Slagharen, aangevuld met verschillende bungalow- en recreatieparken, campings en outdoor voorzieningen (fietsen, wandelen, varen etc.). Er worden ook veel evenementen georganiseerd. De gemeente wordt gekenmerkt door een hoogwaardig woon- en verblijfsklimaat en een goed voorzieningenniveau in een plattelandsomgeving.

Door de wat geïsoleerde ligging is sprake van een vrij sterke lokale en regionale gemeenschapszin. De lokale betrokkenheid en het gemeenschapsgevoel zijn groot, de mensen kennen elkaar, en er is daadkracht om dingen (samen) te doen. In Hardenberg wordt dat ook wel noaberschap genoemd. Dit pas ook bij de leefstijlen die in de gemeente domineren, die aan het einde van deze bijlage uitgewerkt (zie paragraaf 2.7).

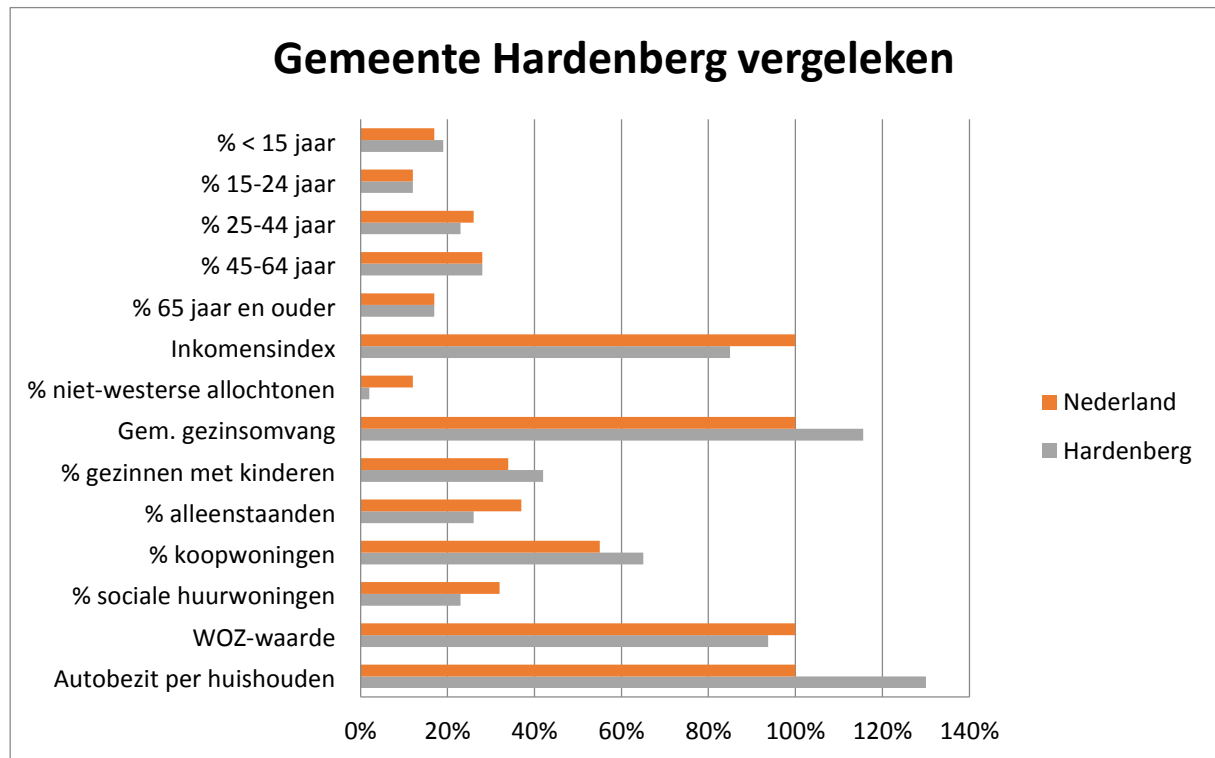
Figuur B2.1 Ligging en omgrenzing gemeente Hardenberg



Bron: nl.wikipedia.org

Hardenberg is een gemeente met circa 59.800 inwoners (april 2016) verspreid over bijna 30 kernen. September 2016 is de grens van 60.000 inwoners overschreden, de bevolking groeit nog steeds geleidelijk door. Rekening houdende met de fysieke grootte van de gemeente is de bevolkingsdichtheid laag te noemen. De grootste kern is Hardenberg met 19.025 inwoners, gevolgd door Dedemsvaart met 12.515 inwoners (bron: CBS 2015).

Figuur B2.2 Vergelijking kenmerken marktgebied Hardenberg met Nederland



Bron: CBS, 2015, 2014.

De gemeente kent een relatief jonge leeftijdsopbouw vergeleken met Nederland: iets meer kinderen en iets minder 25-44 jarigen. De overige leeftijdsgroepen zijn normaal vertegenwoordigd. Het inkomensniveau per inwoner ligt 15% lager dan landelijk, de gemeente heeft met een aandeel van 2% weinig niet-westerse allochtonen (landelijk 12%). De gemiddelde gezinsomvang is met 2,6 erg groot, dat komt door de vele gezinnen met kinderen en weinig alleenstaanden. Het percentage koopwoningen is bovengemiddeld, de gemeente kent minder sociale huurwoningen en de gemiddelde WOZ-waarde is beneden-gemiddeld. Het autobezit is erg hoog, mede vanwege de afstanden tot de grotere steden.

Werkgelegenheid en toerisme

Andere relevante cijfers over de gemeente zijn de werkgelegenheid en het toerisme. De gemeente beschikt over totaal circa 24.500 banen. De verhouding van het aantal banen op het aantal inwoners, ten opzichte van het landelijke beeld, is iets onder gemiddeld, namelijk een index van 87 (bron: Lisa).

De werkgelegenheid in de toeristische sector (1.600, bron Lisa) is met 3% van het aantal inwoners gemiddeld te noemen. Er zijn 775.000 toeristische overnachtingen per jaar in de gemeente.

2.2 Detailhandelsaanbod in de gemeente

De gemeente kenmerkt zich door een fijnmazige detailhandelsstructuur en een ruim aanbod. In tabel 1.1 is het aantal verkooppunten (totaal 412) en de vierkante meters detailhandel (bijna 127.000 m² wvo) weergegeven naar kern. Hieruit blijkt dat in twintig kernen een vorm van detailhandel aanwezig is. In zeven kernen is sprake van een substantieel aanbod van 10 of meer winkels: Hardenberg, Dedemsvaart, Balkbrug, Bergentheim, De Krim, Gramsbergen en Slagharen.

Tabel B2.1 Detailhandel gemeente Hardenberg incl. leegstand (april 2016, afgerond)

	Aantal VKP	Aantal m ² WVO
Ane	1	28
Balkbrug	25	5.115
Bergentheim	12	1.825
Bruchterveld	2	70
Collendoorn	1	60
De Krim	10	1.430
Dedemsvaart	105	31.710
Gramsbergen	21	5.850
Hardenberg	197	67.595
Heemerveen	2	2.055
Hoogenweg	1	100
Kloosterhaar	6	795
Loozen	1	20
Lutten	8	990
Mariënberg	1	250
Rheeze	1	50
Rheezerveen	1	150
Schuinesloot	1	1.865
Sibculo	5	520
Slagharen	19	6.465
Totaal	412	126.950

Bron: Locatus, peildatum april 2016

Figuur B2.3 Detailhandelsaanbod in de grootste kernen van de gemeente Hardenberg



Bron: Locatus, peildatum april 2016

Uit de metrages blijkt de dominantie van de kern Hardenberg in het gemeentelijke detailhandelsaanbod. Bijna de helft van het aantal verkooppunten en de vierkante meters wvo is in de grootste kern gevestigd. In Dedemsvaart is het aanbod ongeveer de helft kleiner dan in de kern Hardenberg.

Tabel B2.2 Leegstandstabel gemeente Hardenberg

	aantal m ² WVO	aantal vkp	% leegstand in m ²	% leegstand Vkp
Balkbrug	374	5	5,2%	9,3%
Bergentheim	278	2	10,7%	6,7%
De Krim	165	1	8,0%	3,2%
Dedemsvaart	5.560	15	12,4%	8,1%
Gramsbergen	389	3	4,5%	7,1%
Hardenberg	5.582	30	5,7%	8,4%
Slagharen	169	2	1,8%	5,0%
Eindtotaal	12.517	58	7,2%	7,8%
Landelijk juli 2016			8,3%	7,3%

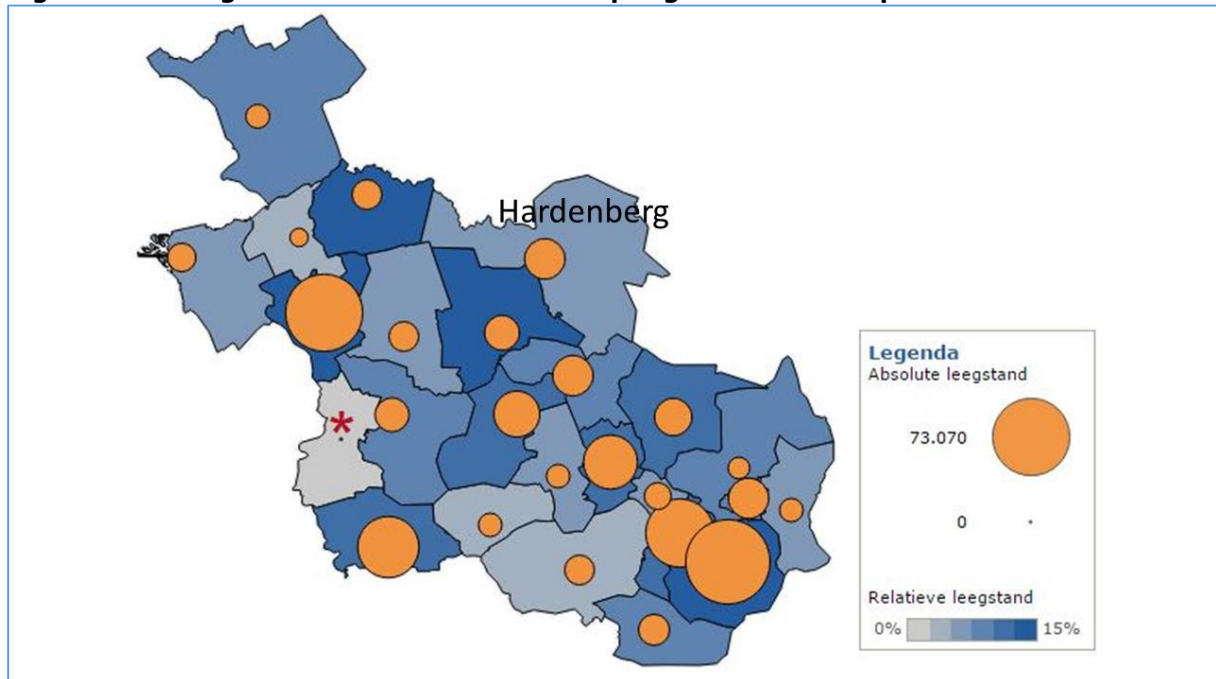
Bron: Locatus, peildatum april 2016, leegstandsdefinitie Locatus

Op een totaal detailhandelsmetrage van 126.735 m² vvo staat 12.500 m² vvo leeg. Dat zijn 58 van de 412 verkooppunten in de detailhandel. Niet alle leegstaande panden kunnen toegerekend worden aan de detailhandel. De lege panden kunnen ook bestemd zijn (geweest) voor horeca, ambacht, diensten en andere centrumfuncties. Op basis van landelijke definities (bron Locatus) wordt twee derde van het leegstaande metrage en de helft van de lege verkooppunten toegerekend aan de detailhandel. Landelijk staat per juli 2016 7,3% van de verkooppunten leeg, en 8,3% van het metrage in m² wvo. De gemeente Hardenberg scoort iets lager dan gemiddeld, maar de verschillen zijn klein. In de kleinere kernen is de leegstand hooguit enkele honderden vierkante meters. Kijkend naar zowel het aantal verkooppunten als het metrage dan kent Dedemsvaart de hoogste leegstand, de kern Hardenberg scoort met name hoog in verkooppunten.

Omdat de leegstand zich sterk concentreert in de beide grote kernen is sprake van een behoorlijk probleem in de gemeente. Verhoudingsgewijs is het op totaalniveau nog niet zo'n groot probleem

als in andere gemeenten en regio's in Overijssel zoals in Ommen, Staphorst, Zwolle en Twente. De gemeente Hardenberg is ook geen krimpregio zoals in zovele grensgemeenten wel het geval is.

Figuur B2.4 Leegstand in winkels in m² wvo per gemeente in de provincie

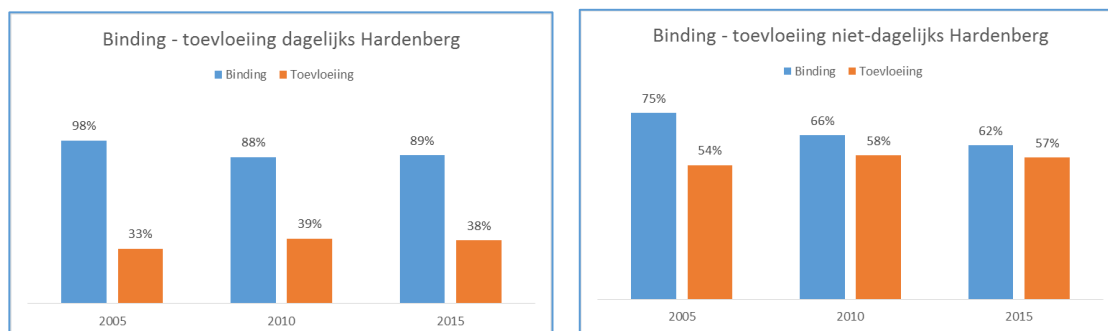


Bron: provincie Overijssel.

2.3 Aanbod en verzorgingsfunctie Hardenberg-kern

Hardenberg is de grootste kern van de gemeente. Hier wonen circa 19.000 inwoners. Het detailhandelsaanbod heeft niet alleen een belangrijke functie voor de inwoners van de eigen kern, ze heeft een regionale aantrekkingskracht op het oostelijke deel van de gemeente en haar omgeving. De binding ligt tegen de 90% in de dagelijkse sector, en 62% in de niet-dagelijkse sector (bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2005, 2010 en 2015, gebaseerd op steekproeven). De niet-dagelijkse koopkrachtbinding vertoont een dalende tendens, vanwege onder andere name de afvloeiing naar internet: die was in Hardenberg in 2010 5% en in 2015 12%. De toevloeiing bedraagt 38% in de dagelijkse sector, en 57% in de niet-dagelijkse sector en is de laatste jaren redelijk stabiel (toevloeiing exclusief toerisme). De koopstroomcijfers komen erop neer dat de dagelijkse sector haar positie goed weet te handhaven, en dat de niet-dagelijkse sector marktpositie verliest.

Figuren B2.5 en B2.6 Koopstromen dagelijks en niet-dagelijks kern Hardenberg



Bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015, rapport kern Hardenberg

Hierop dient nog aangevuld te worden dat sinds 2009 de landelijke winkelbestedingen per hoofd in

de dagelijkse sector met 25% zijn gestegen en in de niet-dagelijkse sector met 20% zijn gedaald (zie bijlage twee). De kans is dus groot dat bij deze koopstromen de dagelijkse omzet in de kern Hardenberg is gegroeid en in de niet-dagelijkse sector is gedaald. Bij een dalende koopkrachtbinding is de kans dus reëel dat de omzetten in de niet-dagelijkse sector in de kern Hardenberg gedaald zijn.

Het totale detailhandelsmetrage in de kern Hardenberg omvat 67.595 m² wvo. Dit is verdeeld over het centrum, enkele steunpunten met supermarkten, de PDV-locatie Haardijk en verspreide bewinkeling. De helft van het metrage wordt ingevuld door In / om huis (met name woninginrichting, bouwmarkt, tuinartikelen), gevolgd door een ruim aanbod Mode & luxe (bijna 13.000 m² wvo). Ook de dagelijkse sector is goed vertegenwoordigd met 10.575 m² wvo.

