

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie



Eelde-Paterswolde

**Functie en positie
Eelde-Centrum**



DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Eelde-Paterswolde

Opdrachtgever: Gemeente Tynaarlo
Projectnummer: 855.0509
Datum: 28 oktober 2009

Functie en positie Eelde-Centrum

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS
Voorstadslaan 254
6542 TG Nijmegen
T 024 - 379 20 83
F 024 - 378 06 53
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Inhoudsopgave

1	Inleiding	1
2	Analyse huidige situatie	2
2.1	Ligging en kenmerken	2
2.2	Winkelaanbod	3
3	Beleid en trends	6
3.1	Relevante trends	6
3.2	Ontwikkelingen vraagzijde	9
4	Distributieve mogelijkheden	10
4.1	Vraag en aanbod	10
5	Eelde-Centrum	11
5.1	Functie en positie	11
5.2	Gewenste omvang en branchering Eelde-Centrum	11
Bijlage 1	Branche-indeling detailhandel	13
Bijlage 2	Distributieve mogelijkheden	13
Bijlage 3	Indicatie inwonertal 2015	16

1 Inleiding

Aanleiding

De gemeente Tynaarlo werkt aan een samenwerkingsovereenkomst met RVG Real Estate om tot een herontwikkeling en uitbreiding van het centrum van Eelde te komen.

Eelde maakt onderdeel uit van het dorp Eelde-Paterswolde en de gemeente Tynaarlo. Zowel Eelde als Paterswolde hebben van oudsher een eigen centrumgebied.

De gemeente Tynaarlo heeft DTNP gevraagd een beoordeling te maken van de gewenste functie en positie van Eelde-Centrum en in te gaan op de gewenste omvang en branchering.

Vraagstelling

Voor de ontwikkeling van het centrumplan Eelde is het van belang om helderheid en duidelijkheid te krijgen over de functie, positie en omvang van het centrum van Eelde. Op basis daarvan kan vervolgens de ruimtelijk-functionele planvorming van het centrumplan plaatsvinden.

De volgende onderzoeksvragen worden beantwoord:

- Hoe kan het huidige winkelaanbod in Eelde-Paterswolde worden beoordeeld?
- Welke relevante trends en ontwikkelingen doen zich voor aan vraag- en aanbodzijde?
- Wat zijn de distributieve uitbreidingsmogelijkheden in Eelde-Paterswolde?
- Wat is de gewenste functie, omvang en branchering van Eelde-centrum?

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt een kwantitatieve en kwalitatieve analyse gemaakt van het winkelaanbod in de kern Eelde-Paterswolde. Mede aan de hand van trends en ontwikkelingen aan zowel aanbod- als vraagzijde (hoofdstuk 3) wordt in hoofdstuk 4 een analyse gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor detailhandel in Eelde-Paterswolde. Hierna gaan we in hoofdstuk 5 in op de gewenste toekomstige functie van Eelde-centrum en de daarbij passende omvang en branchering.

