

Centrumvisie Buitenpost

dtNp

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl



Opdrachtgever:	Gemeente Achtkarspelen
Contactpersoon:	De heer T. Cuperus
Projectteam DTNP:	De heer W. Frielink
	De heer T. Wissink
Projectnummer:	2076.0819
Datum:	21 februari 2020

Centrumvisie Buitenpost

1	**Context**	**1**
1.1	Aanleiding	2
1.2	Positie Buitenpost-Centrum	3
1.3	Demografie Buitenpost	4
1.4	Marktsituatie winkels	5
2	**Analyse centrumgebied**	**7**
2.1	Aanbod	8
2.2	Ruimtelijke structuur	9
2.3	Sterktes en zwaktes	11
3	**Ambitie en visie**	**13**
3.1	Ambitie	14
3.2	Kansrijke centrumfuncties	15
3.3	Ruimtelijk-functionele visie	17
4	**Acties en vervolgproces**	**20**
4.1	Aan de slag!	21
4.2	Acties	22
4.3	Wensbeeld Werkgroep	25

Bijlagen	**26**
Bijlage 1 - Clustering en het voorzieningenniveau	27
Bijlage 2 - Ondernemersenquête	27
Bijlage 3 - Financiering	29
Bijlage 4 - Combinatiebezoek supermarkten	30
Bijlage 5 - Economisch functioneren	31



Inhoudsopgave


Hier bouwen wij woningen voor mensen
met een verstandelijke beperking, om
zelfstandig te kunnen wonen met begeleiding.
www.stichtingsprank.nl/buitenpost
Er zijn nog
appartementen
vrij!
Sprank
achtkarspelen

1 Context

1.1 Aanleiding

In Buitenpost-Centrum neemt het winkelbestand al jaren af, met leegstand als gevolg. Vastgoedeigenaren vragen de gemeente regelmatig of ze winkelruimte mogen transformeren naar andere functies. Waar de gemeente transformatie wel of niet toestaat behoeft een zorgvuldige afweging. Het ondoordacht toestaan van transformatie kan de versnippering van functies in de hand werken.

Nieuwe visie hard nodig

De bestaande visie van de gemeente Achtkarspelen op het centrumgebied van Buitenpost dateert uit 2007. De winkelmarkt heeft in de afgelopen dertien jaar radicale veranderingen doorgemaakt. Daarbij zijn er in Buitenpost zelf ontwikkelingen geweest, zoals het omleggen van de doorgaande weg en het verdwijnen van de Aldi. In deze nieuwe situatie is er behoefte aan een nieuw toetsingskader voor marktinitiatieven.

Doel

Het doel van deze visie is om te komen tot een toekomstbestendig centrum van Buitenpost. Belangrijk onderdeel daarvan is een heldere afbakening van het centrumgebied, waarbinnen publieke en private functies goed op elkaar zijn afgestemd.

Proces

Voor het opstellen van de centrumvisie is een brede projectgroep samengesteld (ondernemers, makelaars, bewoners en gemeente). Samen met de projectgroep is nagedacht over de probleemanalyse en het wensbeeld voor het centrum, evenals over de manier waarop dit is opgeschreven in het voorliggende rapport.

Aanvullend zijn acht een-op-een-gesprekken gevoerd met sleutelpartijen (o.a. supermarktpartij, woningbouwstichting, architectenbureau, etc.) en is er een uitvoerige ondernemersenquête gehouden. Hierdoor is er inzicht in de (vertrouwelijke) mogelijkheden en onmogelijkheden van de lokale partijen. In de analyse en ambitie van dit rapport wordt op deze input voortgebouwd.

Leeswijzer

Het overige deel van hoofdstuk 1 gaat in op landelijke trends, de regionale positie van het centrum en de inwoners in het verzorgingsgebied. In hoofdstuk 2 worden het aanbod in en de ruimtelijke structuur van het centrum geanalyseerd. De ambitie en visie voor het centrum staan in hoofdstuk 3, waarna in hoofdstuk 4 de daaruitvolgende acties worden beschreven.



Waar is transformatie wenselijk?