Figuur B2.7 Detailhandelsaanbod in de kern Hardenberg



Bron: Locatus, peildatum april 2016

Er is flink geïnvesteerd in het centrum van Hardenberg onder de vlag 'Masterplan Centrum Hardenberg'. Rondom de Markt is het nieuwere deel van het centrum gesitueerd waar veel ketens gevestigd zijn. Dit project is medio 2008 opgeleverd. De Voorstraat en omliggende straten is het oudere deel van de centrum met een groter accent op het MKB-bedrijf maar waar ook filiaalbedrijven gevestigd zijn. In beide delen van het centrum is sprake van leegstand (in totaal 27 panden).

In/nabij het centrum zijn vier supermarkten gevestigd: Albert Heijn, Lidl, Jumbo en Aldi. Supermarkten zijn belangrijke trekkers in winkelgebieden. Het centrum van Hardenberg heeft naast een boodschappenfunctie ook een duidelijke functie voor het 'recreatief winkelen' en voor verblijf (horeca, cultuur, leisure, weekmarkt, evenementen e.d.). Rondom het centrum zijn diverse parkeergelegenheden gesitueerd waar bezoekers tegen betaling hun auto kwijt kunnen. De openbare ruimte ziet er in Hardenberg-centrum verzorgd uit. Buiten het centrumgebied zijn in de kern Hardenberg nog enkele verspreid liggende supermarkten gevestigd met daarbij enkele winkels. Ook buiten het centrum zijn diverse solitair gelegen winkels en overig doelgericht bezochte bewinkeling, vooral geconcentreerd op de Haardijk (PDV, 18.700 m² wvo).

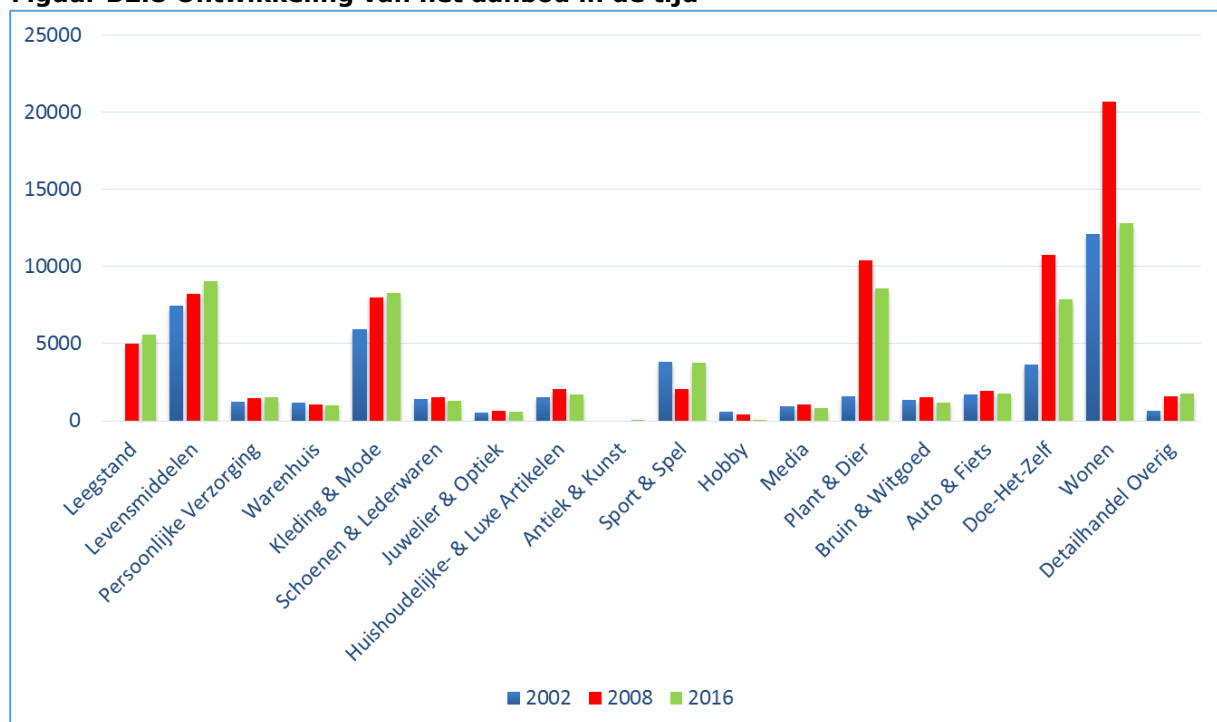
Tabel B2.3 Leegstandsduur in de kern Hardenberg

	aantal m ² WVO leegstand	aantal vkp leegstand	% WVO van totale leegstand
Aanvang/frictie	2.943*	15	53%
Langdurig	909	6	16%
Structureel	1.730	9	31%
Eindtotaal	5.582	30	100%

*: Exclusief m² wvo van vier panden in Hardenberg

Bron: Locatus april 2016

De totale leegstand in de kern Hardenberg bedraagt circa 5.600 m² wvo. Dat zijn 30 panden, 27 hiervan staan in het centrum. De helft is frictieleegstand, negen panden staan al drie jaar of langer leeg, dat is een derde van de totale leegstand. Dit is gelijk aan het landelijke aandeel in de totale leegstand⁷.

Figuur B2.8 Ontwikkeling van het aanbod in de tijd

Bron: Locatus, peildatum april 2016

In 2002 was er geen leegstand in de kern Hardenberg (bron: bestand Locatus 2002). Daarna is de leegstand gestegen tot 5.000 m² wvo in 2008 en sindsdien slechts iets toegenomen. Sinds 2008 is het detailhandelsaanbod niet meer zo snel gegroeid als in de periode daarvoor. Enige groei heeft wel plaatsgevonden in de branches Levensmiddelen, Kleding-mode en Sport-spel. Duidelijke afnames zijn te zien in de PDV-branches Plant-dier, Doe-Het-Zelf en Wonen. Blijkbaar is dat aanbod in de periode 2002-2008 te snel gegroeid en hebben er sindsdien correcties plaatsgevonden.

⁷ bij onverhuurbaar of onverkoopt kunnen die panden beter uit de markt worden genomen en getransformeerd naar andere functies.

Benchmark Hardenberg

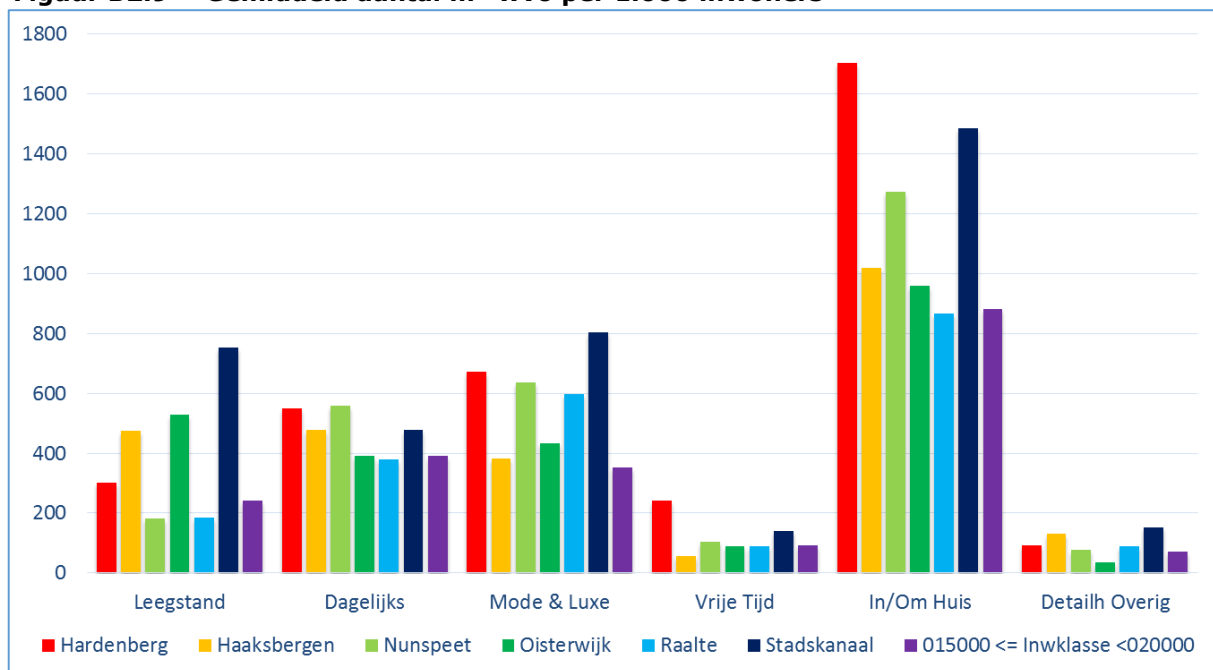
Tabel B2.4 Benchmark Hardenberg

Kern	Inwoners	VKP kern	WVO kern	VKP centrum	WVO centrum
Hardenberg	19.000	197	67.595	144	28.973
Haaksbergen	17.900	181	61.892	130	31.246
Nunspeet	19.600	182	55.268	140	34.231
Oisterwijk	19.700	185	47.815	120	19.719
Raalte	20.000	148	41.998	122	26.347
Stadskanaal	19.900	228	74.975	156	36.153

Bron: Locatus, peildatum april 2016

In de benchmark is Hardenberg vergeleken met kernen van een soortgelijke omvang, met rond de 20.000 inwoners en een regiofunctie. Uit de benchmark valt op te maken dat het centrumaanbod niet veel afwijkt dat dat in de benchmark-kernen. Hardenberg heeft verhoudingsgewijs wel een ruim detailhandelsaanbod buiten het centrum.

Figuur B2.9 Gemiddeld aantal m² wvo per 1.000 inwoners



Bron: Locatus, peildatum april 2016

Per 1.000 inwoners is de leegstand gemiddeld, en beschikt Hardenberg over een ruim aanbod in de meeste detailhandelsgroepen: Dagelijks, Mode-luxe, Vrije tijd en In/om huis. Met name de laatste twee springen er bovenuit, met name door de PDV op de Haardijk (In/om huis) en de grootschalige kampeer- en outdoor-zaak Reiling (Sport = Vrije tijd)

Tabel B2.5 Filialiseringsgraad naar verkooppunt

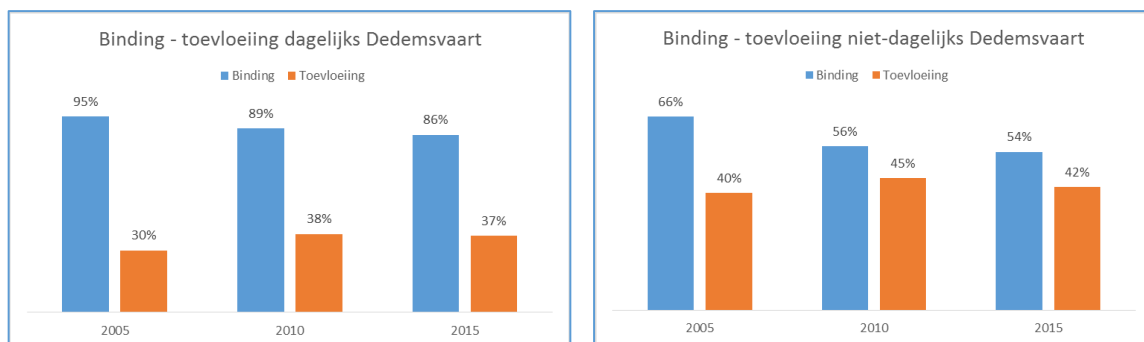
Bron: Locatus april 2016

Kern	Filialiseringsgraad centrum	Filialiseringsgraad kern
Hardenberg	42,0	36,5
Haaksbergen	30,8	26,5
Nunspeet	35,9	31,9
Oisterwijk	25,5	22,2
Raalte	38,7	38,3
Stadskanaal	35,6	29,4

Uit de benchmark blijkt dat de filialiseringsgraad in Hardenberg hoog is. Dat geldt voor zowel het centrumgebied als op kernniveau. Omdat er nogal wat ontwikkelingen zijn bij de landelijke filiaalbedrijven met faillissementen, overnames en krimp in vestigingspunten maakt dit het detailhandelsaanbod in Hardenberg kwetsbaar.

2.4 Aanbod en verzorgingsfunctie Dedemsvaart

Dedemsvaart kent circa 12.500 inwoners. Het centrum heeft vooral een verzorgende functie voor de kernen in het westelijke deel van de gemeente en in omliggende gemeenten (Ommen, Drenthe). In de dagelijkse sector daalt de koopkrachtbinding langzamerhand naar 86%, de toevloeiing blijft nu stabiel rond de 37% (bron: Koopstroomonderzoeken 2005, 2010, 2015). In de niet-dagelijkse sector daalt de binding langzamerhand (nu 54%), de toevloeiing daalt weer iets na een eerdere stijging (nu 42%, excl. toerisme). De afvloeiing naar internet in de niet-dagelijkse sector is in Dedemsvaart gestegen van 4% naar 11%. In beide sectoren levert Dedemsvaart iets aan marktpositie in. Hierop dient aangevuld te worden dat sinds 2009 de landelijke winkelbestedingen per hoofd in de dagelijkse sector met 25% zijn gestegen en in de niet-dagelijkse sector met 20% zijn gedaald (zie bijlage twee). De kans is dus groot dat bij deze koopstromen de dagelijkse omzet in Dedemsvaart is gegroeid en in de niet-dagelijkse sector is gedaald. De oplevering van Hof van Dedem (Hema, Jumbo) is nog niet verwerkt in de koopstromen.

Figuren B2.10 en B2.11 Koopstromen dagelijks en niet-dagelijks Dedemsvaart

Bron: Koopstroomonderzoek Oost-Nederland 2015, rapport Dedemsvaart

Het totale detailhandelsmetrage in Dedemsvaart omvat 31.710 m² wvo. Dit is verdeeld over het centrum (21.000 m² wvo) en de verspreide bewinkeling met onder andere enkele grootschalige aanbieders (woninginrichting, bouwmarkt). De grootste sector is ook hier In/om huis met bijna 11.000 m² wvo, gevolgd door Mode- & luxe (met 7.600 m² wvo iets meer dan de helft van het

aanbod in Hardenberg), en daarna de dagelijkse sector (5.660 m² wvo).

Figuur B2.12 Detailhandelsaanbod in de kern Hardenberg



Bron: Locatus, peildatum april 2016

De opgave voor Dedemsvaart ligt met name in het verder compactiseren van het centrum. Het centrum is vrij langgerekt met winkelfuncties langs de Julianastraat. Deze winkels worden afgewisseld met horeca, dienstverlening, maar ook met woningen. Met het realiseren van het Masterplan verschuift de winkelfunctie meer richting de Markt en zal een deel van de winkelfunctie in de Julianastraat en omgeving verdwijnen. De openbare ruimte ziet er ook hier goed verzorgd uit en bezoekers kunnen gratis parkeren langs de weg of op één van de parkeerterreinen (blauwe zone). Aan de Noordzijde van de Markt zou oorspronkelijk de Aldi supermarkt gevestigd worden. Die verplaatsing gaat voorlopig niet door en er wordt daarom gekeken naar een alternatieve invulling voor deze nieuwe ontwikkeling, waar naast winkelruimte ook woningen worden gerealiseerd. Op diverse plaatsen in het centrum is sprake van leegstand. In totaal staat er circa 5.600 m² WVO leeg. Dit is een leegstandspercentage van 12%. De Marktstraat is een belangrijk aandachtspunt met het verdwijnen van HEMA hier. 13 van de 15 lege panden staan in het centrumgebied. Meer dan de helft van de leegstand is frictieleegstand en een kwart is structurele leegstand (meer dan drie jaar leeg).