2 Analyse huidige situatie

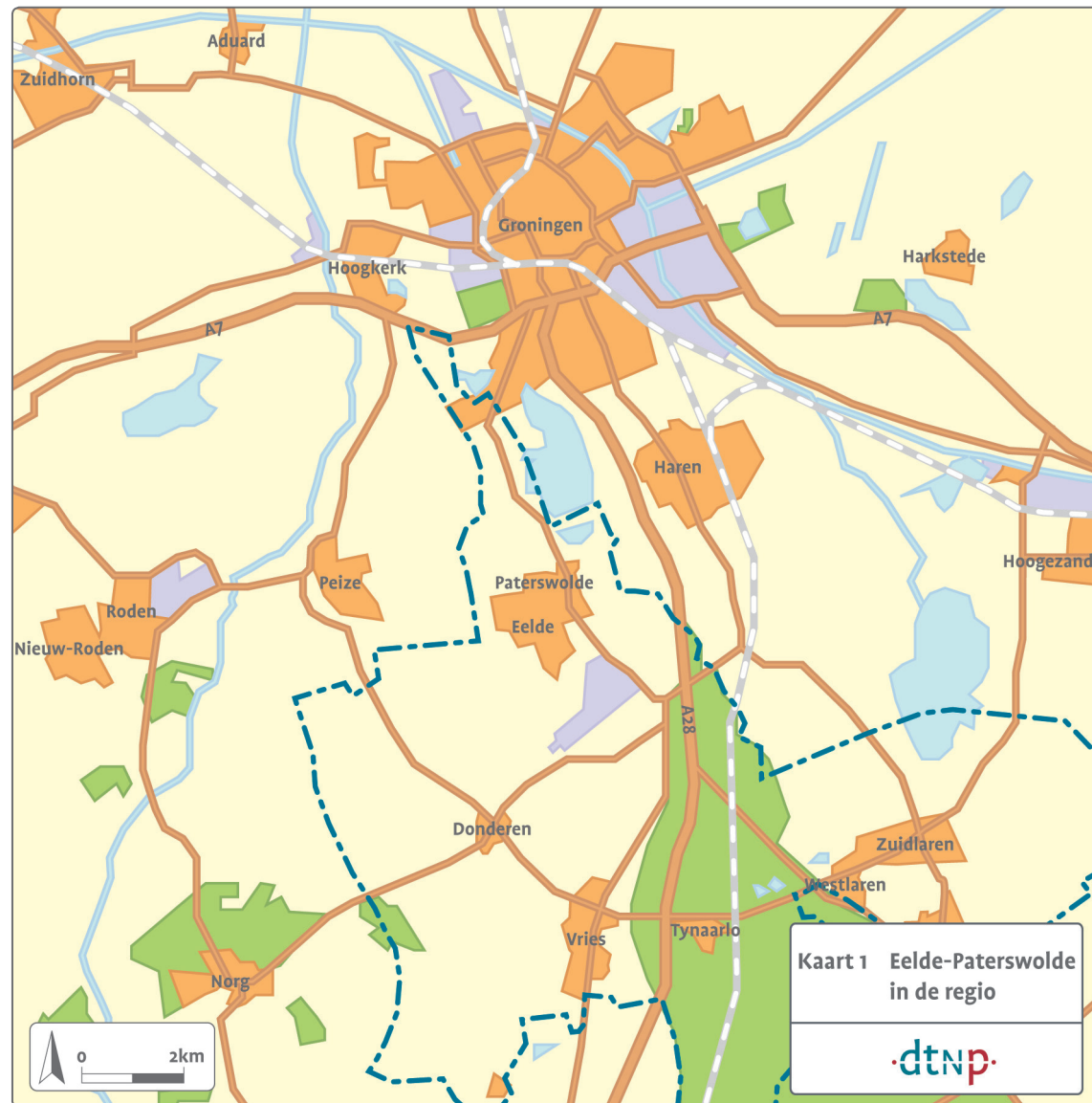
2.1 Ligging en kenmerken

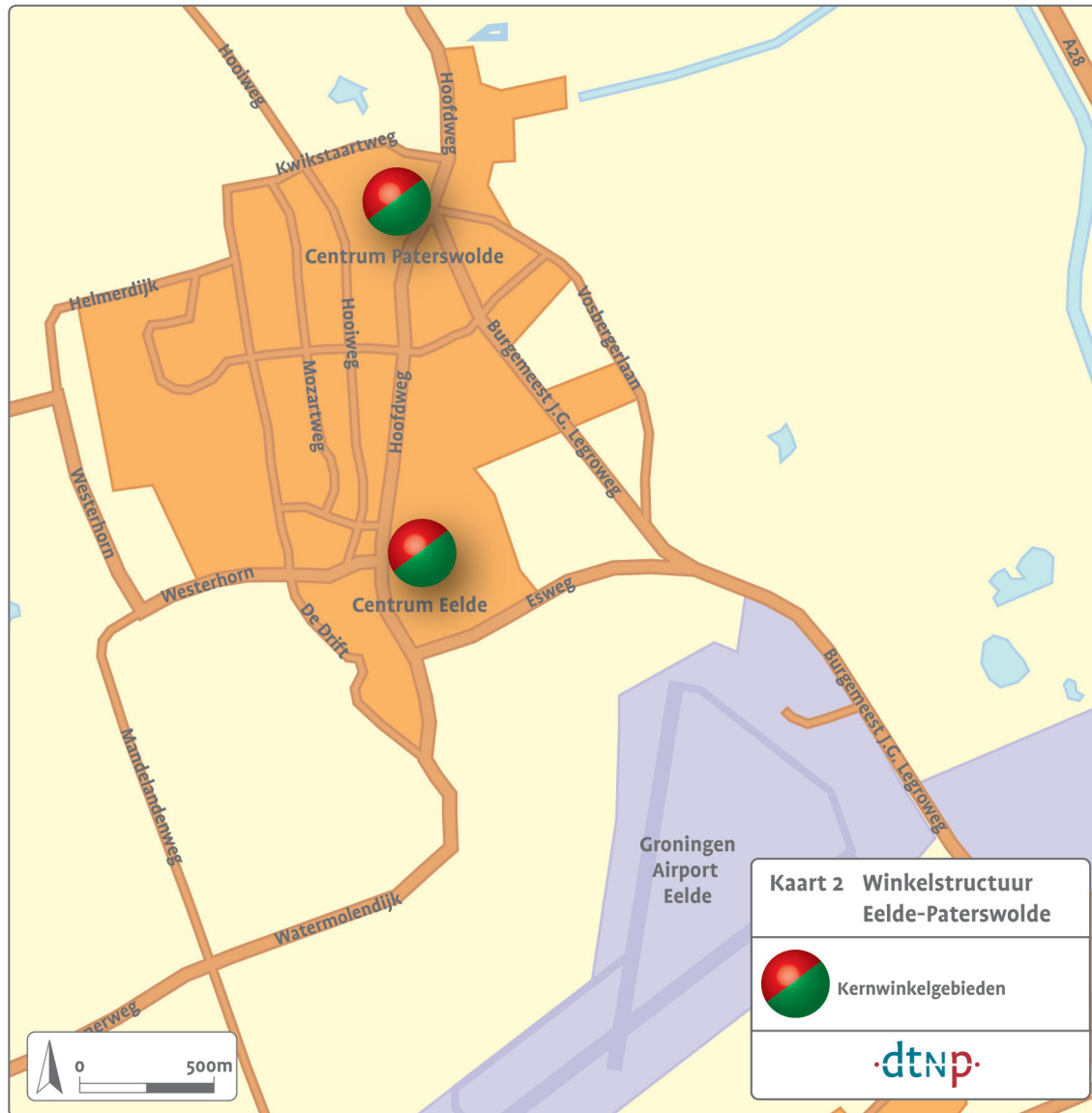
Eelde-Paterswolde is een kern met circa 10.500 inwoners* in het noorden van de provincie Drenthe. Eelde-Paterswolde maakt deel uit van de gemeente Tynaarlo. Deze gemeente heeft in totaal ruim 32.000 inwoners, verdeeld over ruim 15 kernen. Ten noorden van Eelde-Paterswolde is de wijk Ter Borch in aanbouw (1.250 woningen). Op termijn wonen hier naar verwachting circa 3.000 mensen.

Eelde ligt op circa 12 kilometer afstand van de stad Groningen (± 185.000 inwoners). Andere grotere plaatsen in de regio zijn Assen (± 66.000 inwoners) en Haren (± 19.000 inwoners)**.

* Gemeente Tynaarlo, juli 2009

** CBS (2009), kerncijfers wijken en buurten





2.2 Winkelaanbod

Het winkelaanbod in Eelde-Paterswolde bestaat uit ruim 12.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo), verdeeld over 52 verkooppunten*. Het winkelaanbod is daarmee in bijna alle branches aanzienlijk kleiner dan het gemiddelde aanbod in plaatsen met eenzelfde inwonertal (zie figuur 1). Alleen het aanbod voedings- en genotmiddelen is met circa 3.700 m² wvo van een gemiddelde omvang.

Van oudsher hebben zowel Eelde als Paterswolde een eigen centrumgebied. Met name in Paterswolde is een deel van het aanbod gelegen aan het historische lint; de Hoofdweg.

Winkelaanbod Eelde-Centrum

Eelde-Centrum is gelegen aan de Hoofdweg en rondom de Stoffer Holtjerweg. Het winkelgebied is sterk verouderd. Met name het gebied tussen C1000 en Lidl is hard aan vernieuwing toe. Hier treffen we leegstaande en verouderde panden aan. De plannen van de gemeente Tynaarlo en RVG hebben dan

* Locatus Verkenner, Benchmark april 2009

ook betrekking op de herontwikkeling van dit gebied.