Werksessies over centrumvisie

1.2 Positie Buitenpost-Centrum

Ligging

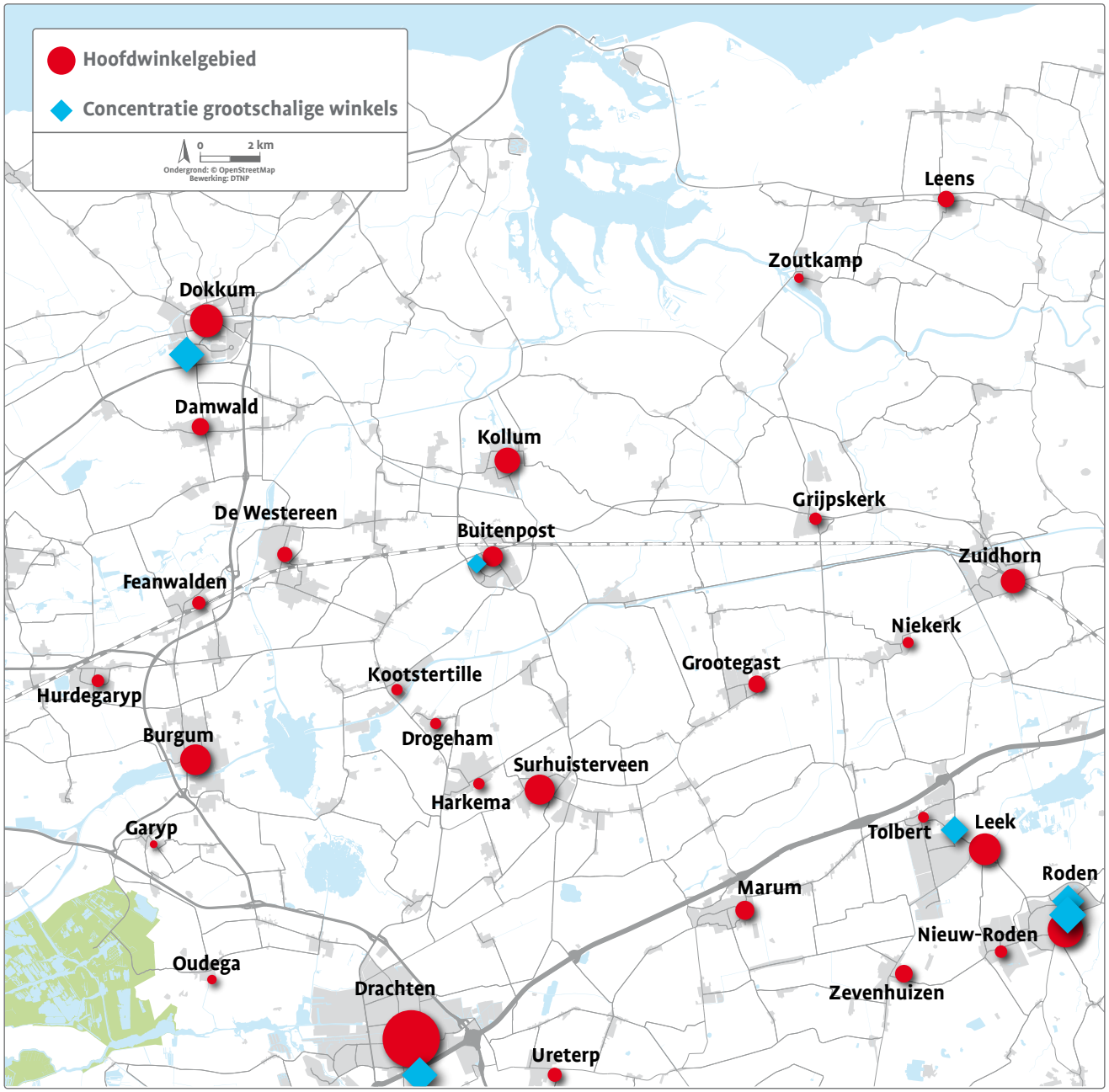
Buitenpost ligt in het noorden van de gemeente Achtkarspelen. Het dorp ligt aan de spoor- en wegverbindingen tussen Leeuwarden en Groningen. Sinds 2011 wordt doorgaand verkeer om het dorp heen geleid, waardoor minder potentiële klanten langs het centrumgebied van Buitenpost komen.

Regionale positie

Buitenpost ligt tussen de grotere centra van Kollum (ten noorden) en Surhuisterveen (ten zuiden). Het aanbod (winkels, horeca, diensten) in deze dorpen is completer dan dat van Buitenpost. Naast het centrumgebied van Buitenpost ligt de woonwinkel Kapenga Wonen, deze grootschalige winkel is in 1968 in Buitenpost begonnen.

Buitenpost-Centrum had ooit een met Kollum vergelijkbare bovenlokale positie. Dat is nu niet meer het geval. Het aanbod in Buitenpost krimpt al jaren terwijl Kollum en Surhuisterveen hun voorzieningenniveau behouden (grafiek p. 4). De omzet van winkels in Buitenpost komt voor een steeds groter aandeel uit het eigen dorp* (circa 80%).

Regionale structuur van winkelgebieden (geschaald naar omvang in m² winkelvloeroppervlak)



* Ondernemersenquête (bijlage 2) en Broekhuis Rijs (2017), Koopstromenonderzoek Provincie Fryslân.