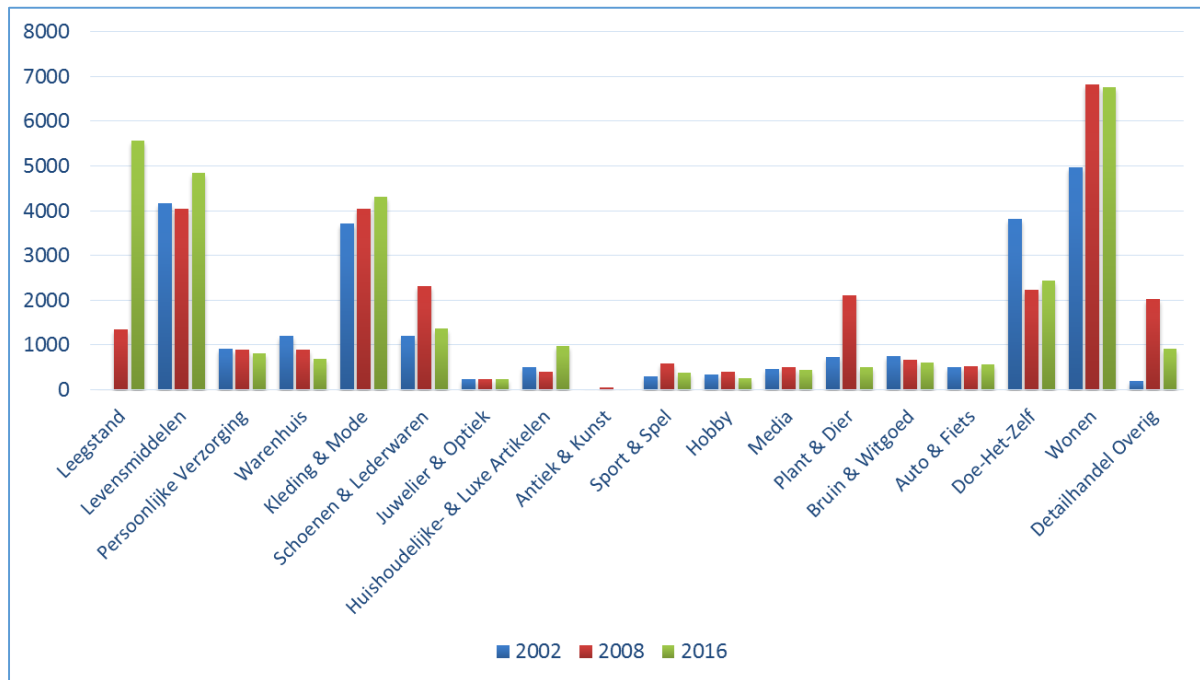
Tabel B2.6 Leegstandsduur in Dedemsvaart

	aantal m ² WVO	aantal vkp leegstand	% WVO van totale leegstand
Aanvang/frictie	3.073*	7	55%
Langdurig	1.105	5	20%
Structureel	1.382	3	25%
Eindtotaal	5.560	15	100%

Bron: Locatus, peildatum april 2016

Benchmark Dedemsvaart

Figuur B2.13 Benchmark Dedemsvaart op brancheniveau



Bron: Locatus, peildatum april 2016

In 2002 was er nog geen leegstand in Dedemsvaart (bron: bestand Locatus 2002). Sinds 2008 is die snel gestegen. Wat opvalt aan de mutaties per branche is dat het aanbod Levensmiddelen flink is gegroeid. In de periode ervoor is de komst van Lidl gepaard gegaan met de vervanging van een supermarkt door de Action. Die winkel werd in 2008 nog gerekend tot de categorie Overige detailhandel en inmiddels tot de Huishoudelijke & luxe artikelen. Het aanbod Kleding & mode is gegroeid, en het aanbod Schoenen & lederwaren en Plant & dier sterk gedaald.

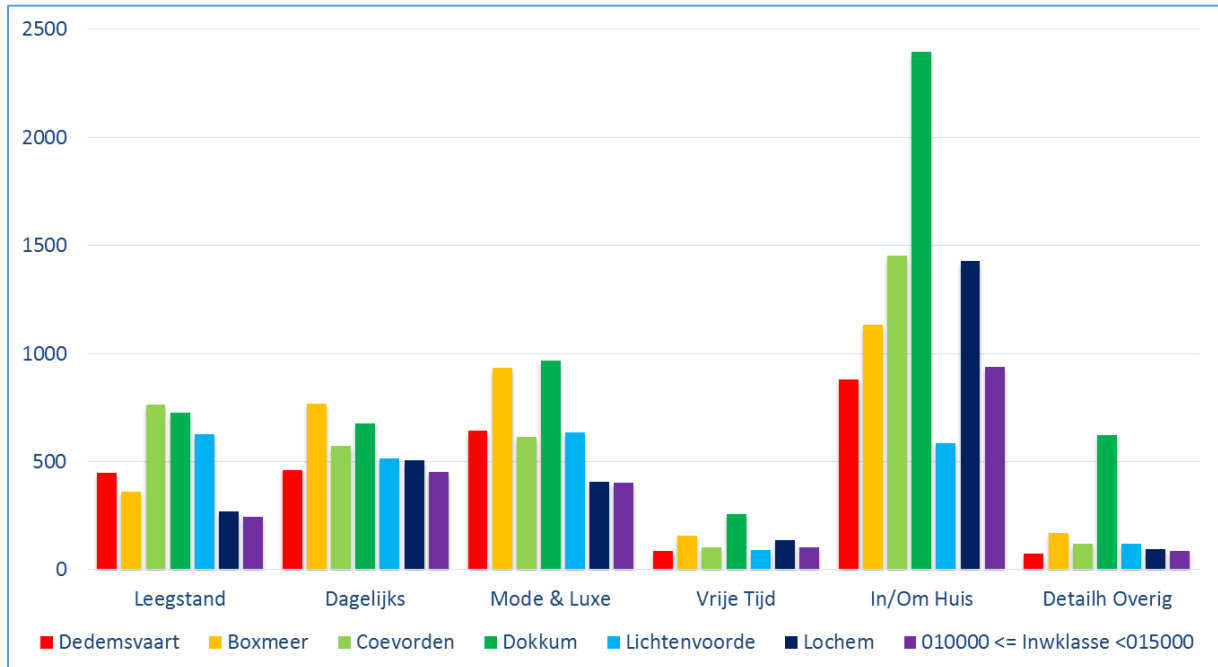
Tabel B2.7 Benchmark Dedemsvaart op kern- en centrumniveau

Kern	inwoners	VKP kern	WVO kern	VPK centrum	WVO centrum
Dedemsvaart	12.400	105	31.711	81	21.149
Boxmeer	12.300	158	42.952	129	28.461
Coevorden	14.800	158	57.631	118	19.782
Dokkum	12.500	188	71.147	137	23.563
Lichtenvoorde	13.000	125	33.189	103	22.847
Lochem	13.700	125	38.815	98	17.170

Bron: Locatus, peildatum april 2016

Dedemsvaart is vergeleken met soortgelijke kernen met rond de 12.000 tot 13.000 inwoners. Het detailhandelsmetrage in het centrum is goed vergelijkbaar, het aantal winkels in het centrum blijft achter. Dit duidt op een gemiddeld grootschalige maatvoering van de panden in het centrum. Het aanbod in de totale kern blijft achter (naar metrage en aantal winkels).

Figuur B2.14 Gemiddeld aantal m² wvo per 1.000 inwoners



Bron: Locatus, peildatum april 2016

Uit de vergelijking van de branches wordt opgemaakt dat de leegstand gemiddeld is, het dagelijks aanbod achterblijft, Mode & luxe en Vrije tijd gemiddeld scoren. Dedemsvaart heeft een gering aanbod In/om huis en Overige detailhandel.

Tabel B2.8 Filialiseringsgraad naar verkooppunten

Kern	Filialiseringsgraad centrum	Filialiseringsgraad kern
Dedemsvaart	37,3	29,3
Boxmeer	35	31,5
Coevorden	32,4	31,8
Dokkum	24	28,1
Lichtenvoorde	30	26,5
Lochem	28	26,1

Bron: Locatus, peildatum april 2016

Dedemsvaart scoort het hoogst in de filialiseringsgraad naar verkooppunten in het centrum, en gemiddeld op kernniveau. Net als in Hardenberg maakt een hoge filialiseringsgraad het centrumgebied kwetsbaar.

2.5 Aanbod en verzorgingsfunctie kleine kernen

Naast de twee grote centra in Hardenberg, hebben ook de kernen Balkbrug, Slagharen, Gramsbergen, Bergentheim en De Krim een winkelfunctie. De kleinste kern is De Krim met 2.000 inwoners (bron: CBS 2015), gevolgd door Balkbrug en Gramsbergen (beide 3.700 inwoners), Slagharen (4.200 inwoners) en Bergentheim (4.500 inwoners). De winkels hebben voornamelijk een functie voor de eigen kern. Exacte koopstroomgegevens van 2015 zijn niet bekend. Vanwege de verspreide ligging van de kernen en de grote afstanden kan er ook sprake zijn van een bovenlokale functie of voor het toerisme in de directe omgeving. Dat geldt zeker voor de dagelijkse winkels. Specifieke doelgerichte winkels in de dorpen hebben vaak een eigen verzorgingsgebied.

Tabel B2.9 Leegstand en aanbod in m² per sector in de kleine kernen

Kern	Leegstand	Dagelijks	Mode & Luxe	Vrije Tijd	In/Om Huis	Detailh Overig	Totaal
Balkbrug	374	1.268	215		3.057	203	5.117
Bergentheim	278	1.173		50	322		1.823
De Krim	165	735	371		108	50	1.429
Gramsbergen	389	1.349	295	75	3.718	25	5.851
Slagharen	169	1.054	525		2.772	1.944	6.464

Bron: Locatus, peildatum april 2016

Het 'boodschappen doen' speelt in de dorpen een centrale rol. Het betreft veelal een supermarkt met in de grotere dorpen enkele dagelijkse specialisten, drogist, bloemenwinkels, dienstverleners (bijvoorbeeld kapsalon) en fastservice (snackbar). In de kleine dorpen is het aanbod geringer. Daarnaast zijn in deze kernen ook diverse doelgerichte winkels gevestigd.

Figuur B2.15 Sheets per kleine kern



De Krim

- Dagelijks 735 m² wvo
- Supermarkt: Coop Compact 700 m² wvo
- + bakker
- Opvallend: Smiley (kindermode)
- Leegstand 1 x langdurig (relatief kleinschalig, centrum)



12

Gramsbergen


- Dagelijks 1.349 m² wvo
- Supermarkt: PLUS 1.140 m² wvo
- + agf, drogist (Deco), slijter
- Opvallend: Erfgoedwinkel, Viahannah (antiek), Marsman (meubelen) en Brill (woninginrichting)
- Leegstand 1 aanvang/frictie, 1 x langdurig, 1 X structureel (relatief kleinschalig, 2 in het centrum)



13

Slagharen

- Dagelijks 1.054 m² wvo
- Supermarkt: Jumbo 942 m² wvo
- + bakker, slijter (Jumbo)
- Opvallend: Jeha (meubelen), Het Verkoophuis (partijgoed), het Gordijnatelier
- Leegstand 2 x langdurig (relatief kleinschalig, centrum)



14

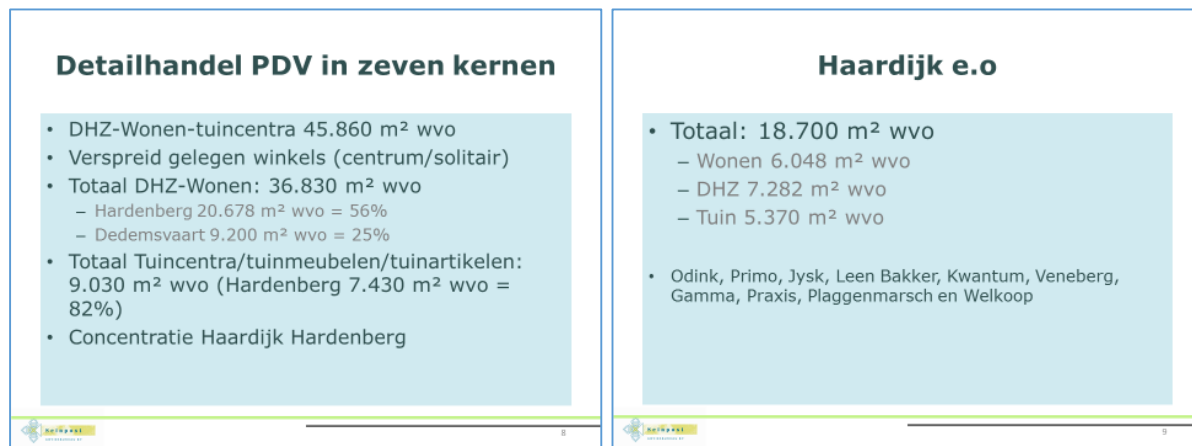
Ten aanzien van de aanpak van de kleine kernen geldt dat Slagharen en Gramsbergen inmiddels op orde zijn. De Krim is zo goed als klaar. Het aanbod in Balkbrug is nog niet aangepakt. In Berghem is aandacht nodig voor het parkeren en het openbare gebied.

2.6 Aanbod en verzorgingsfunctie verspreide detailhandel en PDV

De gemeente Hardenberg kent ongeveer 53.000 m² wvo verspreide bewinkeling (circa 100 winkels). Dat is inclusief het detailhandelsaanbod in de kleine kernen die in deze bijlage nog niet beschreven zijn. Hierbij is ook inbegrepen de grootschalige concentratie Haardijk. Haardijk vervult een regionale verzorgingsfunctie, de overige verspreide bewinkeling heeft vaak een lokale functie, uitzonderingen daargelaten.

Het grootste deel van dit detailhandelsaanbod bestaat uit de branches binnen In/om Huis. Hiervan is het meeste aanbod in de kern Hardenberg gevestigd (56% van Doe-Het-Zelf / Wonen, en 82% van de tuinbranche). Op Haardijk (Lange Spruit) zijn 10 winkels gevestigd met een totale omvang van 18.700 m² wvo, verdeeld over de branches Wonen, Doe-Het-Zelf en Tuin. Het aanbod aan de de tegenover gelegen Stelling (McDonald's, Wok Inn, Tango, Totaal Slapen en wonen) behoort niet tot dit cluster. Een opvallende solitaire aanbieder in Hardenberg is caravan-, kampeer- en outdoorzaak Reiling. Ook andere woonwinkels, bouwmarkten en tuinentra zijn solitair gevestigd in de gemeente.

Figuur B2.16 Sheets PDV



2.7 Leefstijlen in Hardenberg

Wie zijn de bezoekers van de winkels in Hardenberg? Wat zijn hun wensen, behoeften en interesses? Naar welke belevissen en ervaringen zijn zij op zoek tijdens een dagje winkelen en hoe kun je daar als ondernemer, als winkelstraat en centrum goed op inspelen? In de recreatiesector wordt het Brand Strategy Research-model (BSR) van SmartAgent (nu SAMR) en NBTC/NIPO gebruikt om inzicht te krijgen in de leefstijlen van toeristen. Seinpost heeft samen met zusterbedrijf ZKA dit model toegepast op de winkelstraat/het centrum.

Toelichting BSR-model

De belevingswerelden (doelgroepen) voor recreatie zijn bepaald met behulp van het BSR-model van SmartAgent. Het BSR-model bestaat uit twee dimensies, waarmee we het consumentengedrag voor een belangrijk deel kunnen verklaren; de sociologische en de psychologisch dimensie:

- De sociologische dimensie (horizontale as) geeft aan in welke mate men op zichzelf (individu of ego) of op zijn/haar omgeving (groep) is gericht. Mensen aan de egokant zijn meer individualistisch en stellen hun eigen doelen en ambities centraal. Mensen aan de groepskant passen zich sneller aan bij de mensen in hun sociale omgeving en stellen de doelen die de groep wil bereiken centraal;
- Met de psychologische dimensie (de verticale as) wordt onderscheid gemaakt tussen een meer extraverte of open houding naar de samenleving en een meer introverte of gesloten houding naar de samenleving.