Het winkelaanbod in Eelde-Centrum bestaat uit twee supermarkten (C1000 en Lidl). C1000 heeft een omvang van circa 900 m² vwo en Lidl van circa 965 m² vwo. Het vgm-aanbod wordt aangevuld met een bakker en een slager. Het aanbod bestaat uit een drogist (Kruidvat), huishoudelijke artikelenzaak (Blokker), tijdschriften en kantoorartikelen (Bruna) en een gemakswinkel (Primera). Het aanbod wordt gecompleteerd met enig modisch en overig recreatief aanbod, waaronder een elektronicazaak (Electroworld) en aanbieders in gerichte non-food (woninginrichting-doe-het-zelf) (branche-indeling in bijlage 1).

Het totale winkelaanbod in Eelde-Centrum bedraagt circa 4.400 m² vwo. Eelde-Centrum kan daarmee getypeerd worden als een klein wijkwinkelcentrum. Enkele trekkers (supermarkt, drogist, huishoudelijke artikelen) zijn voor huidige begrippen relatief klein.

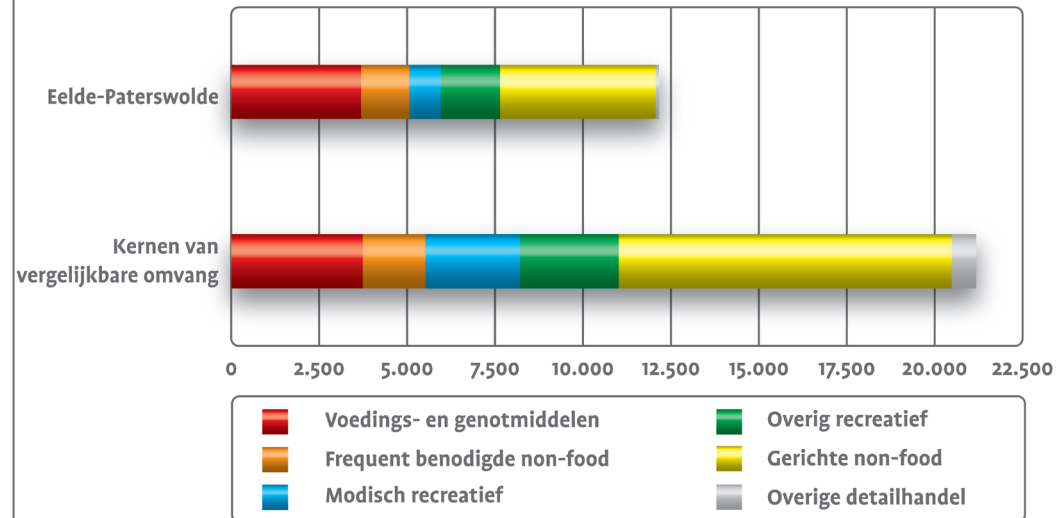


Winkelaanbod aan de Hoofdstraat in Paterswolde



Overig recreatief aanbod in Eelde

Figuur 1 Winkelaanbod in Eelde-Paterswolde en in kernen van gelijke omvang



Bron: Locatus, april 2009; bewerking Droogh Trommelen en Partners

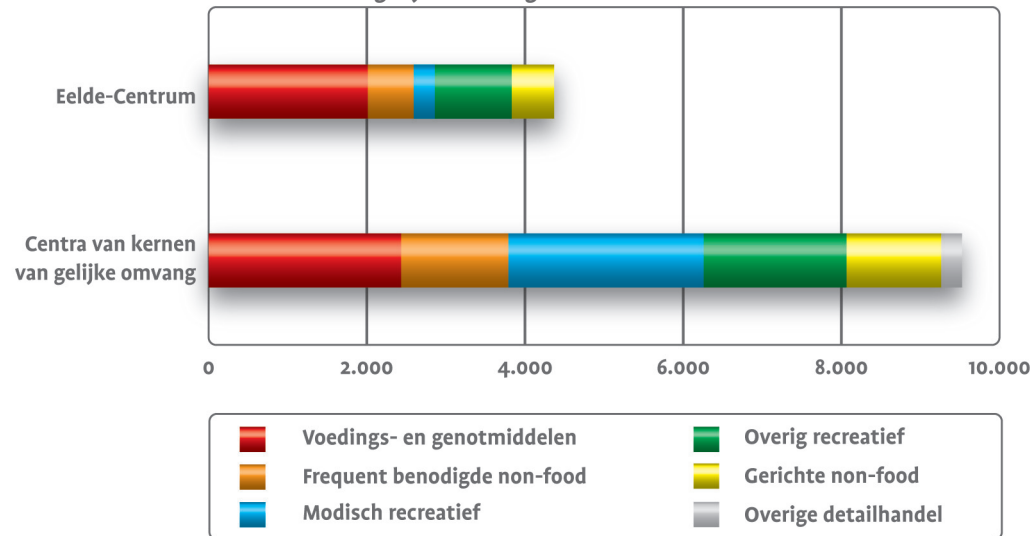


Overig recreatief aanbod aan de Hoofdstraat in Eelde



Lidl: een van de boodschappenwinkels in Eelde

Figuur 2 Winkelaanbod in het grootste centrum van Eelde-Paterswolde (Eelde-Centrum) en in centra van kernen van gelijke omvang



Bron: Locatus, april 2009; bewerking Droogh Trommelen en Partners

Paterswolde-Centrum

Het centrum van Paterswolde bestaat voornamelijk uit een cluster van winkels in de directe omgeving van Albert Heijn aan de Hoofdweg. Naast Albert Heijn (circa 1.300 m² vvo) zitten in dit cluster een drogisterij (Etos), versspecialzaken (De Visboer, slijterij (Gall&Gall), modezaken (Da Silva, Sil's Mode) en een bloemenzaak (Snijder's bloemen). Het totale winkelopervlak van dit cluster bedraagt circa 3.000 m² vvo.

Ten zuiden van Albert Heijn bevindt zich op enige afstand een klein winkelcluster met vijf zaken. Daarnaast zijn verspreid in het winkellint nog vestigingen aanwezig van ondermeer DA en de Kring Apotheek.