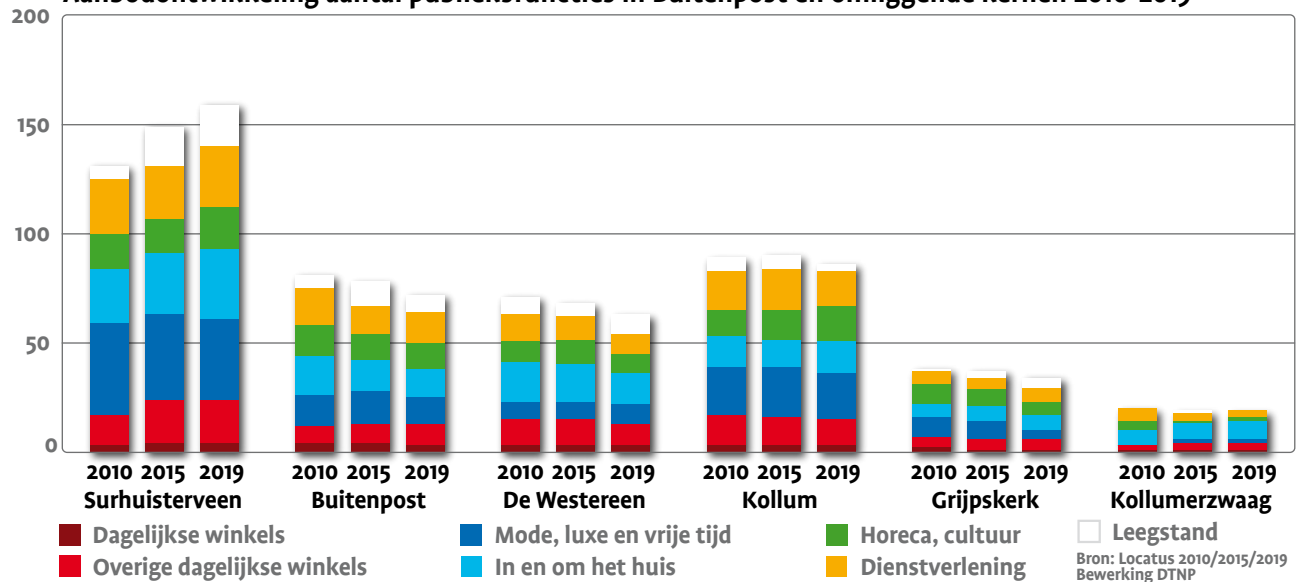
1.3 Demografie Buitenpost

In de omgeving van Buitenpost is al enige jaren sprake van lichte bevolkingskrimp*. In Buitenpost wonen begin 2020 circa 5.700 mensen. Het inwonertal in Buitenpost zal in de nabije toekomst naar verwachting stabiel blijven**. Mede door de ligging en het complete palet aan voorzieningen is Buitenpost een aantrekkelijke woonplaats (centrum, scholen, station, sportvoorzieningen, gemeentehuis, zorgcentrum, kruidhof, zwembad, etc.). In de omliggende kleine kernen zal de krimp naar alle waarschijnlijkheid wel doorzetten.

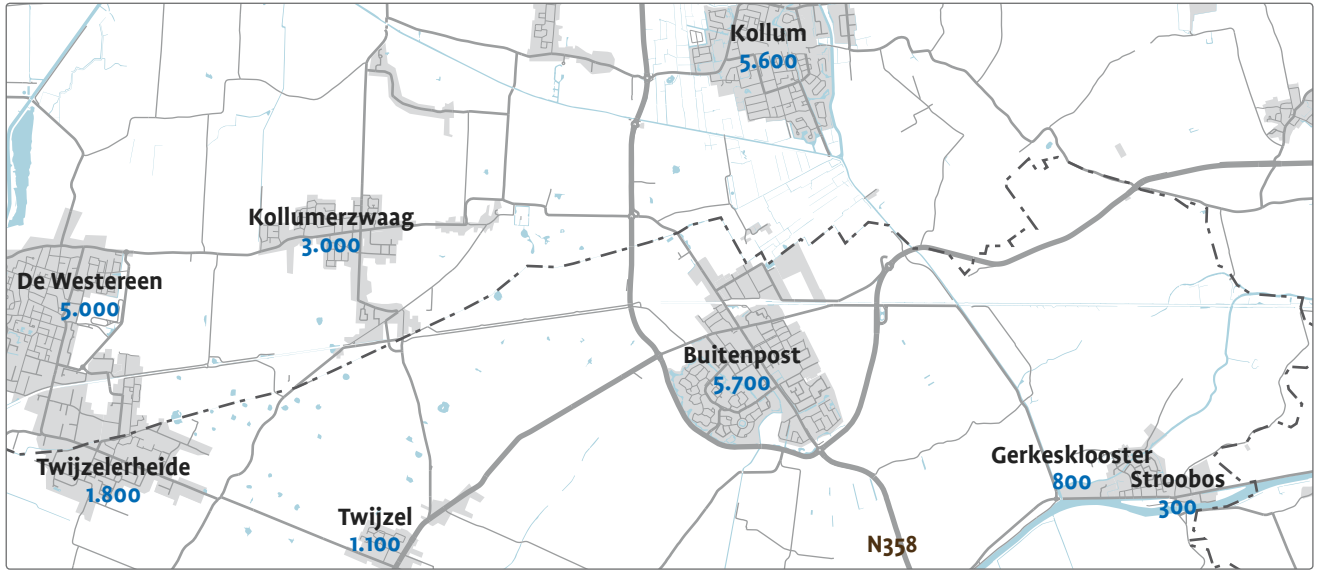
Senioren en families

Het aandeel senioren in de bevolking neemt snel toe, er is daardoor behoefte aan nieuwe woningen (minder personen per woning). In de huishoudensopmaak van Buitenpost zijn er naast veel senioren ook bovengemiddeld veel huishoudens met kinderen. In Buitenpost en omgeving ligt het inkomensniveau relatief laag ten opzichte van het landelijk gemiddelde evenals het gemiddelde van Friesland.**

Aanbodontwikkeling aantal publieksfuncties in Buitenpost en omliggende kernen 2010-2019



Dorpen in de omgeving en het aantal inwoners



* CBS Statline (2019), Kerncijfers buurten en wijken 2013-2019.
** Gemeente Achtkarspelen (2019).