Op deze wijze ontstaan vier kwadranten, die we in BSR® termen de belevingswerelden noemen. Aan de vier belevingswerelden zijn vier kleuren gekoppeld:

- Rode belevingswereld (vitaliteit)
- Gele belevingswereld (harmonie)
- Groene belevingswereld (zekerheid)
- Blauwe belevingswereld (controle)

Figuur B2.17 De vier belevingswerelden



In de recreatiesector worden deze vier belevingswerelden nog verder worden uitgewerkt in zeven leefstijlen. In het model voor de winkelstraat/het centrum hanteren we de vier belevingswerelden.

Belevingswerelden in de gemeente Hardenberg

Onderstaande tabel geeft inzicht in verdeling van de inwoners van de gemeente Hardenberg naar de vier belevingswerelden uit het BSR-model.

Tabel B2.10 Hardenberg naar vier belevingswerelden

	Nederland	Provincie Overijssel	Regio Vechtdal	Gemeente Hardenberg	Index gemeente tov NL
Rood	17%	16%	14%	14%	82
Geel	30%	32%	33%	32%	107
Groen	28%	28%	34%	36%	129
Blauw	25%	25%	18%	19%	76

Hieruit blijkt dat de groene belevingswereld het grootst is in de gemeente Hardenberg. Meer dan een derde van de inwoners behoort tot de groene belevingswereld. Daarnaast is het opvallend dat deze doelgroep significant groter is dan gemiddeld in Nederland (zie indexcijfers). De tweede grootste doelgroep is de gele doelgroep. Ook die groep is significant groter dan gemiddeld in Nederland en vertegenwoordigt bijna een derde van de inwoners uit de gemeente.

Wat zoeken de mensen uit de groene en gele belevingswereld in de winkelstraat? De moodboards in figuur B2.18 geven een beeld van de wensen en behoeften van de diverse doelgroepen tijdens een bezoek aan het centrum/de winkelstraat.

Figuur B2.18 Groene belevingswereld



Figuur B2.19 Gele belevingswereld



Figuur B2.20 Blauwe belevingswereld



Figuur B2.21 Rode belevingswereld

Winkelen
Rood: eigenzinnig, anders dan anders, creatief

Gaat voor origineel, trendsetend, anders dan anders, met focus op het product. Winkelt vaak en graag en zoekt altijd weer nieuwe winkels op.

Horeca
Rood: eigenzinnig, anders dan anders, creatief

Wil nieuwe dingen uitproberen, trendy, gaat voor gezond maar soms ook voor gemak (hap onderweg). Interesse in streek- en seizoensproducten.

Openbare ruimte
Rood: eigenzinnig, anders dan anders, creatief

Kleine straatjes, veel terrasjes, reuring

Bijlage 3 Landelijk en provinciaal detailhandelsbeleid

Landelijk beleid: retailagenda

Landelijk staat detailhandel hoog op de (politieke) agenda. Dat hangt samen met de toename van de winkelleegstand de afgelopen jaren. Deze leegstand is over het algemeen erg zichtbaar en heeft een groot effect op het woon- en leefklimaat in Nederland. De leegstand is het gevolg het veranderd consumentengedrag en van grote, structurele veranderingen in de detailhandel met een overschot aan winkelvierkante meters tot gevolg. In maart 2015 verscheen de retailagenda van het ministerie van Economische Zaken. Daarin kondigt minister Henk Kamp aan dat provincies en gemeenten moeten inspelen over deze veranderingen in de sector en keuzes moeten maken tussen winkelgebieden op basis van het perspectief voor detailhandel. Transformatie en afbouwen van winkelvierkante meters zijn daarbij belangrijke termen, maar ook het verminderen van de regeldruk en het experimenteren met regelvrije zones om ondernemers meer vrijheid te geven op plekken waar dit wenselijk is. Niet langer gaat het over uitbreiding, maar over concentratie, vitaliteit en versterken van gebieden. Samenwerking op allerlei niveaus is hiervoor nodig. Onderdeel van de retailagenda is een uitvoeringsprogramma voor de periode 2015 -2017 waarin het sluiten van Retaildeals met 50 gemeenten staat opgenomen. De gemeente is in eerste instantie aan zet, maar ook provincies moeten hun regierol steviger gaan inzetten op het ruimtelijk- en economisch detailhandelsbeleid. Een belangrijk uitgangspunt van de retailagenda is: De consument staat centraal! En dat betekent dat er soms ingrijpende en pijnlijke keuzes gemaakt moeten worden, maar die keuzes zijn nodig om ook naar de toekomst toe levendige en aantrekkelijke winkel- en centrumgebieden te behouden.

Retaildeal Overijssel 2016 -2019

Begin oktober heeft de provincie Overijssel de Provinciale retaildeal met minister Henk Kamp gesloten. De ambitie is om de leegstand in Overijssel terug te brengen naar het landelijk gemiddelde. De gemeenten blijven primair verantwoordelijk voor een ruimtelijke evenwichtige detailhandelsstructuur, maar de provincie wil gemeenten handvatten bieden om compactere binnensteden en een aantrekkelijk winkelapparaat te creëren. Bij ontwikkelingen met regionale uitstraling is de provinciale omgevingsverordening van toepassing (nieuwvestigingen volumineuze detailhandel en grootschalige detailhandel in afstemming met provincie en buurgemeenten). Daarnaast ligt de focus sterk op versterken van de kernwinkelgebieden. De provincie richt zich op kennisdeling over succescases en het opleiden van retailpersoneel rond e-commerce. Daarnaast stelt zij ook financiële middelen beschikbaar in de vorm van een aanjaagsubsidie en een uitbreiding van de Herstructureringsmaatschappij (HMO) voor het realiseren van toekomstbestendige winkelgebieden.

Retaildeal gemeente Hardenberg

Eerder (november 2015) ondertekende de gemeente Hardenberg al een retaildeal met de minister. Hiermee onderschrijft niet alleen de gemeente, maar de ondernemers dat zij gezamenlijk gaan werken aan toekomstgerichte, levendige binnensteden. Onderdeel hiervan zijn de actieplannen die voor Hardenberg en Dedemsvaart zijn opgesteld. Het actieplan Hardenberg is inmiddels volop in uitvoering, die van Dedemsvaart zal op korte termijn in uitvoering gaan. Hierin zijn allerlei acties opgenomen ter verbetering van deze centrumgebieden, van marketing en promotie tot de aanpak van leegstand en transformatie van gebieden.

Bijlage 4 Trends en ontwikkelingen

Het winkellandschap verandert snel en structureel



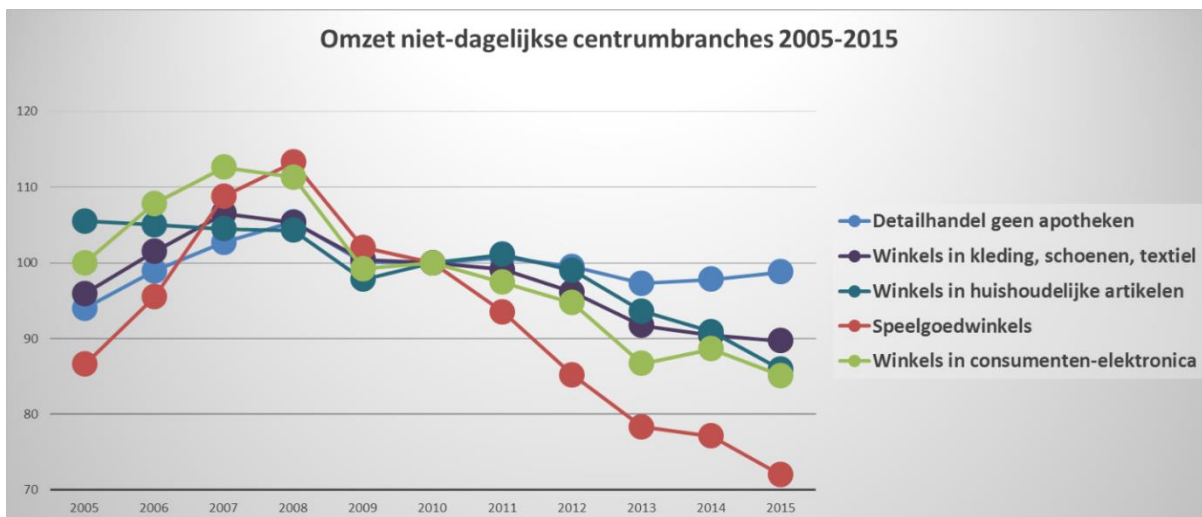
De retailsector is volop in ontwikkeling en verandert in een razend tempo. De kranten staan er vol mee en dan vooral met de zichtbare symptomen van deze veranderingen: de leegstand. In 2015 is er zelfs op nationaal niveau een notitie verschenen: de Retailagenda op initiatief van het ministerie van EZ, minister Kamp. Kortom: het winkellandschap is erg dynamisch en veranderingen zullen zich verder doorzetten. We staan kort stil bij enkele trends en ontwikkelingen die ook voor Hardenberg relevant zijn.

Economische situatie en bestedingen

Een belangrijke verklaring voor de ontwikkeling in de detailhandel is de terughoudendheid bij consumenten vanwege de economische situatie. De economie trekt nu weer aan, de koopkracht ontwikkelt zich ook enigszins gunstig. De werkgelegenheid neemt na een daling nog geen grote vlucht, de werkloosheid daalt wel langzamerhand.



We zien grote verschillen in de omzetontwikkeling per branche. De webwinkels maken een gestage groei door, gevolgd door de supermarkten en de totale detailhandelsector. De food-speciaalzaken en den totale non-food hebben sinds 2008 20% van de omzet verloren. Sinds 2013 is die omzet weer redelijke stabiel. Het beeld in een aantal belangrijke non-food centrumbranches ziet er als volgt uit:



Een aantal belangrijke centrumbranches in de non-food zijn mode (kleding, schoenen), huishoudelijke artikelen, speelgoed en consumenten-elektronica. Deze branches hebben sinds 2008 een negatieve omzetontwikkeling doorgemaakt, er is nog geen sprake van een revival. Dit is ook de reden dat de detailhandel in veel centrumgebieden onder druk staat.

Krimp en vergrijzing

Vrijwel zonder uitzondering zijn de regio's met een hoge leegstand ook de regio's die sterk zijn vergrijsd en waar het inwonertal terugloopt. Uit onderzoek van het NIBUD blijken 65-plussers per maand circa 30% minder uit te geven aan onder andere kleding, voeding, persoonlijke verzorging dan personen jonger dan 65 jaar. Vergrijzing en krimp zorgen voor teruglopende detailhandelsbestedingen in een regio. Overigens nemen door vergrijzing ook bepaalde bestedingen toe, bijvoorbeeld gerelateerd aan zorg. Daarnaast is er ook sprake van vergrijzend ondernemerschap, wat bij het ontbreken van een geschikte overnamekandidaat leidt tot bedrijfsbeëindiging.

Winkeltrouw

De consument is steeds minder vasthoudend in de keuze van de winkel. Mensen bezoeken meer formules. Men wisselt op basis van prijs, aanbiedingen, assortiment, sfeer en beleving in de winkelomgeving et cetera. Dit uit zich in afnemende binding en (logischerwijs) stijgende af- en toevloeiing.

Tegengaan van functiescheiding

Toenemende aandacht voor de aansluiting tussen de woonwijken naar het centrum via het B- en C-milieu. Het centrum raakt meer verbonden met de omgeving via allerlei vormen van kleinschalig ondernemerschap.

Detailhandel en/of dienstverlening en/of horeca worden steeds vaker in één ruimte gecombineerd

Niet alleen de functies, maar ook de assortimenten 'vervagen'. Steeds meer winkels verkopen 'branchevreemde' producten en/of wisselen continue (een deel) van het assortiment (ook wel blurring genoemd).

Verskillende ondernemers vormen samen nieuwe concepten

Door een deel van een winkel/etalage te huren bijvoorbeeld. Of door zich shop-in-shop bij gevestigde ondernemers te presenteren. Uit onderzoek blijkt dat ook webondernemers hier interesse in hebben.

Schaalvergroting en superspecialisatie

Dit zijn twee strategieën om de consumenten een keuze te bieden in de vorm van een breed of diep aanbod.

Filialisering en het aantal 'traditionele' zelfstandige ondernemers

Steeds meer bedrijven werken samen in de inkoop, marketing en/of bedrijfsvoering. De zelfstandige ondernemer verliest daarbij terrein aan (inter)nationaal opererende ketens, winkelformules en franchise-organisaties. Het gebrek aan bedrijfsopvolgers versterkt deze ontwikkeling. Een tegentrend is dat steeds meer formules failliet gaan of ermee stoppen waardoor het aandeel zelfstandig ondernemers niet meer daalt en zelfs stijgt.

Focus op prijs en snelheid

Steeds meer bedrijven spelen in op de behoefte aan scherp geprijsde mode, de marges staan daardoor onder druk. Dit verklaart de opkomst van de zogenaamde 'fast fashion' waarvan ketens als ZARA (Inditex), H&M en Primark bekende exponenten zijn. Hierdoor neemt de druk op het middensegment verder toe.

Huurprijzen ter discussie

De detailhandel moet meebewegen met de grillen van de consument. Inmiddels is duidelijk dat ook eigenaren niet achter kunnen blijven. Steeds vaker staan huurprijzen ter discussie en wordt de samenwerking tussen ondernemer en verhuurder via ingroei- en/of omzethuur meer flexibel vorm gegeven.

Webwinkels

In 2015 is het internetaandeel in de Nederlandse detailhandel met 17% gestegen naar ongeveer € 8,4 miljard (bron: Thuiswinkel.org, GfK op basis van hu definitie, februari 2016). In 2005 was online winkelen nog goed voor circa 1,6% van de gehele retail, in 2015 was dit circa 8-9% (bron: omzetkengetallen 2015, detailhandel.info). Het aantal online bestelde pakketten is tussen 2010 en 2014 gegroeid van 90 naar 190 miljoen. Het internetaandeel varieert sterk per branche, maar neemt in vrijwel alle branches toe (vooral entertainment, consumentenelektronica, huishoudelijke artikelen, speelgoed en ook kleding). De prognoses voor de online marktaandelen variëren van

15% tot 85% in de entertainment. Deze aannames worden bevestigd door de laatste cijfers van ING (mei 2016 op basis van Thuiswinkel.org / GfK). De online marktaandeelen in 2014 en 2015 zijn berekend voor kleding (14%->16%), schoenen (16->19%), speelgoed (26%->33%) en elektronica (21% ->24%).

Desondanks zijn er nog weinig webwinkels die winst maken, de concurrentie is zeer groot en de tarieven staan onder druk. Fysieke en online verkoop gaan volledig integreren. In sectoren waar het fysieke product door technologische ontwikkelingen volledig verdwijnt, zullen winkels hun functie zien verschuiven naar persoonlijke service, afhaal en beleving. Overigens geeft zo'n tweederde van de webwinkels aan te overwegen zich op de een of andere wijze fysiek te vestigen. Uit onderzoek blijkt dat er vooral in het B-milieu van centra kansen liggen.

Verruiming winkeltijden

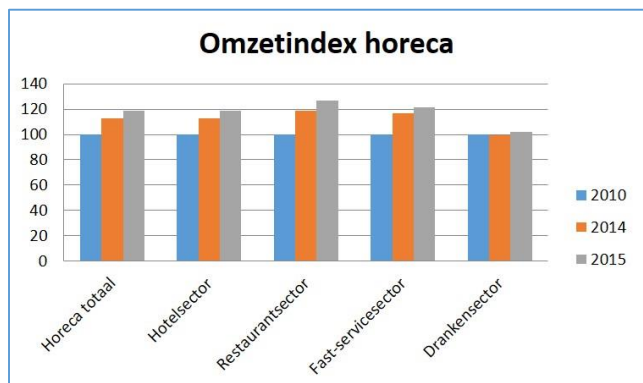
Vanwege veranderende consumentenwensen neemt de druk op verruiming van openingstijden toe. Veel gemeenten kennen een regime van koopzondagen of zijn alle zondagen open. Supermarkten realiseren eind 2014 3,35% van hun omzet op zondagen en eind 2015 4,2% (bron: GfK). Dit gaat vooral ten koste van de omzet op vrij- en zaterdag. Supermarkten zijn ook 's avonds open, en themacentra als woonboulevards en outletcentra zijn iedere zondag open. In veel gemeenten speelt een discussie om later open te gaan en later te sluiten of de koopavond op te heffen.