Conclusie

Het winkelaanbod in Eelde-Paterswolde is verspreid over relatief kleine winkelclusters. Een duidelijk winkelhart ontbreekt. Kernen met een gelijk inwonertal hebben doorgaans een groter totaal winkelopervlak dan Eelde-Paterswolde en een groter aanbod in hun centrum (circa 9.500 m² vvo). Door de spreiding heeft Eelde-Paterswolde een klein modisch en recreatief aanbod.

3 Beleid en trends

3.1 Relevante trends

Bezoekmotief

Bij winkelbezoek hangt het gedrag van de consument vooral samen met het bezoekmotief. Globaal kunnen we een onderscheid maken tussen boodschappen doen, recreatief winkelen en het doen van gerichte aankopen*. De drie typen kennen elk hun eigen ruimtelijke patroon.

Boodschappen doen

Bij boodschappen doen staat de efficiënte aankoop van voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food (o.a. drogist, bloemen) centraal. Verkrijgbaarheid (compleet assortiment) en gemak (reistijd, parkeren, openingstijden) spelen een belangrijke rol. Dit type winkelgedrag vindt hoogfrequent plaats, overwegend in de omgeving van de woning (wijk- en dorpscentra). De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum.

* HBD (2004), Dynamische winkelgebieden

Recreatief winkelen

Bij recreatief winkelen gaat het om de aankoop van keuzegevoelige artikelen (mode, cadeau-artikelen, sport, boeken etc.). Het rondkijken en ontspannen is bij recreatief winkelen net zo belangrijk of soms zelfs belangrijker dan de uiteindelijke aankoop. De frequentie en tijdsduur van dit winkelgedrag loopt sterk uiteen, afhankelijk van individuele voorkeuren. Recreatief winkelen of funshopping is in Nederland één van de populairste vrijetijdsbestedingen*. Het aantal dagtochten met als doel recreatief winkelen is de laatste jaren toegenomen. De afstanden die hierbij worden afgelegd, zijn ook steeds groter** (figuur 3).

De attractiviteit van een recreatief winkelgebied wordt primair bepaald door de omvang van het modisch recreatieve aanbod en de aanwezigheid van landelijk bekende trekkers (V&D, Hema, H&M, etc.). Een ruim aanbod bijzondere speciaalzaken, aantrekkelijke horeca, een aangename sfeer

* CVTO (2006), Trendrapport toerisme, recreatie en vrije tijd 2005/2006

** CBS (2008), Statline databank



Bij boodschappen doen staat gemak centraal

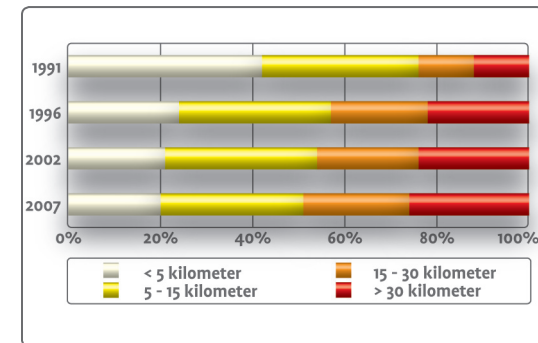


Fig. 3 Afstand dagtocht met doel recreatief winkelen



Funshopping is een populaire vrijetijdsbesteding



Hema is trekker in recreatief winkelgebied



Bezoek tuincentrum: gemak en vermaak



Woonmall Villa Arena

en goede bereikbaarheid vergroten de attractiviteit van een recreatief winkelgebied.

Gerichte aankopen

Bij doelgerichte aankopen gaat het om de aankoop van artikelen in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra. Het winkelgedrag varieert per branche. In de branche woninginrichting staat de aankoop van keuzegevoelige artikelen centraal. Consumenten oriënteren en informeren zich vaak uitgebreid voorafgaand aan dit soort (dure) aankopen. Een groot deel van de doe-het-zelfartikelen is niet keuzegevoelig (hout, verf, plaatmateriaal, ijzerwaren). Kijken en vergelijken van producten vindt maar beperkt plaats, waardoor concentratie van winkels vanuit het oogpunt van de consument niet nodig is. Winkels in deze branche worden doorgaans heel doel- en productgericht bezocht. Een goede vindbaarheid, bereikbaarheid en verkrijgbaarheid zijn daarom belangrijk.

Het winkelgedrag in tuincentra wordt enerzijds gekenmerkt door gemak en efficiëntie en anderzijds door vermaak en beleving. Bijna 40% van de omzet in de branche wordt

gerealiseerd in het voorjaar, wanneer consumenten doelgericht de tuincentra bezoeken voor de aankoop van bloemen en planten. Een goede bereikbaarheid en een compleet assortiment zijn dan belangrijk, het vergroot de slaagkans van consumenten.

Specialisering/thematisering in winkelgebieden

Meer en meer zien we dat winkelgebieden zich specialiseren naar bezoekmotief en dat consumenten voor specifieke motieven andere winkelgebieden bezoeken. Zo ligt de nadruk in buurt- en wijkcentra op boodschappen doen, in binnensteden op recreatief winkelen en op perifere locaties op gerichte aankopen. Winkelgebieden die in staat zijn voor een bepaald bezoekmotief een voldoende sterk aanbod te bieden, blijken in de praktijk succesvol.

Sommige centra zijn in staat in te spelen op meerdere bezoekmotieven. In dat geval is per afzonderlijk bezoekmotief een voldoende groot aanbod (kritische massa) noodzakelijk. In dorpscentra en grotere wijk- of stadsdeelcentra zien we veelal een combinatie van boodschappenaanbod,

aangevuld met 'eenvoudige' modisch en overige recreatief aanbod.

Uitbreiding en schaalvergroting winkelstructuur

De Nederlandse voorzieningenstructuur is relatief fijnmazig en heeft een hiërarchische opbouw bestaande uit o.a. buurtcentra, wijkwinkelcentra en grote binnensteden. Deze traditionele voorzieningenstructuur is in de afgelopen decennia aangevuld met nieuwe winkelgebieden zoals themacentra (o.a. Factory Outlet Centre Bataviastad, Gardenz Geleen), winkelclusters op trafficlocaties (AH to go op treinstations, tankshops) en grootschalige detailhandelsvestigingen (o.a. Amsterdam ArenA Boulevard, Megastores Den Haag). Als gevolg hiervan en als gevolg van de voortdurende schaalvergroting in de reguliere winkelgebieden is het winkelvloeroppervlak in Nederland in de afgelopen 25 jaar verdubbeld en heeft het nu een omvang van ruim 25 miljoen m² (figuur 6).