Vergrijzing ondernemers: opvolging en pensioen
Ook de ondernemers in Buitenpost verouderen. Van de respondenten uit de ondernemersenquête is de helft binnen tien jaar 60 jaar of ouder. Opvolging is voor sommige winkeliers niet waarschijnlijk. Circa de helft van de ondernemers zit in eigen vastgoed. De verhuur of verkoop daarvan is vaak een belangrijk onderdeel van het beoogde pensioen.

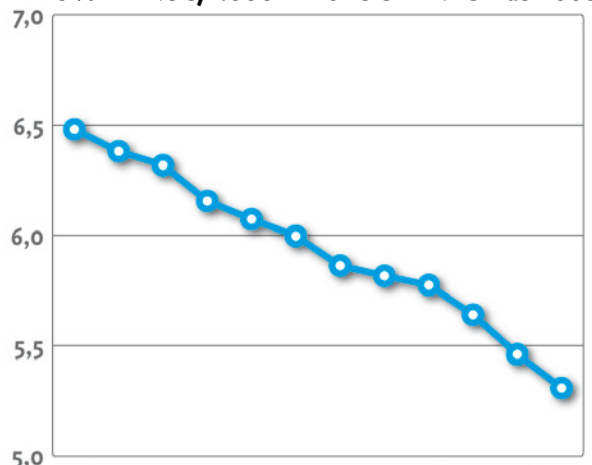
1.4 Marktsituatie winkels

Het koopgedrag van consumenten is drastisch veranderd. Vooral het gebruik van het online aankoopkanaal is de afgelopen tien jaar heel snel gegroeid. In veel sectoren zoals mode, elektronica en speelgoed heeft online al een groot omzetaandeel verworven. Als gevolg hiervan neemt het aantal fysieke winkels in Nederland al jaren af en dat heeft weer grote impact op centrumgebieden, die vaak voor het grootste deel uit winkels bestaan.

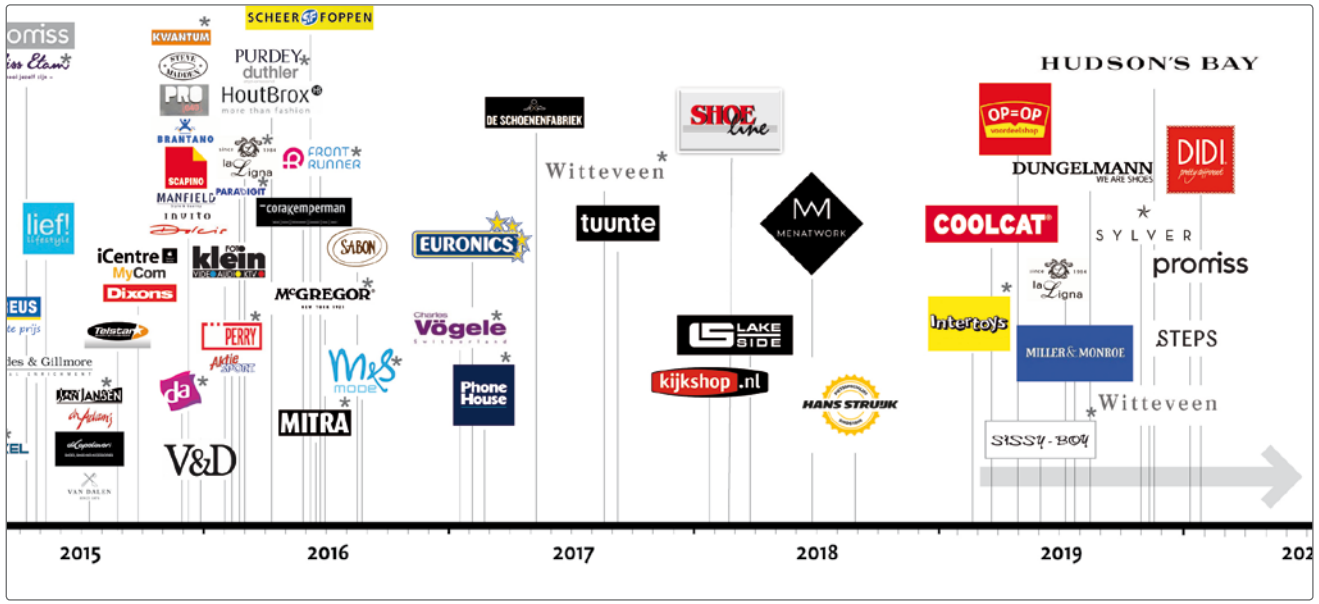
Ten opzichte van het online koopkanaal houden fysieke winkellocaties meerwaarde als het gaat om het doen van dagelijkse, frequente aankopen in de directe woonomgeving of voor een dagje naar de grote stad, zoals Leeuwarden of Groningen (divers en uniek winkel- én horeca-aanbod en aantrekkelijke sfeer en beleving). Voor overige aankopen is het grote, goed te vergelijken aanbod op internet een aantrekkelijk alternatief. Met o.a. de komst van Amazon NL wordt dat online aanbod alleen maar groter.

Krimp²
Afnemende inwonertallen beïnvloeden het draagvlak voor alle typen publieksfuncties. Hier stapelt krimp (als gevolg van online) zich op krimp (als gevolg van afnemend inwonertal); ofwel krimp². Daardoor is in krimpgebieden, zoals Noordoost-Friesland, de invulling van leegkomende winkelpanden met commerciële publieksfuncties lastig.