Beleving

Voor winkelgebieden geldt dat zij steeds meer zullen 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 authentieke beleving. Men wil 'value for money' en is kritisch bij de keuze van een winkelgebied.

Horeca en verblijf in de centrumgebieden

In de praktijk is zichtbaar dat het centrumbezoek en de horeca veranderen. In de horeca zien we nieuwe initiatieven zoals specialisatie en ambacht, fast en healthy food, en zijn er steeds meer buitenlandse keukens. De consument vertoont zappedrag om steeds weer nieuwe ervaringen op te doen, we zien allerlei pop-up-initiatieven en het groeiende belang van verblijf en beleving. De functie van de horeca in centrumgebieden wordt steeds belangrijker, ze fungeert vaak als huiskamer voor ontmoeting en verblijf. De terrascultuur heeft de afgelopen 10-20 jaar een enorme ontwikkeling doorgemaakt, het anti-rookbeleid heeft als bijeffect gehad dat de openbare ruimte intensiever gebruikt wordt, er is meer levendigheid op straat. De bestedingen in de horeca zijn de laatste jaren flink gestegen, met name bij de restaurants, fastservice en hotels, in minder mate in de drankensector (figuur). Ook de prognoses zijn gunstig:



Tabel B4.1: Verwachte groeitempo horeca-omzet

Jaar	2015	2016	2017	2018-2025 per jaar
Horeca	4,0%	3,0%	1,5%	1%
Hotels	3,2%	2,5%	1,5%	1%
Restaurants	6,3%	4,0%	2,5%	1,5%
Cafeteria & fastservice	3,7%	3,5%	1,5%	1%
Cafés	0,5%	1,0%	0,0%	0%

Bron: ING augustus 2016, cijfers 2015 CBS, prognoses 2016 en 2017. Prognose 2018-2025 is van Seinpost / ZKA.

Evenementen, acties en vermaak worden belangrijker voor een centrumgebied. Bij voorkeur wordt er zo vaak mogelijk iets georganiseerd: gezamenlijk of door de ondernemers individueel.

Dienstverlening en ambacht

Omdat steeds meer diensten worden gedigitaliseerd zie je dat het aanbod in deze sector afneemt. Dat is zichtbaar aan het verdwijnen van de postkantoren, de afname van het aantal bankfilialen en andere financiële dienstverleners, terugloop van reisbureaus e.d. De overige branches als verhuur, uitzendbureaus, makelaars e.d. vertonen een stabiel beeld. Binnen de ambacht is een groei van het aantal kapsalons en schoonheidssalons zichtbaar, mede een afgeleide van de beauty- en gezondheidstrends.

Bijlage 5 Distributieve analyses

Om het marktperspectief te bepalen voor de detailhandel in de gemeente Hardenberg is een aantal distributieve analyses uitgevoerd. Ook andere methoden geven een indruk of er in de gemeente sprake is van veel of weinig aanbod in de branches die geanalyseerd worden.

De winkel- en andere voorzieningen in de gemeente Hardenberg spelen in op de behoefte van verschillende doelgroepen. Dat zijn de inwoners van de gemeente en het omliggende gebied, de toeristen en recreanten en overige doelgroepen zoals passanten.

Draagvlak

De bevolkingsontwikkeling en prognoses luiden als volgt:

Tabel B5.1 Bevolkingsontwikkeling gemeente Hardenberg		
	Gemeente Hardenberg	Indexcijfer
2002	56.800	95
2005	57.900	97
2010	59.015	98
2015	59.575	99
Sept. 2016	60.000	100
2020	60.975	102
2025	61.700	103
2030	61.700	103

Bron: Primos maart 2016, en Woningmarktvisie 2013-2020

Het aantal inwoners in de gemeente is de laatste jaren blijven groeien. Volgens Primos en de Woningmarktvisie 2013-2020 stijgt het aantal naar 61.700 inwoners in 2025, een groei met 3% over bijna 10 jaar. Dat is een kleine groei te noemen. Daarna wordt een stabilisatie verwacht. Dat de bevolking blijft groeien komt met name door de grotere gezinnen en het aantal kinderen, beide staan garant voor een autonome groei (zie paragraaf 1.1).

Om de bestedingspotentie te bepalen worden de landelijke bestedingen (bron: www.detailhandel.info, omzetkengetallen 2015) gecorrigeerd op het inkomensniveau. Door het lagere inkomensniveau per inwoner in de gemeente (-15% t.o.v. Nederland, bron CBS) worden de bestedingen in de detailhandel naar beneden bijgesteld: met -7,5% in de niet-dagelijkse sector, en -3,75% in de dagelijkse sector.

Toerisme en recreatie

Het detailhandelsaanbod in de gemeente profiteert van de toeristen en recreanten die met name in het voorjaar en de zomermaanden in de regio verblijven. In het Vechtdal zijn dat 2,5 miljoen overnachtingen, in de gemeente Hardenberg 775.000 overnachtingen. Rekening houdend met uitwisseling van toeristische koopstromen tussen de gemeenten in de regio zal ongeveer € 5,7 miljoen aan extra omzet in de detailhandel van de gemeente Hardenberg terecht komen. Dat is

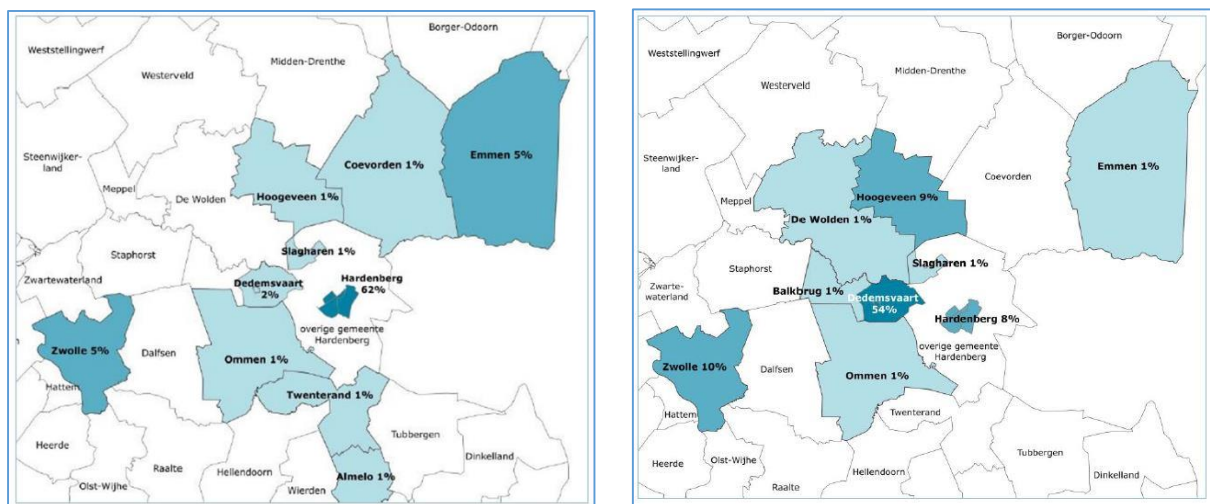
gebaseerd op landelijke bestedingen door toeristen per persoon per dag van € 7,50. De helft daarvan komt terecht in de dagelijkse sector, en de andere helft in de niet-dagelijkse sector, en daarbinnen voor circa 75% in de mode-luxe-branche. Qua locatie zal het grootste deel van de toeristische bestedingen in de kern Hardenberg terecht komen, en een kleiner deel in Dedemsvaart en de kleine kernen.

Concurrentie, positionering en detailhandelsplannen in de regio

De gemeente Hardenberg ondervindt concurrentie van aankooplocaties in de regio en daarbuiten. Dat geldt met name voor de niet-dagelijkse sector. De afvloeiing in de dagelijkse sector vanuit de kernen is namelijk niet zo groot en redelijk diffuus. Het is niet bekend waar die afvloeiing naar toe gaat, die kan wel veranderen onder invloed van bijvoorbeeld de zondagopenstelling buiten de eigen gemeente zoals in Ommen en Coevorden. Beide kernen kennen meerdere supermarkten in en rond het centrumgebied.

In de niet-dagelijkse sector is de afvloeiing vanuit de kern Hardenberg en Dedemsvaart als volgt, de cijfers geven een indicatie omdat ze gebaseerd zijn op een steekproef:

Figuren B5.1 en B5.2 Afvloeiing niet-dagelijkse sector kern Hardenberg en Dedemsvaart



Bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015, rapport kern Hardenberg en Dedemsvaart

De grootste bestemmingen om te gaan winkelen of doelgerichte aankopen te doen in de niet-dagelijkse sector zijn vanuit de kern Hardenberg Zwolle en Emmen met beide 5%. Daarna volgt Dedemsvaart met 2%. Verder naar allerlei kernen voor 1% of minder. Opvallend is dat zowel Ommen als Coevorden laag scoort met 1%: blijkbaar gaan de bewoners van de kern Hardenberg niet naar Coevorden (15.000 m² wvo detailhandel in centrum, 90 winkels) of Ommen (circa 13.000 m² wvo detailhandel in centrum, 80 winkels) om te winkelen. De afvloeiing naar internet met 12% valt binnen het totaal van 100%.

Dedemsvaart vertoont een ander beeld. Hier zie je een veel grotere invloed van Zwolle (10%) en Hoogeveen (9%) en daarna pas Hardenberg (8%). Dedemsvaart is veel minder op Emmen georiënteerd. De afvloeiing naar internet is 11%.

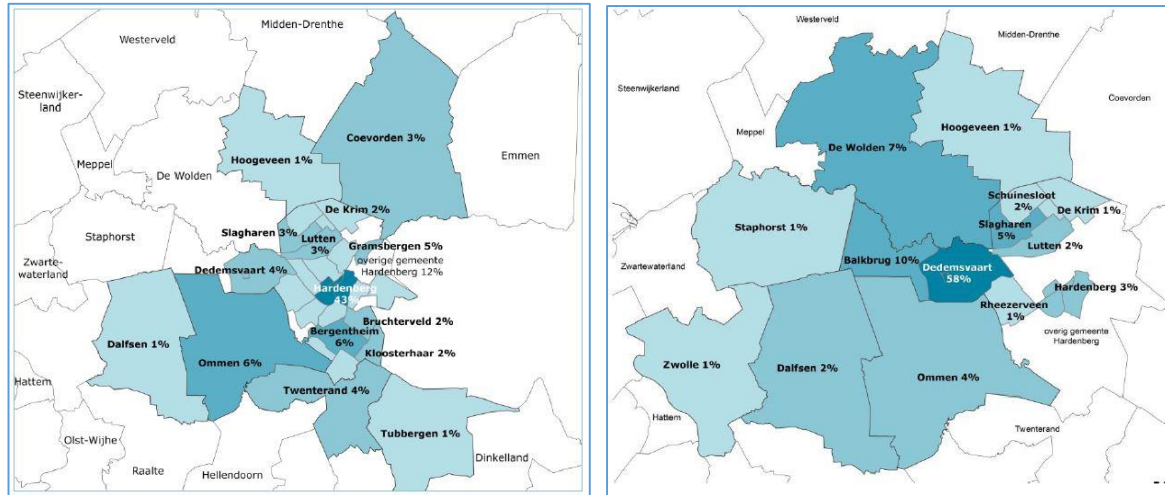
De koopkrachtafvloeiing op gemeenteniveau

In het Koopstromenonderzoek is geen rapportage beschikbaar van de totale gemeente Hardenberg, of van de kleinere kernen. Uit het Koopstromenrapport van bijvoorbeeld Ommen blijkt dat 6% van de niet-dagelijkse omzet te danken is aan klanten uit de gemeente Hardenberg. Dat is fors hoger dan de afvloeiing vanuit de kern Hardenberg. Dat betekent dat er vanuit de gemeente

Hardenberg veel meer in Ommen wordt gewinkeld dan de beide kaarten van de koopkrachtafvoeiing vanuit de kern Hardenberg en Dedemsvaart suggereren.

Toevloeiing

Figuren B5.3 en B5.4 Toevloeiing kern Hardenberg en Dedemsvaart



Bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015, rapport kern Hardenberg en Dedemsvaart

Hoog toevloeiingsaandeel

In de koopkrachttoevloeiing in de niet-dagelijkse sector blijken de kern Hardenberg (57%) en Dedemsvaart (42%) sterk afhankelijk van koopkracht van buiten de eigen kern. Omdat het een dunbevolkt verzorgingsgebied is, betekent dat 'deze klanten van buiten' gewend zijn om behoorlijke afstanden af te leggen. Het beeld is erg diffuus met lage omzetaandelen per kern, dit maakt zowel Hardenberg als Dedemsvaart relatief kwetsbaar als die klanten om wat voor reden dan ook niet meer of minder vaak komen. Beide winkelgebieden moeten dus aantrekkelijk blijven om deze klanten niet te verliezen. Ook de openingstijden spelen dan een rol als concurrerende winkelgebieden langer open zijn zoals tegenwoordig op zondag. Dat vergroot de concurrentie, ook als in die kernen de supermarkten op zondag open zijn en klanten gewend raken om daar dan de aankopen te verrichten ook in de niet-dagelijkse sector.

Weinig koopkrachtuitwisseling Hardenberg – Dedemsvaart

Opvallend is de geringe koopkrachtuitwisseling tussen de kern Hardenberg en Dedemsvaart. Bij een onderlinge afstand van circa 12 tot 14 kilometer blijkt slechts 4% van de niet-dagelijkse omzet in Hardenberg uit Dedemsvaart te komen, en is andersom 3% van de omzet in Dedemsvaart dankzij klanten uit de kern Hardenberg. Het blijken twee kernen die redelijk autonoom ten opzichte van elkaar functioneren, ieder met koopstromen die op de eigen kern of op andere kernen is gericht, en weinig op elkaar.

Functioneren 2010-2015 kern Hardenberg en Dedemsvaart

In het koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2015 is becijferd dat de kern Hardenberg in de periode 2010-2015 6% aan dagelijkse omzet heeft gewonnen, en 16% aan niet-dagelijkse omzet heeft verloren. In Dedemsvaart is de dagelijkse omzet met 1% gegroeid, en de niet-dagelijkse omzet met 18% gedaald.

Distributieve verkenning

De distributieve analyses kunnen uitgevoerd worden op het niveau waarop de koopstromen beschikbaar zijn. Binnen de gemeente Hardenberg zijn er alleen actuele cijfers van 2015 beschikbaar op het niveau van de kern Hardenberg en van Dedemsvaart, beide voor de dagelijkse

en niet-dagelijkse sector. Voor de laatste sector is nog een uitsplitsing gemaakt naar Mode-luxe, Woninginrichting en Doe-Het-Zelf omdat die koopstromen ook beschikbaar zijn. Voor de overige branchegroepen Vrije tijd (sport-spel, media, hobby) en Overige detailhandel zijn geen koopstroomgegevens gemeten waardoor er geen DPO-analyses kunnen worden uitgevoerd. De uitkomstentabel is weergegeven achterin deze bijlage.

De DPO-analyses zijn uitgevoerd met het aantal inwoners van 2015. Naar de toekomst toe zal het inwonertal slechts met enkele procenten veranderen, dat heeft een beperkte invloed op de uitkomsten. Ook worden er geen grote verschuivingen verwacht in de koopstromen als het aanbod versterkt wordt: hooguit een stabilisatie. De koopstromen zullen zich eerder geleidelijk blijven ontwikkelen zoals in de afgelopen 10 jaar als er weinig verandert.