Door de groei van het winkelvloeroppervlak zijn de keuzemogelijkheden voor consumenten aanzienlijk toegenomen. In beginsel is de consument gericht op het meest nabij gelegen winkelgebied dat in zijn

behoefte kan voorzien, maar door de toenemende mobiliteit speelt afstand steeds minder vaak een rol bij de keuze voor een winkelgebied. Voor kleinschalige winkelclusters is het steeds moeilijker om aan de toenemende eisen van de moderne consument te voldoen. Die verwacht een compleet aanbod en keuze, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. De noodzakelijke massa (aantal m² vvo) voor een winkelgebied neemt dan ook toe en daarmee weer het benodigde aantal consumenten. Op deze wijze vindt geleidelijk schaalvergroting plaats in de voorzieningenstructuur. Het gevolg is dat buurtcentra langzaam maar zeker uit de voorzieningenstructuur verdwijnen.

Schaalvergroting in alle branches

Het gemiddelde winkelvloeroppervlak van winkels is de laatste jaren fors toegenomen. Een volwaardige servicesupermarkt heeft tegenwoordig een minimale omvang van 1.000 à 1.200 m² vvo. Bij nieuwe vestigingen wordt door enkele supermarktorganisaties een minimale maat van 2.000 m² vvo gehanteerd (bijv. Jumbo). Voor de komende jaren verwachten we een verdere afname van

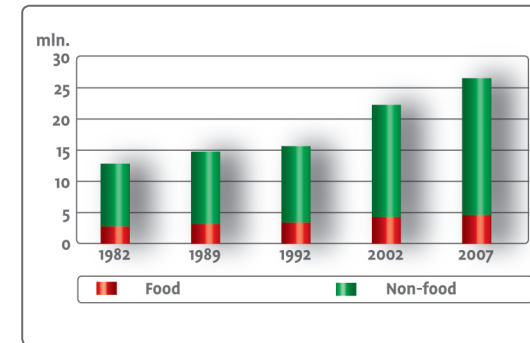


Fig.4 Groei winkelopervlak in Nederland

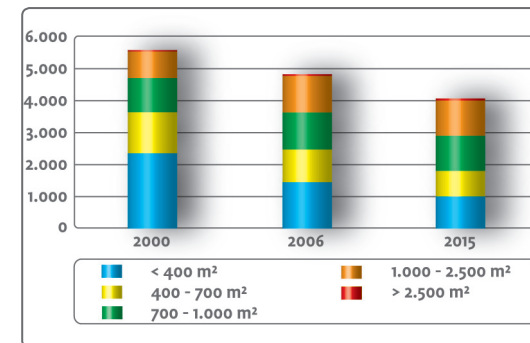


Fig.5 Schaalvergroting in supermarktbranche



Schaalvergroting in alle branches

kleinschalige supermarkten (< 700 m²) en een toename van het aantal grootschalige supermarkten (> 2.500 m²). Per saldo neemt het aantal supermarkten af (figuur 5). Het aantal grootschalige supermarkten in Nederland groeit, maar is nog beperkt (± 25). In veel gevallen betreft het reeds lang geleden gevestigde winkels (o.a. Miro, Maxis) of vergrote supermarkten in wijk- en stadsdeelcentra. Veel gemeenten zijn terughoudend bij initiatieven voor nieuwe grootschalige supermarkten, vanwege de effecten op de bestaande winkelstructuur.

Ook in andere branches zoals mode, bruin- en witgoed/elektronica en sport en spel vindt schaalvergroting plaats.

Supermarkt is trekker in boodschappencentra

De kwaliteit en omvang van de supermarkt zijn sterk bepalend voor de trekkracht van een boodschappencentrum. In de afgelopen jaren is het aandeel van de supermarkt in de totale bestedingen aan voedings- en genotmiddelen sterk toegenomen ten koste van (vers) speciaalzaken. Schaalvergroting en meer aandacht voor vers (relatief hoge marges) in supermarkten zijn hiervan de oorzaak. In

2007 kwam nog slechts 11% van de bestedingen aan aardappelen, verse groenten en vers fruit terecht in de groentenwinkel. Bakkers scoorden een marktaandeel van ± 29% en slaggers ± 23%*.

Het stijgende marktaandeel van supermarkten zorgt ervoor dat speciaalzaken het moeilijker krijgen. Tegelijkertijd zorgen supermarkten in een winkelcentrum voor een grote bezoekersstroom. Uit onderzoek** blijkt dat 1/3 deel van de bezoekers aan supermarkten in buurt- en wijkcentra ook één of meer van de nabijgelegen speciaalzaken bezoekt. Dit percentage varieert niet of nauwelijks met de omvang van de supermarkt. Speciaalzaken kunnen daarom meer bezoekers verwachten indien zij nabij een sterk supermarktaanbod gelegen zijn.

3.2 Ontwikkelingen vraagzijde

Het huidige inwonertal van Eelde-Paterswolde bedraagt 10.500 inwoners. Eelde heeft momenteel 6.875 en Paterswolde 3.675

inwoners. Bevolkingsprognoses voor Eelde-Paterswolde zijn niet bekend. Wel wordt in de periode 2010-2014 de wijk Groote Veer ontwikkeld met circa 200 woningen. Groote Veer ligt in de vierhoek tussen de Burgemeester Legroweg, de Esweg, de Wolfhorn en de Zevenhuizerweg.

Het inwonertal van de gehele gemeente daalt volgens de provincie licht. Door de ontwikkeling van Groote Veer stijgt het inwonertal in Eelde-Paterswolde naar verwachting tot circa 10.760 inwoners (zie bijlage 3). Ook in de wijk Ter Borch worden de komende jaren een groot aantal huizen opgeleverd. De huidige en toekomstige inwoners van Ter Borch zijn niet meegenomen in het inwonertal van Eelde-Paterswolde.