-20% winkels/1.000 inwoners in NL sinds 2008



Bron: Locatus, september 2019; bewerking DTNP

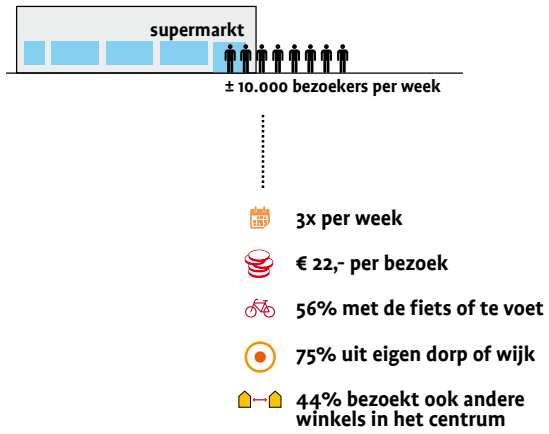


Faillisementen landelijke filialen in het middensegment (sommige met minder vestigingen doorgestart)

Trekkersfunctie supermarkten
Supermarkten zijn voor dorpscentra veruit de belangrijkste functie. Supermarkten trekken duizenden bezoekers per week, meer dan elke andere centrumfunctie. Het online omzetaandeel in de boodschappensector is nog klein, maar groeit de laatste jaren snel.

Inpassing supermarkten en combinatiebezoek
Overige voorzieningen kunnen profiteren van de grote bezoekersaantallen van supermarkten, mits de supermarkt goed is gelegen. De onderlinge afstand en zichtrelatie zijn daarbij bepalende factoren.

Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland

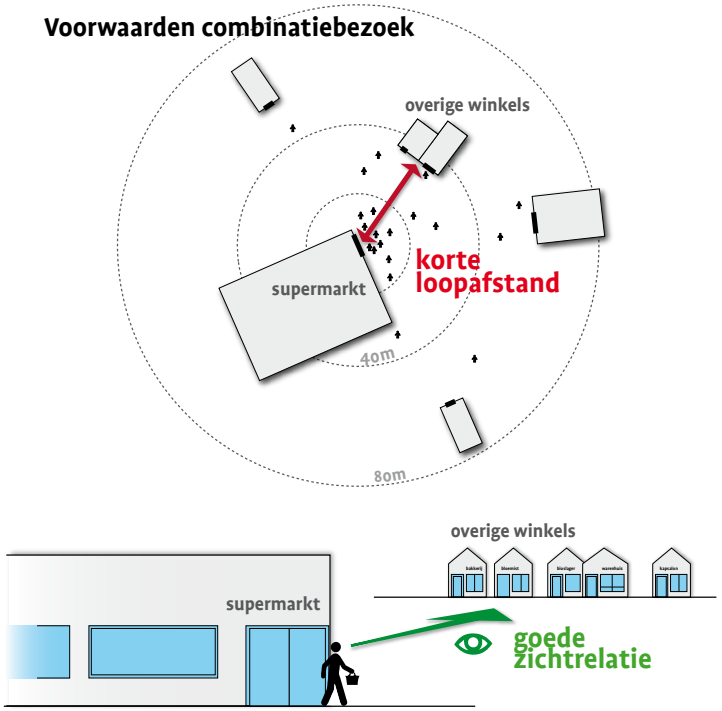


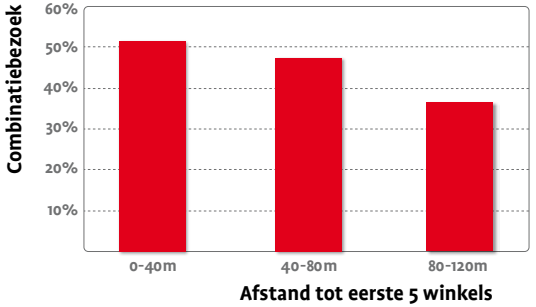
Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

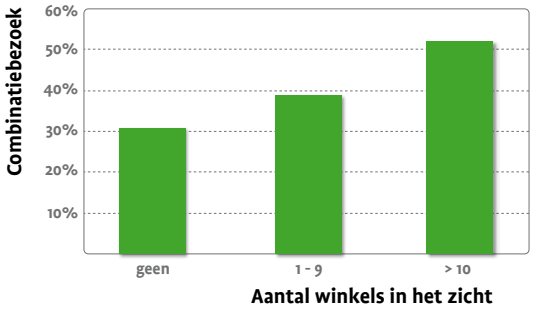
Uit recent door DTNP uitgevoerd onderzoek onder circa 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra in Nederland blijkt dat circa 44% van de consumenten het supermarktbezoek combineert met een of meer andere winkels in hetzelfde winkelgebied. Dit geldt zowel voor service- als voor discountsupermarkten.

Het onderzoek toont aan dat het aandeel supermarktbezoekers dat ook andere winkels bezoekt, toeneemt naarmate meer winkels dicht bij de supermarkt liggen. Wanneer de eerste (vijf) winkels niet binnen 80 meter van de supermarkt liggen neemt het aandeel combinatiebezoek al snel af. Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen.