- Het aanbod in m² wvo en de landelijke normatieve omzet per m² wvo leveren een omzetclaim per sector in de kern. Deze normatieve omzet per m² wvo is daarbij met 10% verlaagd. De kans is namelijk groot dat in deze regio de huisvestingslasten per m² lager zijn dan landelijk: wat betreft huurniveau of eigendomssituatie. De winkels kunnen dan normaal functioneren bij een iets lagere omzet per m² wvo;
- Het draagvlak wordt bepaald door het aantal inwoners in de kern te verrekenen met de koopstromen: hierbij worden de bestedingen gecorrigeerd op het inkomensniveau. De bestedingen in het internetkanaal worden erbij geteld, die zitten namelijk ook in de binding en afvloeiing. Omdat het online-marktaandeel in de dagelijkse sector heel gering is geldt die correctie alleen voor de niet-dagelijkse sector: 12% in Hardenberg en 11% in Dedemsvaart. Bij de bestedingspotentie wordt een bedrag opgeteld dankzij het toerisme. Die is aan het begin van deze bijlage toegelicht. Samen levert dat de omzetpotentie;
- Omzetclaim minus omzetpotentie levert de uitbreidingsruimte per sector.

Uitkomsten en DPO totaal tabel kern Hardenberg

De uitkomstentabel van de kern Hardenberg achterin deze bijlage komt erop neer dat het aanbod in de meeste branches redelijk in evenwicht is. Dat geldt voor de dagelijkse sector, de Mode-luxe en de Doe-Het-Zelf. De totale niet-dagelijkse sector heeft een over-aanbod van 17%, dat is -8.900 m² wvo. Hiervan heeft bijna de helft (-4.300 m² wvo) betrekking op de branche Woninginrichting.

De uitkomsten van de DPO-analyses geven een goede indruk van de distributieve mogelijkheden. Het bevestigt het beeld dat de omzet in de niet-dagelijkse sector in de periode 2010-2015 16% is terug gelopen. De marktmogelijkheden voor de verschillende sectoren kunnen ook afgeleid worden vanuit de andere analyses: hoe het aanbod zich in Hardenberg-kern ontwikkeld heeft (2002, 2008 en 2016 in bijlage twee), de benchmark (bijlage twee), en de verwachte bestedingsontwikkelingen tot 2025: met name de impact van de groei van online op de branches, zie bijlage drie. Uit de aanbodontwikkeling 2002-2008-2016 blijkt bijvoorbeeld dat de kern Hardenberg over een fors aanbod Plant & Dier beschikt, en uit de benchmark lijkt een fors aanbod Vrije tijd (sport, spel, media), en een ruim aanbod In/om Huis. Dit verklaart mogelijk het overschot aan niet-dagelijks aanbod dat op basis van de koopstromen niet onderbouwd kan worden.

De verschillende analyses leveren samen met het DPO de bijgaande totaal tabel, met de uitkomst of er perspectief is tot uitbreiding ja (kansrijk), nee (kansarm) of neutraal (wellicht).

Tabel B5.2 Totaaltabel afweging marktmogelijkheden detailhandel Hardenberg

Marktmogelijkheden branches					
Branche	Benchmark m2 kern Hardenberg	Aanbod-ontwikkeling 2002-2008-2016	DPO 2016	Bestedingstrends 2025	Conclusie markt
Dagelijks					
Mode-luxe		Na groei 2002-2008 stabiel			
Woninginrichting		Gedaald			
Doe-het-zelf		Gedaald			
Kansrijk					
Wellicht					
Kansarm					

De uitkomsten komen erop neer dat alleen in de dagelijkse sector en de mode-luxe het perspectief neutraal is (geen overschot en ook geen tekort). In de branches van In/om huis luidt de conclusie dat het perspectief om uit te breiden kansarm is.

Uitkomsten en DPO totaaltabel Dedemsvaart

In Dedemsvaart is dezelfde analyse uitgevoerd, de DPO-berekening is opgenomen achterin deze bijlage. Kansrijk om uit te breiden op basis van het DPO is de dagelijkse sector, met circa 500 m² wvo. Het beeld in de niet-dagelijks sector is kansarm. Dat is bevestigd door het Koopstromen-onderzoek 2015 waaruit is gebleken dat de niet-dagelijkse omzet in Dedemsvaart in de periode 2010-2015 met 18% is terug gelopen. Op basis van het DPO kunnen de bestaande meters vanuit de ingeschatte bestedingen, de gemeten koopstromen en de normatieve omzetten per m² wvo niet volledig onderbouwd worden, met name in de Mode-luxe en Woninginrichting. De koopstromen duiden op een lage omzet per m² wvo. Dan hoeft het nog niet zo te zijn dat het aanbod slecht functioneert. Bij lage huisvestingslasten kan het aanbod toch redelijk functioneren. Het overaanbod is echter wel een belangrijk signaal. Het Doe-Het-Zelfaanbod is in Dedemsvaart een kleine sector met een beperkt overschot.

Net als in Hardenberg is via verschillende analyses te bepalen of er perspectief is om het aanbod uit te breiden:

Tabel B5.3 Totaaltabel afweging marktmogelijkheden detailhandel Dedemsvaart

Marktmogelijkheden branches					
Branche	Benchmark m2 kern Dedemsvaart	Aanbod-ontwikkeling 2002-2008-2016	DPO 2016	Bestedingstrends 2025	Conclusie markt
Dagelijks		Aanbod gegroeid			
Mode-luxe					
Woninginrichting					
Doe-het-zelf					
Kansrijk					
Wellicht					
Kansarm					

Op basis van de benchmark met vergelijkbare woonplaatsen, de aanbodontwikkeling 2002-2008-2016, het DPO én de landelijke bestedingsontwikkelingen blijkt dat de branches in de niet-dagelijkse sector neutraal scoren, en dat de dagelijkse sector kansrijk is om uit te breiden.

DPO kleine kernen

De laatste koopstromen op het niveau van de kleine kernen zijn van 2010. Die zijn eigenlijk niet meer betrouwbaar, zeker als de steekproef aan de kleine kant is geweest. Het is beter om op hoofdlijnen naar het draagvlak en het aanbod te kijken, en naar de afstand tot een grotere plaats met een ruim detailhandelaanbod. Hierbij is dan geen rekening gehouden met mogelijke toeristische toevloeiing of overige doelgroepen zoals passanten. Zeker in kleine kernen kan zo'n aandeel substantieel zijn.

Tabel B5.4 Draagvlak-aanbod analyse kleine kernen

Kern	Inwoners	Dagelijks aanbod	Afstand grotere kern	Perspectief
Balkbrug	3.700	1.055	5 km (Dedemsvaart)	Voldoende
Bergentheim	4.500	1.170	5 km (Hardenberg)	Goed
De Krim	2.000	735	8 km (Coevorden)	Matig
Gramsbergen	3.700	1.350	5 km (Hardenberg)	Voldoende
Slagharen	4.200	1.055	8 km (Ded. En Hard.)	Goed

Eigenlijk liggen alle vijf de dorpen op een behoorlijke afstand van de grotere kernen met een ruim detailhandelsaanbod (Dedemsvaart, Hardenberg, Coevorden e.d.). Dat is relatief gunstig voor het perspectief in de dagelijkse sector. Tenslotte zal een belangrijk deel van de boodschappen dan in het eigen dorp gedaan worden.

Met meer dan 4.000 inwoners en circa 1.000 – 1.100 m² wvo dagelijks aanbod scoren Bergentheim en Slagharen goed, met iets minder inwoners scoren Balkbrug en Gramsbergen voldoende. De Krim heeft het minste aantal inwoners en ook een beperkt dagelijks aanbod. Mogelijk dat het perspectief hier matig is. De vernieuwing van het aanbod in De Krim is echter zo goed als klaar, zie bijlage twee.

Het is niet betrouwbaar om een DPO-analyse ook uit te voeren voor de niet-dagelijkse sector. Die functies zijn vaak zo specifiek, met een eigen verzorgingsgebied en een specifieke klantenkring dat daar weinig over gezegd kan worden. Een ruim niet-dagelijks aanbod is wel gunstig voor de dagelijkse sector omdat ze dan gezamenlijk meer trekkracht genereren. Dat is bijvoorbeeld in Balkbrug, Gramsbergen en Slagharen het geval.

Tabel B5.5 Distributieve berekeningen Hardenberg

Hardenberg						
Uitbreidingsruimte aanbod t.o.v. potentie 2016						
Branche	Meters en omzetclaim per m2 wvo					
	Aanbod	Normomzet -10%	Omzetclaim			
	Dagelijks	10.575	€ 6.480	€	68.526.000	
	Niet-dagelijks	51.438	€ 1.665	€	85.644.270	
	Mode-luxe	12.894	€ 2.552	€	32.899.041	
	Woninginrichting doe-het-zelf	12.555 7.884	€ 1.035 € 1.170	€	12.994.425 9.224.280	
Branche	Bestedingen					
	Inwoners	Binding	Toevloeiing	Correctie inkomen / internet	Toerisme	Potentie
	18.975	89%	38%	€ 2.357	€ 1.282.500	€ 65.485.912
	18.975	62%	57%	€ 2.457	€ 1.995.000	€ 69.211.831
	18.975	53%	63%	€ 1.058	€ 1.496.250	€ 30.239.529
	18.975 18.975	50% 90%	61% 58%	€ 330 € 180		€ 8.027.885 € 7.318.929
Branche	Vershil In metrage m2 wvo % afwijking					
	€					
	Dagelijks	-3.040.088	-422	-4%		
	Niet-dagelijks	-16.432.439	-8.882	-17%		
	Mode-luxe	-2.659.512	-938	-7%		
	Woninginrichting doe-het-zelf	-4.966.540 -1.905.351	-4.319 -1.466	-34% -19%		

Tabel B5.6 Distributieve berekeningen Dedemsvaart

Dedemsvaart						
Uitbreidingsruimte aanbod t.o.v. potentie 2016						
Branche	Meters en omzetclaim per m2 wvo					
	Aanbod	Normomzet -10%	Omzetclaim			
Dagelijks	5.663	€ 6.480	€	36.696.240		
Niet-dagelijks	20.488	€ 1.665	€	34.112.520		
Mode-luxe	7.600	€ 2.552	€	19.391.400		
Woninginrichting	6.756	€ 1.035	€	6.992.460		
doe-het-zelf	2.442	€ 1.170	€	2.857.140		
Branche	Draagvlak, koopstromen en potentie			Bestedingen		
	Inwoners	Binding	Toevloeiing	Correctie inkomen / internet	Toerisme	Potentie
Dagelijks	12.480	86%	37%	€ 2.339	€ 285.000	€ 40.130.520
Niet-dagelijks	12.480	54%	42%	€ 2.390	€ 285.000	€ 28.060.374
Mode-luxe	12.480	47%	46%	€ 1.029	€ 214.000	€ 11.390.494
Woninginrichting	12.480	39%	38%	€ 337		€ 2.645.559
doe-het-zelf	12.480	70%	27%	€ 193		€ 2.309.655
Branche	Verschil	In metrage m2 wvo	% afwijking			
	€					
Dagelijks	€ 3.434.280	477	8%			
Niet-dagelijks	€ -6.052.146	-3.026	-15%			
Mode-luxe	€ -8.000.906	-2.822	-37%			
Woninginrichting	€ -4.346.901	-3.780	-56%			
doe-het-zelf	€ -547.485	-421	-17%			

Bijlage 6 Gebiedsprofielen per locatie⁸

⁸ Bron cijfers in gebiedsprofielen: Locatus april 2016.

Centrum Hardenberg

Verzorgingsfunctie: regionaal
 Aantal inwoners kern: ±19.000

Aanbod in aantallen

Winkels	117
Horeca	21
Cultuur/ontspanning	6
Dienstverleners	35
Leegstand	27
Totaal	206

Winkelaanbod in aantallen en m² wvo

Dagelijks	30	7.472 m ²
Mode & Luxe	53	11.819 m ²
Vrije Tijd	9	1.752 m ²
In/Om Huis	20	2.826 m ²
Detailhandel overig	5	392 m ²
Totaal	117	24.261 m²

Leegstand in aantallen en m² wvo

Aanvang/frictie	15	2.943 m ²
Langdurig	5	659 m ²
Structureel	7	1.110 m ²
Totaal	27	4.712 m²

Trekkers

- Action
- Albert Heijn
- Aldi
- Hema
- Jumbo
- Lidl

Filialiseringsgraad 42%

SWOT

Sterkte - Supermarkten in/nabij centrum - Vrij compleet aanbod aan dagelijkse en niet-dagelijkse winkels - Openbare ruimte netjes ingericht -BIZ en centrummanager actief in centrum - Actieplan in uitvoering	Zwakte - Loopafstanden te groot - Kernwinkelgebied onvoldoende compact - Geen duidelijke brancheringsprofielen - Betaald parkeren - Leegstand in kernwinkelgebied - Marktplein mist sfeer/verblijf - Routing niet optimaal - Mist verblijfsgebied - Hoge filialiseringsgraad
Kans - Creëren van foodcluster in centrum - Verlengen BIZ - Toename belang van beleving - Meer synergie met recreatie en toerisme - Stimuleren MKB ondernemerschap	Bedreiging - Overschot aan winkelvierkante meters -Veranderd koopgedrag en verschuiving naar online aankopen - Samenwerking tussen ondernemers en eigenaren moet worden vergroot

Parkeren

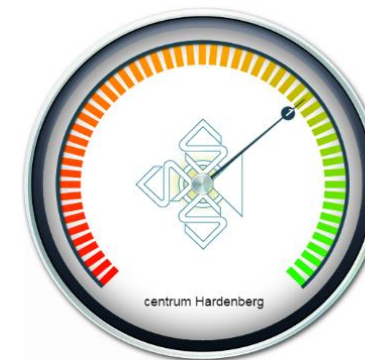
Primair: Gedempte Haven, Van Wevelinckhovenplein, Israël Emanuelplein, Wilhelminaplein en Lage Doelen.
 Secundair: LOC+ en gemeentehuis

Sfeer/karakter

Het centrum bestaat uit twee gebieden: het gebied rondom de Voorstraat dat vanuit de historie een belangrijke winkelfunctie heeft en het nieuw gerealiseerde deel van het centrum rondom het Marktplein. Het openbaar gebied ziet er verzorgd uit, maar het winkelgebied mist sfeer, eigenheid en gezelligheid. Er ligt een belangrijke opgave in het vergroten van de verblijfsfunctie en de sfeer in het centrum.



Beoordeling centrum Hardenberg



Centrum Dedemsvaart

Verzorgingsfunctie: bovenlokaal
 Aantal inwoners kern: ±12.500

Aanbod in aantallen

Winkels	68
Horeca	22
Cultuur/ontspanning	2
Dienstverleners	16
Leegstand	13
Totaal	121

Winkelaanbod in aantallen en m² wvo

Dagelijks	20	5.270
Mode & Luxe	27	7.600
Vrije Tijd	6	903
In/Om Huis	12	1.647
Detailhandel overig	3	359
Totaal	68	15.779

Leegstand in aantallen en m² wvo

Aanvang/frictie	7	3.073
Langdurig	4	1.003
Structureel	2	1.294
Totaal	13	5.370

Trekkers

- Albert Heijn
- Jumbo
- Aldi
- Action
- Hema

Filialiseringsgraad 37%

SWOT

Sterkte - vrij compleet aanbod dagelijks - Blauwe zone parkeren - BIZ in centrum - betrokkenheid bij kern - openbare ruimte goed verzorgd	Zwakte - loopafstand te groot - geen aaneengesloten winkellint - hoge leegstand, middenin kernwinkelgebied - mist verblijfsgebied - beschikbare parkeerterruimte Markt - hoge filialiseringsgraad
Kans - breed straatprofiel, ruimte voor sfeer/verblijf - Nabijheid van de Vaart - Meer synergie met recreatie en toerisme - Investeringsbereidheid bij enkele ondernemers / vastgoedeigenaren	Bedreiging - Marktstraat dreigt in verval te raken - Overschot aan winkelvierkante meters - Veranderd koopgedrag en verschuiving naar online aankopen - Samenwerking tussen ondernemers en eigenaren moet worden vergroot

Parkeren

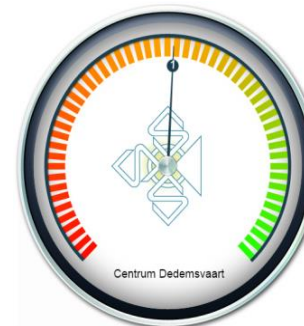
Primair: Markt en langs Julianastraat
 Secundair: parkeerterrein Aldi / oude locatie Jumbo en parkeerterrein De Baron

Sfeer/karakter

Het openbaar gebied ziet er verzorgd uit. De Julianastraat kenmerkt zich door een breed straatprofiel en shared space. De straat biedt volop ruimte, maar tegelijkertijd een opgave om intimiteit en een verblijfsfunctie te creëren. Op de Markt domineert de parkeerfunctie, waardoor sommige andere functies (bijv. de Markthal) onvoldoende tot hun recht komen.