* HBD (2009), Bestedingen en marktaandelen 2007

** G.F.B. Stinstra/ DTNP (2005), Compleet anders?!

4 Distributieve mogelijkheden

4.1 Vraag en aanbod

De distributieve mogelijkheden voor detailhandel in Eelde-Paterswolde worden bepaald door de verhouding tussen vraag en aanbod. Bij de berekening van het in de toekomst haalbare aanbod gaan we uit van:

- de toekomstige bevolkingsomvang
- haalbare koopkrachtbinding en toevloeiing

We maken onderscheid tussen winkels in voedings- en genotmiddelen en winkels in duurzame en overige goederen zonder tuincentra, woninginrichting en doe-het-zelf. Deze laatste branches zijn in belangrijke mate buiten reguliere winkelgebieden gevestigd. Aan de hand van omzetcijfers, kengetallen en ervaringscijfers berekenen we het toekomstig haalbare winkelaanbod in Eelde-Paterswolde. We beperken ons hier tot de belangrijkste conclusies van de indicatieve berekeningen. Uitleg over de gehanteerde variabelen is te vinden in bijlage 2

Voedings- en genotmiddelen

De bevolking van Eelde-Paterswolde zal de komende jaren naar verwachting iets groeien (10.760 inwoners in 2015). In 2020 zullen in Ter Borch naar verwachting circa 3.000 mensen wonen. Dit gebied maakt onderdeel uit van het secundaire verzorgingsgebied van Eelde-Paterswolde.

Indien wordt uitgegaan van een optimaal aanbod aan winkels voor voedings- en genotmiddelen kan in Eelde-Paterswolde een koopkrachtbinding worden bereikt van circa 90% en een aandeel vreemde koopkracht (toevloeiing) van circa 15%. Aan de hand daarvan is een maximum haalbaar aanbod te berekenen van circa 4.100 m² vwo.

Tabel 1 Indicatie haalbaar oppervlak winkels

VGM	
Inwoners	10.760
Omzet per inwoner*	€ 1.916
Koopkrachtbinding	90 à 95%
Toevloeiing	20 à 25%
Totale omzet*	€ 23,2 à 26,1 milj.
Gem. omzet per m ² *	€ 6.300
Haalbaar aanbod	3.700 à 4.150 m ²

* alle omzetcijfers zijn exclusief BTW

Het huidige aanbod voedings- en genotmiddelen bedraagt circa 3.700 m² vwo. Op basis hiervan is een netto uitbreiding van circa 450 m² vwo te berekenen.

Duurzame en overige goederen

Het huidige aanbod DOG (exclusief woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra) bedraagt circa 3.900 m² vwo. In deze sector komt uit de Detailhandelsmonitor 2005 van de gemeente Groningen een koopkrachtbinding aan het winkelapparaat van Eelde-Paterswolde naar voren van 37%. Bij een betere concentratie van het aanbod is een binding haalbaar van 45 à 50%. Het haalbare aanbod bedraagt dan circa 4.700 à 5.600 m². Derhalve is een netto-uitbreiding van 800 à 1.700 m² in die situatie realistisch.

Tabel 2 Indicatie haalbaar oppervlak winkels

DOG	
Inwoners	10.760
Omzet per inwoner*	€ 2.336
Koopkrachtbinding	45 à 50%
Toevloeiing	20 à 25%
Totale omzet*	14,1 à 16,8 milj.
Gem. omzet per m ² *	€ 3.000
Haalbaar aanbod	4.700 à 5.600 m ²

* alle omzetcijfers zijn exclusief BTW

5 Eelde-Centrum

5.1 Functie en positie

Het huidige winkelaanbod in Eelde-Paterswolde is momenteel verspreid over twee winkelclusters van relatief beperkte omvang. In de meeste dorpen van deze omvang is het aanbod voor het grootste deel geconcentreerd in het centrum. Gemiddeld bedraagt het aanbod in dit soort dorpen circa 9.500 m² wvo.

Om tot hogere koopkrachtbinding en een sterker en gevarieerder aanbod te komen in Eelde-Paterswolde is een goede concentratie van het aanbod in één van beide centra gewenst. Hierdoor ontstaan grotere kansen voor synergie tussen het aanbod in verschillende winkels en branches.

Het centrum van Eelde is daarvoor het meest voor de hand liggend. De belangrijkste redenen hiervoor zijn:

- het aanbod in Eelde-Centrum is reeds groter dan in Paterswolde-Centrum;

- het aantal inwoners in de zuidelijke helft van Eelde-Paterswolde is aanzienlijk groter;
- in het centrum van Eelde zijn ruime fysieke mogelijkheden om het aanbod te vergroten;
- in het centrum van Eelde is de noodzaak tot herontwikkeling van bestaande panden het grootst.

Voor Eelde-Paterswolde kan daarom het best worden ingezet op versterking van Eelde-Centrum tot het hoofdcentrum. Naast een functie voor dagelijkse boodschappen kan dit centrum ook een functie vervullen voor de verkoop van een (beperkt). modisch en overig recreatief aanbod. Het centrum van Paterswolde kan binnen deze structuur haar positie van boodschappencentrum voor de noordelijke helft van Eelde-Paterswolde behouden en op termijn voor Ter Borch krijgen.

5.2 Gewenste omvang en branchering Eelde-Centrum

Indien Eelde-Centrum wil uitgroeien tot het hoofdcentrum van Eelde-Paterswolde is een

sterk en gevarieerd aanbod noodzakelijk. Belangrijke voorwaarde is een goed aanbod aan voedings- en genotmiddelen en frequent benodigde non-food. De belangrijkste publiekstrekkers zijn de supermarkten. In de huidige situatie zijn twee complementaire supermarkten aanwezig (C1000 en Lidl). Voor de C1000 is een beperkte schaalvergroting van belang om als servicesupermarkt een sterke positie in het marktgebied te kunnen blijven innemen. Aanvullend aan de supermarkten is een compleet aanbod versspeciaalzaken gewenst (bakker, slager, groente/fruit), aangevuld met een slijter.

In de frequent benodigde non-food is de aanwezigheid van een goed aanbod drogisterijartikelen en een huishoudelijke artikelenzaak van cruciaal belang. Voor de toekomst mag uitgegaan worden van schaalvergroting van het huidige aanbod. Ook een bloemen/plantenzaak en een zaak voor dierenbenodigdheden zijn in een dergelijk centrum gewenst.