Voorwaarden combinatiebezoek









2 Analyse centrumgebied

2.1 Aanbod

Aanbodprofiel van Buitenpost-Centrum
In het centrumgebied rond de Kerkstraat en Voorstraat zijn circa 45 voorzieningen gevestigd, met samen circa 14.500 m² winkelvloeroppervlak (wvo)*. Ruim de helft van die voorzieningen is een winkel, en winkels nemen zelfs circa 90% van het vloeroppervlak in (circa 13.100 m² wvo). Grote winkels, zoals Kapenga Wonen (ruim 7.000 m² wvo) en de supermarkten, maken daar het overgrote deel van uit.

De meeste commerciële publieksfuncties in het dorp liggen in het centrumgebied. Daarbuiten liggen nog enkele winkels op het bedrijventerrein (o.a. doe-het-zelf, kringloop), is er solitaire horeca, zoals China Garden aan de rotonde, ligt bij het spoor botanische tuin De Kruidhof en zijn er enkele dienstverlenende bedrijven, zoals de Regiobank, langs de hoofdwegen.

Supermarkten
Zoals in §1.4 beschreven zijn supermarkten bepalend voor de huidige en toekomstige winkelfunctie van dorpscentra. Het supermarktaanbod in het centrum van Buitenpost is, met drie aanbieders van samen circa 3.000 m² wvo, groot**. De individuele supermarkten zijn wat aan de kleine kant voor een moderne supermarkt, maar niet te klein voor gezonde exploitatie (Poiesz is circa 1.050 m² wvo, Lidl circa 950 m² wvo en Coop circa 900 m² wvo). Lidl en Poiesz hebben recent hun winkel vernieuwd en iets vergroot. Er is geen kwantitatieve behoefte aan verdere toevoeging van supermarktaanbod in Buitenpost (zie bijlage 5).

Overig winkelaanbod
Het overige winkelaanbod in het centrum van Buitenpost bestaat uit:

- Zes ‘dagelijkse winkels’ voor de primaire levensbehoeften: de groentezaak, slager, apotheek, drogist en twee bakkers;
- Twee non-foodwinkels die mensen vaak in het verlengde van de boodschappen bezoeken: de bloemist en de Readshop;
- Acht winkels binnen de branches mode, hobby en cadeau, waaronder de opticien, damesmodezaken en de Wereldwinkel;
- Vijf winkels voor doelgerichte aankopen en/of advies, zoals doe-het-zelf, elektronica, woninginrichting en de fietsenzaak. Het aanbod woninginrichting is in Buitenpost uitzonderlijk groot door de aanwezigheid van Kapenga.

Horeca
In het centrum is een basis horeca-aanbod te vinden (cafetaria, restaurant, lunchroom, afhaal/bezorging, café/zaalruimte). Per type horeca is de keuze beperkt. De Pyramide en Binnenmarkt hebben de meeste synergie met de winkelfunctie van het centrum door de centrale ligging, vroege openingstijden en het gebruik van de openbare ruimte in het centrum (terras).

Dienstverlening
Het overige publieksaanbod in het centrum bestaat uit tien dienstverlenende functies. De helft daarvan valt binnen het thema persoonlijke verzorging, zoals kappers, schoonheidssalons en de zonnebank. Verder zijn er baliefuncties (makelaar en uitzendbureau) en maatschappelijke functies (bibliotheek, het Kennis- en Innovatiehuis Noordoost Fryslân en de CAGGB).

* Locatus (2019), Verkooppuntenbestand Locatus.

** Zie bijlage 5 voor de marktsituatie van supermarkten in Buitenpost.

Aanbodontwikkeling: krimp en leegstand

Over de afgelopen tien jaar is het aantal publieksfuncties in het centrumgebied met circa een kwart afgenomen. In lijn met de trends is met name het winkelaanbod afgenomen. De leegstand is daardoor opgelopen, niet alleen aan de randen, maar overal in het centrumgebied. De afgelopen jaren zijn er al meerdere langdurig leegstaande winkelpanden getransformeerd naar woningen. Dit geldt met name aan de Voorstraat, maar er zijn bijvoorbeeld ook in de Kerkstraat plannen de oude Aldi om te bouwen naar een woon/zorgcomplex.

2.2 Ruimtelijke structuur

Het centrum ligt centraal in het dorp bij de kruising van de belangrijkste ontsluitingswegen (Voorstraat, Kuipersweg, Stationsstraat). In de directe omgeving liggen voorzieningen met een bovenlokale functie zoals het gemeentehuis en het treinstation.