Beoordeling centrum Dedemsvaart



Balkbrug

Verzorgingsfunctie: lokaal
 Aantal inwoners kern: ±3.700

Aanbod in aantallen

Winkels	20
Horeca	9
Cultuur/ontspanning	1
Dienstverleners	7
Leegstand	5
Totaal	42

Winkelaanbod in aantallen en m² wvo⁹

Dagelijks	6	1.268
Mode & Luxe	1	215
Vrije Tijd	0	0
In/Om Huis	12	3.057
Detailhandel overig	1	203
Totaal	20	4.743

Leegstand in aantallen en m² wvo

Aanvang/fRICTIE	4	217
Langdurig	1	157
Structureel	0	0
Totaal	5	374

Trekkers

- Plus-supermarkt

SWOT

Sterkte - Ligging aan doorgaande weg en bereikbaarheid - Gratis parkeergelegenheid - Basis dagelijkse winkels aanwezig - Behoorlijk groot horeca-aanbod - Enkele doelgerichte winkel met eigen trekkracht	Zwakte - Inrichting openbare ruimte - 5 leegstaande panden - Weinig geclusterd (verspreid) - Uitstraling winkelgebied - verkeersfunctie
Kans - Toerisme in de omgeving - Aanpak en concentratie van het winkelaanbod - Voldoende perspectief draagvlak	Bedreiging - Bevolking groeit niet of nauwelijks - Concurrentie andere winkelgebieden in gemeente - Investerings blijven achter bij andere winkelgebieden in de omgeving.

Parkeren

Primair: parkeerterrein Plus-supermarkt en langs N377.

Sfeer/karakter

De verkeersfunctie domineert het winkelgebied van Balkbrug. Dat beeld wordt versterkt door de spreiding van de winkel- en horecafuncties. Het gebied wordt daardoor niet beleefd als winkel/boodschappen gebied.



Beoordeling Balkbrug



⁹ Gecorrigeerd voor uitbreiding Plus-supermarkt.

Bergentheim

Verzorgingsfunctie: lokaal
 Aantal inwoners kern: ±4.500

Aanbod in aantallen

Winkels	10
Horeca	3
Cultuur/ontspanning	2
Dienstverleners	7
Leegstand	2
Totaal	24

Winkelaanbod in aantallen en m² wvo

Dagelijks	4	1.173
Mode & Luxe	0	0
Vrije Tijd	1	50
In/Om Huis	5	322
Detailhandel overig	0	0
Totaal	10	1.545

Leegstand in aantallen en m² wvo

Aanvang/frictie	0	0
Langdurig	0	0
Structureel	2	278
Totaal	2	278

Trekkers

- Plus-supermarkt

SWOT

Sterkte - Concentratie winkelfunctie - Centrale ligging - Gratis parkeergelegenheid - Bijna compleet aanbod dagelijkse winkels	Zwakte - Uitstraling winkelgebied - Openbare ruimte enigszins gedateerd
Kans - Aanpak openbare ruimte in combinatie met investeringsimpuls panden - Goed perspectief draagvlak	Bedreiging - Bevolking groeit niet of nauwelijks - Concurrentie andere winkelgebieden in gemeente - Investerings blijven achter bij andere winkelgebieden in de omgeving.

Karakter/sfeer

Het winkelaanbod van Bergentheim ligt geconcentreerd rond het Doctor J.H.C. Bastingplein, waardoor combinatiebezoek goed mogelijk is. Het plein is functioneel ingericht. De openbare ruimte is enigszins gedateerd.

Parkeren

Primair: Doctor J.H.C. Bastingplein



Beoordeling Bergentheim



De Krim

Verzorgingsfunctie: regionaal
 Aantal inwoners kern: ±2.000

Aanbod in aantallen

Winkels	9
Horeca	4
Cultuur/ontspanning	1
Dienstverleners	4
Leegstand	1
Totaal	19

Winkelaanbod in aantallen en m² wvo

Dagelijks	2	735
Mode & Luxe	3	371
Vrije Tijd	0	0
In/Om Huis	3	108
Detailhandel overig	1	50
Totaal	9	1.264

Leegstand in aantallen en m² wvo

Aanvang/frictie	0	0
Langdurig	1	165
Structureel	0	0
Totaal	1	165

Trekkers

- COOP-compact

SWOT

Sterkte - Inrichting openbare ruimte - Compact en geclusterd bijeen - Uitstraling passend bij dorpsfunctie - Slechts 1 pand leeg	Zwakte - Omvang aanbod beperkt - Inwoners in eigen kern beperkt
Kans - Sociale cohesie / klantentrouw	Bedreiging - Matig perspectief draagvlak - Bevolking groeit niet of nauwelijks - Concurrentie andere winkelgebieden in gemeente

Karakter/sfeer

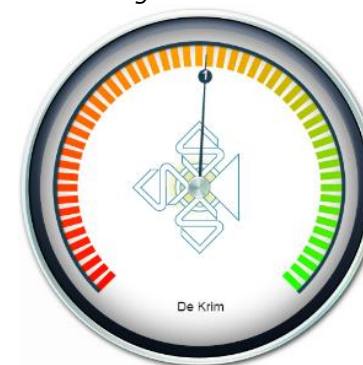
Het winkelgebied van de Krim is recent aangepakt en bijna helemaal afgerond. De winkels zijn geconcentreerd rondom het Turfstekersplein. Het winkelgebied ziet er verzorgd uit en heeft de uitstraling die past bij de schaal en maat van De Krim.

Parkeren

Primair: Turfstekersplein



Beoordeling De Krim



Gramsbergen

Verzorgingsfunctie: lokaal
 Aantal inwoners kern: ±3.700

Aanbod in aantallen

Winkels	18
Horeca	8
Cultuur/ontspanning	2
Dienstverleners	9
Leegstand	3
Totaal	40

Winkelaanbod in aantallen en m² wvo

Dagelijks	5	1.349
Mode & Luxe	2	295
Vrije Tijd	2	75
In/Om Huis	8	3.718
Detailhandel overig	1	25
Totaal	18	5.462

Leegstand in aantallen en m² wvo

Aanvang/frictie	1	95
Langdurig	1	94
Structureel	1	200
Totaal	3	389

Trekkers

- Plus-supermarkt

SWOT

Sterkte - Inrichting openbare ruimte - Bijna compleet aanbod dagelijkse winkels - Historisch dorpshart - Gratis parkeren - Bereikbaarheid - leegstand beperkt	Zwakte - Geen aaneengesloten winkelgebied - Weinig geclusterd - Trekker buiten centrum (solitair)
Kans - Toerisme en recreatie - Voldoende perspectief draagvlak	Bedreiging - Bevolking groeit niet of nauwelijks - Concurrentie andere winkelgebieden in gemeente

Karakter/sfeer

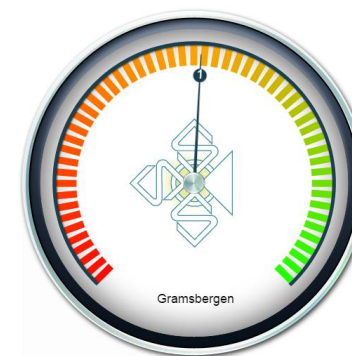
Net buiten het centrum tegenover het station is de Plus-supermarkt met parkeergelegenheid. De openbare ruimte is vrij recent aangepast en ziet er verzorgd uit.

Parkeren

Primair: De Oostermaat bij supermarkt en langsparkeren op diverse plekken in dorps hart.



Beoordeling Gramsbergen



Slagharen

Verzorgingsfunctie: lokaal
 Aantal inwoners kern: ±4.200

Aanbod in aantallen

Winkels	17
Horeca	9
Cultuur/ontspanning	2
Dienstverleners	5
Leegstand	2
Totaal	35

Winkelaanbod in aantallen en m² wvo

Dagelijks	4	1.054
Mode & Luxe	3	525
Vrije Tijd	0	0
In/Om Huis	8	2.772
Detailhandel overig	2	1.944
Totaal	17	6.295

Leegstand in aantallen en m² wvo

Aanvang/frictie	0	0
Langdurig	2	169
Structureel	0	0
Totaal	2	169

Trekkers

- Jumbo

SWOT

Sterkte - Inrichting openbaar gebied - Gratis parkeren - Leegstand beperkt - Prettige sfeer en uitstraling	Zwakte - Verkeersfunctie door winkelgebied - Soms wat rommelig door reclameborden - Geen aaneengesloten winkelgebied
Kans - Meer benutten toerisme en recreatie - Goed perspectief draagvlak	Bedreiging - Bevolking groeit niet of nauwelijks - Concurrentie andere winkelgebieden in gemeente - Verschraling overig voorzieningenaanbod

Karakter/sfeer

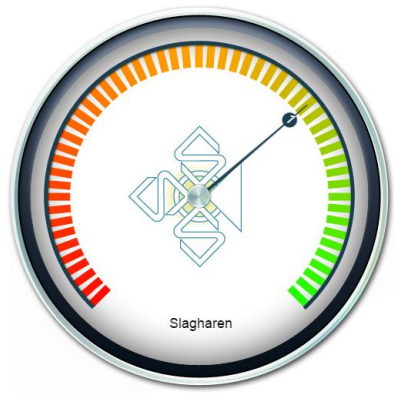
De openbare ruimte ziet er verzorgd uit. De winkels zijn gevestigd aan beide zijden van de Herenstraat. Er is geen sprake van een aaneengesloten winkellint en de verkeersfunctie is duidelijk aanwezig. In de zomer staan er diverse terrasjes uitgesteld die het verblijfsklimaat in Slagharen vergroten.

Parkeren

Primair: Parkeerterrein en langsparkeren Herenstraat



Beoordeling Slagharen



Haardijk

Verzorgingsfunctie: regionaal
 Aantal inwoners kern: ±19.000

Aanbod in aantallen

Winkels	10
Horeca	0
Cultuur/ontspanning	0
Dienstverleners	2
Leegstand	0
Totaal	12

Winkelaanbod

Dagelijks	0	0
Mode & Luxe	0	0
Vrije Tijd	0	0
In/Om Huis	10	18.700
Detailhandel overig	0	0
Totaal	10	18.700

Leegstand

Aanvang/frictie	0	0
Langdurig	0	0
Structureel	0	0
Totaal	0	0

Trekkers

- Gamma
- Praxis
- Jysk
- Welkoop
- Leen Bakker
- Kwantum

SWOT

Sterkte - ligging nabij belangrijke uitvals- en toegangswegen - PDV geclusterd - Geen leegstand - Voldoende parkeervoorziening - Zichtlocaties	Zwakte - Mogelijkheden voor verdere clustering beperkt
Kans - aantrekkelijke markt doet-het-zelf en woninginrichting - Omni-channel - Sfeer en beleving invoeren binnen winkelconcept	Bedreiging - Monofunctionele locaties onder druk

Karakter/sfeer

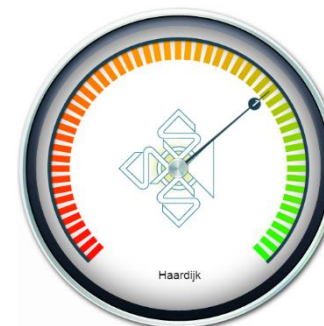
Verzorgde PDV locatie met bekende landelijk formules. Voldoende parkeergelegenheid op korte afstand van de diverse winkels. Er is geen sprake van leegstand. Functioneel en verzorgd.

Parkeren

Primair: Lange Spuit en Kollergang



Beoordeling Haardijk



Bijlage 7 Resultaten online enquête

Algemene resultaten

Tabel B7.1 Respons naar kern¹⁰

Gebied	Aantal enquêtes
BIZ-gebied/centrum Hardenberg	47
BIZ-gebied/centrum Dedemsvaart	21
Slagharen	6
Elders in de gemeente	3
Elders in Hardenberg	2
Balkbrug	2
Gramsbergen	1
Bergentheim	1
Totaal	83

Tabel B7.2 Stellingen detailhandelsbeleid

	Helemaal mee eens	Mee eens	Neutraal	Mee oneens	Helemaal mee oneens
De gemeente moet een actieve rol spelen in het compactiseren van de centra van Hardenberg en Dedemsvaart	35%	23%	16%	9%	17%
Afhaalpunten en Pick up points horen niet thuis op de bedrijfsterreinen in de gemeente Hardenberg	21%	24%	28%	12%	15%
De gemeente moet zich inspannen om de boodschappenfunctie in de kleinere kernen zoveel mogelijk op orde te houden	39%	28%	21%	3%	9%

Tabel B7.3 Top 10 prioriteiten detailhandelsbeleid gemeente

	Gebied	Aantal
1	Parkeerbeleid/ gratis parkeren	25
2	Centraliseren / compactiseren	9
3	Soepele wet & regelgeving / regelvermindering	5
4	Diversiteit stimuleren	5
5	Leegstand aanpakken / voorkomen	5
6	Sfeer / aankleding	4
7	Actiever / onderscheidend tov andere gemeenten	3
8	Starters / tijdelijke winkels / winkelaanbod stimuleren	3

¹⁰ Resultaten voor kernen met een respons lager dan 5 enquêtes zijn niet nader uitwerkt door te lage betrouwbaarheid.