Het modische aanbod in Eelde-Centrum bestaat bij voorkeur uit enkele zaken met (eenvoudige) kleding en schoeisel.

In de sector overig recreatieve aanbod kan gestreefd worden naar de komst van warenhuis Hema. Hema heeft sinds enkele jaren steeds meer belangstelling voor vestiging in kernen met een primair verzorgingsgebied van minstens 7.500 inwoners. Met de komst van de Hema wordt een extra (sub)trekker toegevoegd aan het centrum, waardoor haar positie verder wordt versterkt. Daarnaast kan de huidige Bruna-vestiging worden vergroot. Ook elektronica en bruin en witgoed, rijwielen, sportartikelen e.d. maken bij voorkeur onderdeel uit van het centrum van Eelde.

Voor Eelde-Paterswolde is in tabel 3 een indicatief branchepatroon opgesteld, passend bij een volwaardig dorpscentrum. Dit indicatieve branchepatroon gaat uit van een uitbreiding van het winkelaanbod met circa 2.450 m² wvo ten opzicht het huidige winkeloppervlak. Op basis van de distributieve berekening uit hoofdstuk 4 heeft Eelde-Paterswolde een uitbreidingspotentie van circa 2.000 m² wvo. De invulling van het centrumplan voor Eelde wordt daarom bij voorkeur voor een gedeelte ingevuld met

verplaatsers van elders uit Eelde-Paterswolde.

Tabel 3 Indicatie haalbare omvang en branchering Eelde-Centrum

Branche(groep)	m ² wvo	m ² bvo
supermarkten	2.300	3.000
versspeciaalzaken	300	400
drogisterij	350	400
huishoudelijke art.	350	400
bloemen/planten/dibevo	250	350
modisch recreatief	800	1.000
overig recreatief:		
- warenhuis	400	500
- optiek, juwelier	100	150
- sport en spel	300	350
- boeken, lectuur	150	200
- elektronica, bruin-/witgoed	500	600
- rijwielen	250	300
overig aanbod	800	1000
TOTAAL WINKELS	6.850	8.650
horeca	300	400
dienstverlening	300	400
TOTALE OMVANG	7.450	9.450



Hema is versterking voor het centrum van Eelde



Schaalvergroting van bestaande winkels gewenst



Herhuisvesting van electrozaak in het centrum

Bijlage 1 Branche-indeling detailhandel

Branchegroep	Branche
Voedings- en genotmiddelen	<ul style="list-style-type: none"> • Voedings- en genotmiddelen (o.a. supermarkt, versspeciaalzaak, slijter, tabak en lectuur)
Frequent benodigde non-food	<ul style="list-style-type: none"> • Persoonlijke verzorging • Huishoudelijke- en cadeauartikelen • Bloemen, planten, dierbenodigdheden
Modisch recreatief	<ul style="list-style-type: none"> • Kleding en modeaccessoires • Schoenen en lederwaren
Overig recreatief	<ul style="list-style-type: none"> • Optiek, juwelier, antiek • Sport en spel • Hobby • Boeken, lectuur, cd, kantoorartikelen • Warenhuis • Bruin- en witgoed • Fietsen en autoaccessoires
Gerichte non-food	<ul style="list-style-type: none"> • Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking) • Doe-het-zelf • Tuincentra
Overige detailhandel	<ul style="list-style-type: none"> • Overige detailhandel (o.a. tweedehandsartikelen, souvenirs, partijgoederen)

Bijlage 2 Distributieve mogelijkheden

Distributie planologisch onderzoek (dpo)

In vroegere dpo's werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de potentiële functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van overbewinkeling of uitbreidingspotenties.

Variabelen

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de landelijk gemiddelde omzet in winkels per hoofd van de bevolking, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de mate waarin het omzetspotentieel terecht komt in het betreffende winkelgebied (koopkrachtbinding) en de mate waarin omzet van elders toevloeit (koopkrachtoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelvloeroppervlak) en benodigde omzet per m² vvo (vloerproductiviteit) een rol.

Verzorgingsgebied

Eelde-Paterswolde heeft momenteel ± 10.500 inwoners. Op basis van het vigerende woningbouwprogramma en de bevolkingsprognose gaan we uit van eenzelfde aantal inwoners in 2020. In Ter Borch groeit het inwonertal op termijn naar circa 3.000 inwoners. Ter Borch maakt deel uit van het secundaire verzorgingsgebied van Eelde-Paterswolde.

Gemiddelde omzet per inwoner

In veel distributieplanologische berekeningen wordt uitgegaan van de bestedingen per branche. DTNP kiest ervoor te rekenen met winkels als eenheden, omdat we in de distributieplanologie de uitbreidingsruimte van winkelmeters berekenen. We maken onderscheid tussen winkels in voedings- en genotmiddelen (VGM) en winkels in duurzame en overige goederen (excl. tuincentra, doe-het-zelfzaken en woninginrichtingszaken) (DOG). Winkels in voedings- en genotmiddelen bestaan uit supermarkten en versspecialzaken. Winkels in duurzame en overige goederen bestaan uit winkels in frequent benodigde non-food (o.a. drogisterij, huishoudelijke artikelen), modisch recreatief (o.a. kleding, lederwaren), overig recreatief (o.a. boeken, juwelier, warenhuis) en overige detailhandel (o.a. tweedehands). In de methodiek van DTNP wordt de aankoop van pannen (branche huishoudelijke artikelen) bij een supermarkt gerekend tot een besteding in winkels in voedings- en genotmiddelen en de aankoop van een Hemaworst (branche voedings- en genotmiddelen) tot een besteding in winkels in duurzame en overige goederen.

Daarnaast wordt doorgaans in distributieve berekeningen uitgegaan van gemiddelde toonbankbestedingen per hoofd van de bevolking. Wij gaan uit van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking omdat hiervan recente gegevens beschikbaar zijn. Het verschil is dat bij de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking niet alleen bestedingen van consumenten zijn meegenomen maar ook bestedingen van bedrijven. In Nederland is de totale omzet van winkels in 2007 ± € 81,5 mld (exclusief BTW). Dit betekent een gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking van € 4.974. Hiervan wordt € 1.891 omgezet in winkels voor voedings- en genotmiddelen en € 2.276 in winkels voor

duurzame en overige goederen (zonder tuincentra, doe-het-zelfwinkels en winkels in woninginrichting)*.