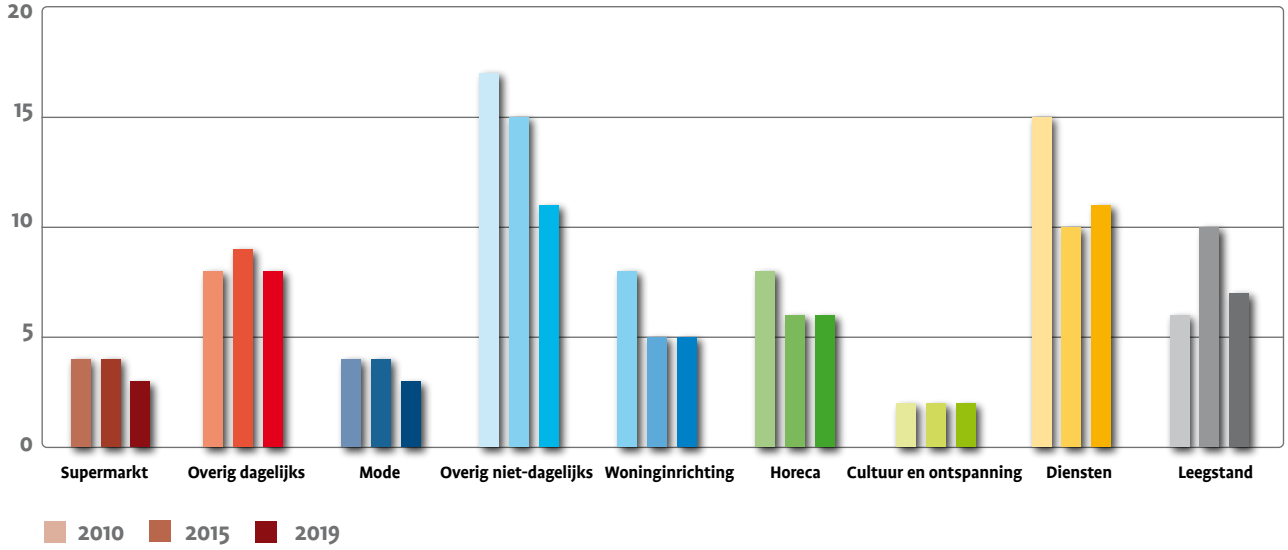
Het dorp Buitenpost is ontstaan aan de Voorstraat en Kerkstraat. Hier ligt nu ook nog het centrumgebied van het dorp. Vanwege de toenemende ruimtebehoefte van winkels is vanaf de jaren ’60 veel herontwikkeld, vooral aan de Kerkstraat (sloop/nieuwbouw, zijtakken Christinastraat en Nijenstein, etc.). Nu er krimp, leegstand en transformatie plaatsvindt, verliest het gebied zijn samenhang. De lange onderbreking van het publieksfront in de Kerkstraat is daarvoor exemplarisch.

Het noordelijke deel van de Kerkstraat is het zwaartepunt van het centrum: hier zitten de meeste winkels bij elkaar, de drie supermarkten liggen op korte afstand en er is parkeergelegenheid.

De zichtrelatie naar en tussen de verschillende voorzieningen is matig. De drie supermarkten zijn bijvoorbeeld amper zichtbaar vanuit de rest van het centrum of vanaf de aanrijroutes.

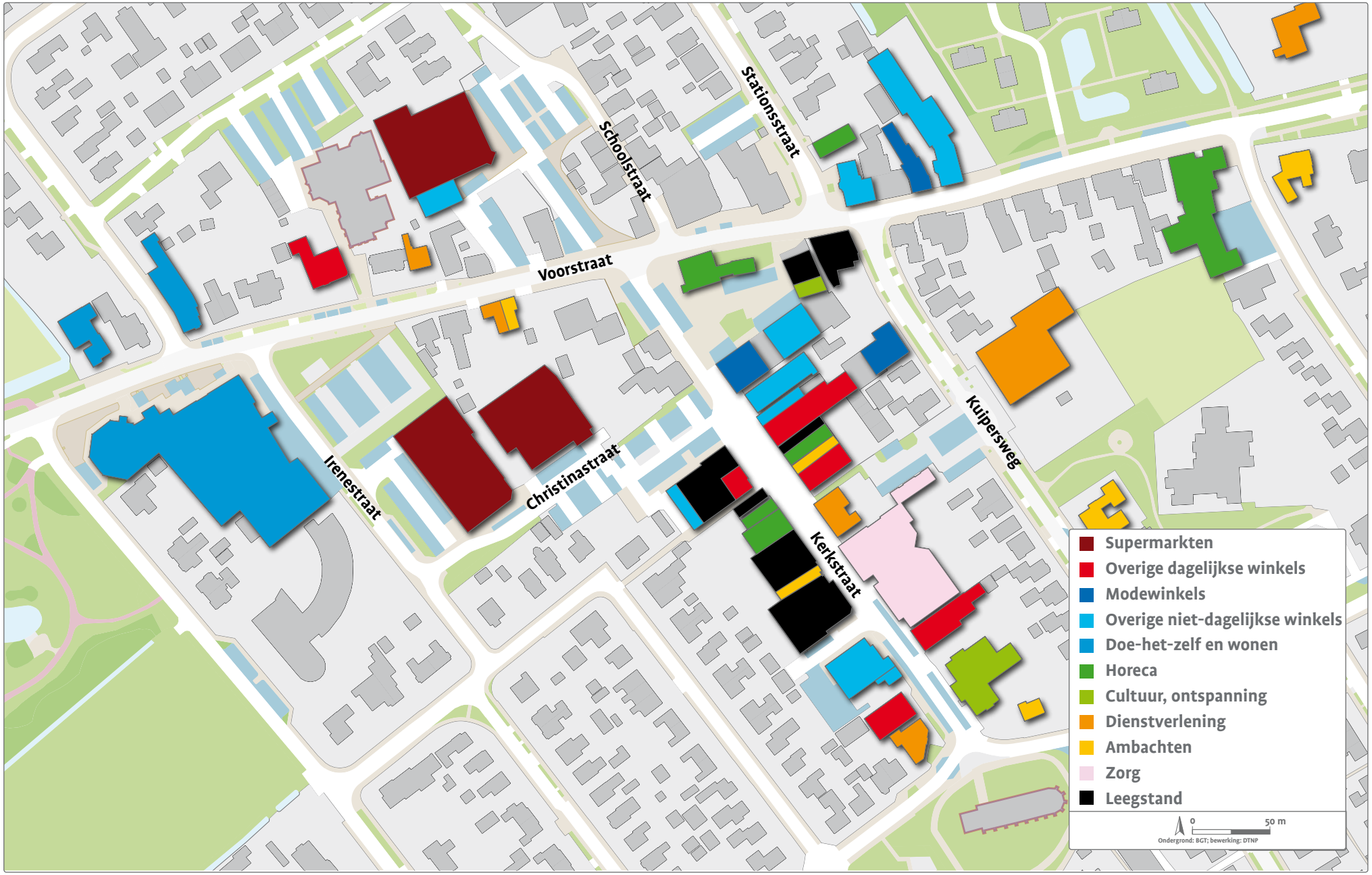
Het kwaliteitsniveau van de straatinrichting is goed, wel is het centrum nog erg stenig en is de indeling van de ruimte soms ongelukkig. Zo is het bij de centrale en drukste parkeergelegenheid van het centrum (Christinastraat) lastig parkeren. De meeste parkeercapaciteit ligt aan de Voorstraat en Christinastraat bij de grootste winkels. Ook in, aan en achter de Kerkstraat (Nijenstein, Kuipersweg) is parkeergelegenheid, vaak voor de deur van voorzieningen. De kwantitatieve parkeercapaciteit in het totale centrumgebied is afdoende.