9	Samenwerking stimuleren	3
10	Promotie / evenementen	3

Resultaten centrum/BIZ-gebied Hardenberg

Tabel B7.4 Respons centrum Hardenberg naar branches

Branches	Aantal
Dienstverlening	7
Kleding & mode	6
Levensmiddelen	5
Horeca	5
Persoonlijke verzorging	4
Ambachten	3
Juwelier & optiek	3
Schoenen & lederwaren	3
Huishoudelijk & luxe artikelen	3
Plant & dier	2
Mix	2
Warenhuis	1
Doe-het-zelf	1
Sport & spel	1
Toerisme	1
Totaal	47

Tabel B7.5 Beoordeling aspecten centrum Hardenberg

Aspect	Gem. cijfer	Aspect	Gem. cijfer
Aantal winkels	6,2	Sfeer	5,5
Kwaliteit winkels	5,9	Onderhoud en presentatie panden	5,7
Prijsniveau	6,0	Onderhoud en aankleding openbaar gebied	5,4
Brancheverdeling	5,3	Veiligheid	6,2
Bereikbaarheid per auto	5,5	Aantal horecabedrijven	6,1
Bereikbaarheid per fiets/brommer	6,9	Wisselwerking horeca en detailhandel	5,6
Bereikbaarheid per OV	6,5	Samenwerking tussen ondernemers	5,7
Parkeergelegenheden	5,6	Promotie/evenementen	6,3
Laad- en losmogelijkheden	6,0		

Tabel B7.6 Top 10 kansen en bedreigingen centrum Hardenberg

	Kans	Aantal		Bedreiging	Aantal
1	Gratis parkeren	12	1	Leegstand	24
2	Samenwerking	8	2	Betaald parkeren	16
3	Compacter	6	3	Parkeerbeleid	9
4	Zondagsopenstelling	6	4	Onvoldoende clustering	5
5	Promotie/activiteitenprogramma	6	5	Huurprijzen	4
6	Parkeerbeleid aanpassen	5	6	Online	4
7	Meer horeca	4	7	Te veel winkelvierkante meters	3
8	Regiofunctie	3	8	Te weinig diversiteit	3
9	Huurprijzen verlagen	3	9	Onvoldoende samenwerking	3
10	Beleving toevoegen	3	10	Ontbreken zondagsopenstelling	3

Tabel B7.7 Ontwikkeling centrum Hardenberg afgelopen jaren

Gebied	Aantal	Percentage
Beter	2	4%
Geen verschil	5	11%
Slechter	37	79%
Niet ingevuld	3	6%
Totaal	47	100%

Tabel B7.8 Toelichting ontwikkeling centrum Hardenberg afgelopen jaren

Slechter	Aantal	Slechter	Aantal
Sluiten winkels / leegstand	20	Minder variatie aanbod	1
Parkeerbeleid / betaald parkeren	8	Verloop consumenten buitengebied	1
Minder passanten/ publiek	4	Ontbreken ondernemerschap	1
Online	2	Spreiding activiteiten	1
Ontbreken zondagsopenstelling	2	Weinig aanbod	1
Ontwikkelingen marktplein	2	huurprijzen	1
Ontbreken gezelligheid	2	Aanloopgebieden niet aangepakt	1
Minder bezoek ma t/m do	2	Afvloeiing andere dorpen	1
Achterblijven openingstijden	2	parkeercapaciteit	1
Onderhoud panden	1	Geen verschil	Aantal
Teveel winkel m ²	1	Eigen verkoopcijfers goed, maar leegstand verontrustend	1
Economische situatie	1	Meer leegstand, maar wel meer mensen die hier aan werken	1
Geen vaste evenementen	1	Beter	Aantal
Toeristenbelasting gestegen	1	Klantvriendelijk en snel helpen	1
Consument koopt minder	1		
Kwaliteit winkels	1		

Tabel B7.9 Ontwikkeling centrum Hardenberg toekomst zonder ingrijpen

Gebied	Aantal	Percentage
Beter	3	6%
Geen verschil	3	6%
Slechter	38	81%
Niet ingevuld	3	6%
Totaal	47	100%

Tabel B7.10 Toelichting centrum Hardenberg toekomst zonder ingrijpen

Slechter	Aantal	Slechter	Aantal
Verpaupering / leegstand	6	Verplaatsen van randen naar kwg	1
Parkeerbeleid	4	Kan bijna niet slechter	1
Economie trekt niet aan	2	Meer activiteiten	1
Geen reden om van buiten te komen	2	Koopzondagen	1
Nog minder winkelaanbod	2	Andere invulling leegstaande panden	1
Samenwerking ontbreekt	2	Geen verschil	Aantal
Te weinig onderscheidend	1	Onderscheidend blijven	1
Ontbreken toekomstvisie	1	Slechter kan niet	1
Niet meegaan met de tijd	1	Beter	Aantal
Dedemsvaart als concurrent	1	Geen toelichting	3
Verhuizen naar elders	1		

Tabel B7.11 Prioriteiten voor centrum Hardenberg

	Prioriteiten	Aantal
1	Betaald parkeren afschaffen	14
2	Parkeerbeleid herzien	11
3	Compacter	10
4	Samenwerking/eenheid	8
5	zondagsopenstelling	6
6	Winkelaanbod/diversiteit	5
7	Beleving	4

Resultaten centrum/BIZ-gebied Dedemsvaart

Tabel B7.12 Respons centrum Dedemsvaart naar branches

Branches	Aantal
Levensmiddelen	4
Diensten	3
Media	3
Persoonlijke verzorging	2

Ambacht	1
Doe-het-zelf	1
Huishoudelijk & luxe artikelen	1
Kleding & mode	1
Plant & dier	1
Bruin- & witgoed	1
Mix	1
Bewoner	1
Vastgoedeigenaar	1
Totaal	21

Tabel B7.13 Beoordeling aspecten centrum Dedemsvaart

Aspect	Gem. cijfer	Aspect	Gem. cijfer
Aantal winkels	6,6	Sfeer	6,3
Kwaliteit winkels	7,2	Onderhoud en presentatie panden	6,4
Prijsniveau	7,2	Onderhoud en aankleding openbaar gebied	6,9
Brancheverdeling	6,6	Veiligheid	6,2
Bereikbaarheid per auto	7,7	Aantal horecabedrijven	7,9
Bereikbaarheid per fiets/brommer	8,3	Wisselwerking horeca en detailhandel	6,4
Bereikbaarheid per OV	6,2	Samenwerking tussen ondernemers	6,0
Parkeergelegenheden	6,9	Promotie/evenementen	6,7
Laad- en losmogelijkheden	6,5		

Tabel B7.14 Kansen en bedreigingen centrum Dedemsvaart

Kans	Aantal keer	Kans	Aantal keer
Samenwerking (vergroten)	4	Clustering	1
Parkeergelegenheid (versterken)	4	Veilig	1
Aantrekkelijkheid winkelaanbod	3	Gevarieerd aanbod	1
Bereikbaarheid	3	BIZ blijft	1
Toerisme	3	Starters	1
Verblijfsklimaat versterken (iets extra's toevoegen)	3	Kleine ondernemers ondersteunen	1
Leegstand bestrijden/verbloemen	2	Internet	1
Sfeervol/uitstraling	2	Voetgangersgebied	1
koopgebied	1	Koopzondag (verdelen over gemeente)	1
Onderscheiden	1	Kwaliteit winkels	1
Aantrekkingskracht markt vergroten	1	Wegvallen andere gebieden	1
Toegankelijkheid	1	Fysieke beleving	1

Weet niet	1		
-----------	---	--	--

Bedreiging	Aantal keer	Bedreiging	Aantal keer
Leegstand	11	Geen diploma nodig voor kapsalon	1
Onvoldoende samenwerking ondernemers	5	Ketens weinig binding	1
Internet	4	Weinig activiteiten	1
Parkeren	3	Centrum niet af	1
Versnipperd aanbod/ verplaatsen winkels	3	Strenge handhaving	1
Geen zondagsopenstelling	3	Branchevervaging	1
Winkelaanbod	2	Bestemmingsplan	1
Houding ondernemers	1	Beleid gemeente	1
Huurprijzen	1	Concurrentie	1
Teveel wonen	1	Geen	1

Tabel B7.15 Ontwikkeling centrum Dedemsvaart afgelopen jaren

Gebied	Aantal	Percentage
Beter	2	9,5%
Geen verschil	0	0%
Slechter	17	81%
Niet ingevuld	2	9,5%
Totaal	21	100%

Tabel B7.16 Toelichting ontwikkeling centrum Dedemsvaart afgelopen jaren

Slechter	Aantal	Slechter	Aantal
Leegstand	6	Saamhorigheid verdwenen	1
Verplaatsing/ontwikkeling Markt	6	Parkeren	1
Afname aanbod	3	Winkels failliet door internet	1
Verdwijnen ketens	1	Beter	Aantal
Supermarkten steeds groter deel	1	Parkeren	1
Handhaving	1	Geen bouwput meer	1
Aanbod niet compleet	1	Openbaar gebied en infra beter	1
Niet profiteren aantrekkende economie	1		

Tabel B7.17 Ontwikkeling centrum Dedemsvaart toekomst zonder ingrijpen

Gebied	Aantal	Percentage
Beter	1	4,8%
Geen verschil	0	0%
Slechter	18	85,7%
Niet ingevuld	2	9,5%
Totaal	21	100%

Tabel B7.18 Toelichting ontwikkeling centrum Dedemsvaart toekomst zonder ingrijpen

Slechter	Aantal	Slechter	Aantal
Ondernemersspirit en samenwerking	1	Weinig winkels over	1
Huurprijzen	2	Omzet/verdienmodel onder druk	1
Stilstand is achteruitgang	1	Ontwikkeling in de branche	1
Verplaatsing richting Markt	1	Panden vullen	1
Winkelgebied minder aantrekkelijk	1	Parkerfaciliteiten stimuleren doelgericht bezoek	1
Beleving mist/werken aan sfeer	4	Beter	Aantal
Consument binden aan dorp	1	Goed onderscheidend	1
Internet neemt omzet weg	1		

Tabel B7.19 Prioriteiten voor centrum Dedemsvaart

	Prioriteiten	Aantal
1	Leegstand tegengaan	4
2	Compleet winkelaanbod	3
3	Verbeteren aankleding/sfeer	3
4	Parkeren optimaal	3
5	Compacter/clustering	2
6	Meer promotie/activiteiten	2

*Resultaten Slagharen***Tabel B7.20 Respons Slagharen naar branches**

Branches	Aantal
Horeca	2
Levensmiddelen	1
Kleding & mode	1
Tankstation	1
ICT	1
Totaal	6

Tabel B7.21 Beoordeling aspecten Slagharen

Aspect	Gem. cijfer	Aspect	Gem. cijfer
Aantal winkels	5,2	Sfeer	5,8
Kwaliteit winkels	7,2	Onderhoud en presentatie panden	6,0
Prijsniveau	6,2	Onderhoud en aankleding openbaar gebied	4,8
Brancheverdeling	6,0	Veiligheid	6,8
Bereikbaarheid per auto	8,0	Aantal horecabedrijven	6,3
Bereikbaarheid per fiets/brommer	8,2	Wisselwerking horeca en detailhandel	5,0
Bereikbaarheid per OV	7,2	Samenwerking tussen ondernemers	4,3
Parkeergelegenheden	6,3	Promotie/evenementen	4,5
Laad- en losmogelijkheden	6,0		

Tabel B7.22 Ontwikkeling Slagharen afgelopen jaren

Gebied	Aantal	Percentage
Beter	3	50%
Geen verschil	0	0%
Slechter	3	50%
Totaal	6	100%

Tabel B7.23 Toelichting ontwikkeling Slagharen afgelopen jaren

Slechter	Aantal	Beter	Aantal
Meer leegstand/verdwijnen bedrijven	2	Minder leegstand / meer winkels	2
Marges steeds kleiner	1	Toename klanten door wijziging formule	1
Minder subsidie voor paracommercieel waardoor zij zich meer als horeca gaan gedragen	1	Mensen blijven meer in de kern kopen	1

Tabel B7.24 Ontwikkeling Slagharen toekomst zonder ingrijpen

Gebied	Aantal	Percentage
Beter	0	0%
Geen verschil	0	0%
Slechter	6	100%
Totaal	6	100%

Tabel B7.25 Toelichting ontwikkeling Slagharen toekomst zonder ingrijpen

Slechter	Aantal	Slechter	Aantal
Meer leegstand door ontbreken opvolging	1	Slagharen meer op de kaart zetten	1
Samenwerking met regio van belang voor continuïteit	1	Aandacht verdelen tussen plaatsen	1
Voorgenomen bouwplannen voor woningen in het centrum	1	Andere openingstijden hanteren bijv. zondag	1

Tabel B7.26 Prioriteiten voor Slagharen

	Prioriteiten	Aantal
1	Meer diversiteit	2
2	Samenwerking winkels	2
3	Leefbaarheid	1
4	Goede uitstraling	1
5	Bewoners niet gedwongen om uit te wijken naar andere kernen	1
6	Controle op paracommercie	1
7	Concentratie winkels	1
8	Lagere huur	1
9	Lagere gemeentelijke heffingen	1
10	Geen parkeergeld	1

*Resultaten dorpskernen***Tabel B7.27 Kansen en bedreigingen dorpskernen**

Kans	Bedreiging
Samenwerking	Leegstand
Toerisme/dagrecreatie	Verschaling winkelaanbod / onvoldoende onderscheidend
Verruimen openingstijden	Geen opvolging
Vrijstelling gemeentelijke belasting bij zwaar weer	Vergrijzing
Stoppen betaald parkeren / invoeren blauwe zone	Paracommerciële invloeden
Historische dorpskern	Internet
Aanwezigheid jachthaven	Betaald parkeren
Sfeer	Gemeentelijk beleid / teveel gericht op Hardenberg en Dedemsvaart
Bereikbaarheid	Openingstijden / zondagopenstelling
Inzet plaatselijke horeca	Te weinig promotie / activiteiten
Bestaande ondernemers die vernieuwen	Achterstallig onderhoud
Duurzaamheid	Inrichting openbare ruimte
Vanuit huis / schuur ondernemen tegengaan	Geen samenwerking
Aanpak leegstand	Nieuwbouw winkelcentrum

Transformatie naar wonen mogelijk maken	Geen betaalbare koopwoningen
Parkeren verbeteren	Ontbreken ondernemerschap
Zondagopenstelling	Concurrentie collega's
Blauwe zone	Vergunningen evenementen
Promotie	

Bijlage 8 Gemeentelijk rol nader belicht

Veranderende rol van gemeenten

De situatie waarbij de gemeente altijd de regierol op zich moest nemen waarbij ook de financiële consequenties meteen bij de overheid komen te liggen (lees: de belangrijkste probleemhouder), is voorbij. De gemeente heeft veel meer een faciliterende en ondersteunende rol. Daarmee zijn er nog steeds veel mogelijkheden om vanuit de gemeente een actieve rol op te pakken. De gemeente moet zich bij een procesaanpak in een wijk of buurt bewust zijn van de mogelijkheden die een gebied heeft en de kansen die er bij betrokkenen liggen om deze daadwerkelijk (zelf) op te pakken. De gemeente past haar aanpak hierop aan zodat zoveel mogelijk de betrokkenheid van de partijen zelf tot uiting komt. Dat past ook beter bij de huidige participatiesamenleving, bij interactieve beleidsvorming en bij organische gebiedsontwikkelingen. Hierbij wordt rekening gehouden met de steeds snellere veranderingen in de maatschappij en om voortschrijdende inzichten mee te kunnen nemen. Gezamenlijk wordt er geacteerd op basis van een gedragen visie. In de figuur hiernaast is dit schematisch aangeduid.

Een onderdeel van deze aanpak is de zogenaamde *uitnodigingsplanologie*. Deze bevindt zich in het kwadrant dat linksonder in het schema is aangeduid. Het gaat er vanuit dat de potentie van het gebied hoog is doch de kracht en kwaliteit van de actoren laag. In een centrumgebied als dat van Hardenberg en Dedemsvaart is er sprake van versnipperd eigendom, met allerlei soorten eigenaren en met allen een eigen belang. Dat maakt vooral de kracht van marktpartijen om er zelf uit te komen laag. De gemeente vervult dan een initiërende rol en is mede-uitvoerder om de fysieke transformatie en de functionele veranderingen te begeleiden en het gezamenlijke wensbeeld van een vernieuwd centrumgebied voor Hardenberg en Dedemsvaart te realiseren.



De uitnodigingsplanologie en de regierol voor de centrumgebieden Hardenberg en Dedemsvaart bestaan er niet uit dat de gemeente alle risico's en verantwoordelijkheden op zich moet nemen. De regie moet zodanig zijn dat marktpartijen hun verantwoordelijkheid kunnen pakken op basis van een vooraf samen geformuleerde, gedragen en realistische ambitie. Deze gemeentelijke rol moet vertrouwen uitstralen en zou daarmee kunnen bestaan uit:

- Het beschikbaar stellen van bestuurlijke en ambtelijke capaciteit;
- Het bij elkaar brengen van partijen;
- Het blijvend zorgdragen van voldoende draagvlak binnen de gemeenschap om de aanpak ook werkelijk tot een succes te brengen;
- Het beschikbaar stellen van alle parate kennis die over dit gebied beschikbaar is;
- Het ter beschikking stellen van het eigen (brede) netwerk opdat zo ook alle kennis en ervaring buiten de gemeente beschikbaar komt;
- Het samen doen zoeken naar oplossingen door met elkaar alle relevante en noodzakelijke informatie te verzamelen;
- Het zoeken naar bijdragen om een op zich haalbare exploitatie binnen bereik te krijgen (subsidie van overheden);
- Het beschikbaar maken van externe kennis en ervaring om een dergelijk proces te ondersteunen en te begeleiden;

- Afspraken te maken met initiatiefnemende partijen die de ontwikkeling echt kunnen en willen lostrekken.