Wanneer het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de gemiddelde omzetcijfers per hoofd aan te passen. Voor voedings- en genotmiddelen is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van ¼ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het Nederlands gemiddelde. Voor duurzame en overige goederen is het gebruikelijk een correctie door te voeren van ½ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het gemiddelde. Omdat het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Tynaarlo 5% boven het landelijk gemiddelde ligt, gaan we uit van iets hogere omzetcijfers per inwoner**. Voor voedings- en genotmiddelen gaan wij uit van € 1.916 (€ 1.891 + (¼ x 5% x € 1.891)). Voor duurzame en overige goederen gaan we uit van € 2.336 (€ 2.276 + (½ x 5% x € 2.276)).

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Niet alle bestedingen van inwoners van Eelde-Paterswolde komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners uit Eelde-Paterswolde dat terecht komt in het eigen winkelapparaat noemen we de koopkrachtbinding.

Voor winkels in VGM gaan we uit van een koopkrachtbinding van 90 à 95%, uitgaande van een compleet en modern supermarktaanbod. De

* DTNP (2008), Omzetkengetallen 2007, o.b.v. gegevens van CBS, CBW, HBD

** CBS (2009), Kerncijfers wijken en buurten

inwoners van Eelde-Paterswolde zullen zich voor hun dagelijkse aankopen bij een versterking van het supermarktenaanbod nog meer oriënteren op het aanbod in de eigen kern.

Het winkelaanbod in DOG in Eelde-Paterswolde heeft een beperkte omvang. Wanneer het DOG-aanbod geclusterd wordt bij het zwaartepunt van het VGM-aanbod (supermarkt) gaan we uit van een koopkrachtbinding van 45 à 50% voor winkels in DOG in Eelde-Paterswolde. Gezien de beperkte kritische massa van het aanbod in Eelde-Paterswolde in relatie tot de bovenregionale verzorgingsfunctie van de Groningse binnenstad is een hogere binding niet reëel.

Naast bestedingen van inwoners van Eelde-Paterswolde (primair verzorgingsgebied) ontvangen de winkels in Eelde-Paterswolde ook bestedingen van inwoners van buiten deze gebieden. Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevloeiing.

Het winkelaanbod in de andere kernen van de gemeente Tynaarlo is van eenzelfde of kleinere orde van grootte. Met name voor de kleine kernen rondom Eelde-Paterswolde (o.a. Oosterbroek, Yde, Bunne, Winde) waar geen of weinig aanbod aanwezig is, heeft het winkelapparaat van Eelde-Paterswolde een belangrijke verzorgingsfunctie. Wanneer het aanbod in Eelde-Paterswolde versterkt wordt, achten wij koopkrachttoevloeiing van 20 à 25% voor zowel VGM als DOG in de toekomst haalbaar.

Gemiddelde omzet per m²

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in winkels voor voedings- en genotmiddelen ± € 6.760,- (excl. BTW). In winkels in duurzame en overige goederen (zonder tuinentra, doe-het-zelfwinkels en winkels in woninginrichting) bedraagt de gemiddelde omzet per m² ± € 3.320,- (excl. BTW)*. Voor Eelde-Paterswolde gaan wij uit van iets lagere normomzetten, omdat we ons in minder verstedelijkt gebied bevinden. We gaan uit van een normomzet per m² in winkels in VGM van ± € 6.300,- (excl. BTW) en ± € 3.000,- voor winkels in DOG.

Indicatie distributieve mogelijkheden

Op basis van bovenstaande cijfers wordt een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor Eelde-Paterswolde (zie volgende pagina).

* DTNP (2008), Omzetkengetallen 2007, o.b.v. gegevens van CBS, CBW, HBD, Locatus

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels VGM in Eelde-Paterswolde in 2015

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	10.760
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 1.916
Koopkrachtbinding	90 à 95%
Koopkrachttoevoeiing	20 à 25%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 23,2 à 26,1 mln
Omzet/m ² (excl. BTW)	€ 6.300
Potentieel winkelaanbod m ² wvo	3.700 à 4.150
Aanwezig winkelaanbod m ² wvo	± 3.700
Uitbreiding winkelaanbod m ² wvo	0 à 450

Indicatie distributieve mogelijkheden winkels DOG in Eelde-Paterswolde in 2015

Inwoners primair verzorgingsgebied (kern)	10.760
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.336
Koopkrachtbinding	45 à 50%
Koopkrachttoevoeiing	20 à 25%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 14,1 à 16,8 mln
Omzet/m ² (excl. BTW)	€ 3.000
Potentieel winkelaanbod m ² wvo	4.700 à 5.600
Aanwezig winkelaanbod m ² wvo	± 3.900
Uitbreiding winkelaanbod m ² wvo	800 à 1.700

Bijlage 3 Indicatie inwonertal 2015

Inwonertal en huishoudensgrootte in Eelde-Paterswolde in 2009

2008	Aantal inwoners	Gem. huishoudensgrootte	Woningvoorraad
Eelde	6.780	2.33	2.915
Paterswolde	3.720	2.17	1.725
Eelde-Paterswolde	10.500	-	4.640

Bron: CBS (2009), Kerncijfers wijken en buurten 2003-2008

Prognose gemiddelde huishoudensgrootte Nederland tot 2015

Gem. huishoudensgrootte	2008	2015
Nederland	2.23	2.16
Ontwikkeling t.o.v. 2008	-	-3%

Bron: CBS (2009), Intervallen bevolking naar huishoudenspositie 2007-2050

Op basis van de landelijke ontwikkeling van de gemiddelde huishoudensgrootte in Nederland kan een indicatieve berekening voor het aantal inwoners van Eelde-Paterswolde in 2015 worden gemaakt:

Indicatie inwonertal Eelde-Paterswolde in 2015

2015	Gem. huishoudensgrootte	Woningvoorraad	Aantal inwoners
Eelde	2.2	2.915	6.580
Paterswolde	2.1	1.725	3.680
Groote Veen*	2.5	200	500
Eelde-Paterswolde	-	4.840	10.760

* Aanname DTNP huishoudensgrootte voor nieuwbouwwijk Groote Veen (2,5)