Aanbodontwikkeling naar branche in Buitenpost-Centrum (2010-2015-2019) in aantal verkooppunten



Bron: Locatus 2010, 2015, 2019; bewerking DTNP

Branchering centrumgebied Buitenpost, situatie januari 2020



2.3 Sterktes en zwaktes

Uit actueel onderzoek onder consumenten* en ondernemers**, discussies met lokale betrokkenen en de voorgaande analyse van DTNP is duidelijk geworden wat momenteel de sterke en zwakke punten van het centrum zijn.

Het centrum van Buitenpost functioneert begin 2020 voornamelijk als boodschappencentrum voor de lokale bevolking. Het centrum wordt gewaardeerd om het ruime supermarktaanbod en de bereikbaarheid met auto en fiets. Voor het bezoekgemak is de onhandige inrichting van de Christinastraat wel een aandachtspunt. De sfeer en uitstraling van het centrum worden slecht beoordeeld. Illustrerend voor het huidige functioneren en imago van het centrum van Buitenpost is dat circa 83% van de centrumbezoekers als belangrijkste bezoekreden gaf dat het centrum “dicht bij huis is”*.

Sterke punten

+ **Supermarkten:** Er zijn drie supermarkten in het centrum, op redelijk korte afstand van de overige functies. Deze winkels zijn van groot belang voor de dagelijkse aantrekkingskracht van het centrumgebied en de overlevingskansen van het overige aanbod in het centrum.
+ **Bereikbaarheid:** De voorzieningen in het centrum zijn goed bereikbaar met de auto en fiets (zie bijlage 2). Auto’s en fietsen kunnen overal komen en bij veel voorzieningen zelfs voor de deur parkeren.
+ **Frequente benodigdheden:** Naast de supermarkten is er in het centrumgebied een basisaanbod voor de frequente benodigdheden. Relevante functies zijn bijvoorbeeld de bibliotheek, drogist, verswinkels (bakkers, slager, groente), laagdrempelige horeca, bloemist, apotheek, opticien, fietsenwinkel, gemakswinkel en kappers.
+ **Couleur locale:** ‘Lokale helden’ zoals Kapenga, de damesmodezaken en een lunchroom als de Binnen Markt geven extra kleur en lokaal DNA aan het centrum.
+ **Voorzieningenkern:** Het totale voorzieningenaanbod in Buitenpost (incl. zorg, scholen, station, etc.) is sterk. De oriëntatie van de directe omgeving op de voorzieningen in Buitenpost is daardoor niet alleen afhankelijk van het winkelaanbod.



Supermarkten levensader centrum Buitenpost



Lokale ondernemers geven kleur aan het centrum



Dagelijkse benodigdheden makkelijk en snel

* Broekhuis Rijs (2017), Koopstromenonderzoek Provincie Fryslân 2017.
** DTNP (2019), ondernemersenquête Buitenpost november 2019

Zwakke punten

- **Externe ontwikkelingen**: Het toenemende belang van online winkelen en de bevolkingskrimp in het omliggende gebied bieden weinig toekomstperspectief voor het centrum.
- **Leegstand**: Leegstand heeft een negatief effect op de uitstraling van een centrumgebied en breekt het publieksfront op. Zelfs de winkelruimte tussen supermarkten en drogist (in theorie het drukstbezochte gebied) staat al enige tijd leeg.
- **Inrichting Christinastraat:** De dagelijkse aankoopfunctie is de belangrijkste functie van het centrum. De centrale parkeervoorziening tussen Lidl, Coop en de noordelijke Kerkstraat (o.a. Kruidvat) wordt als een onoverzichtelijk en onprettig gebied ervaren.
- **Diversiteit aanbod**: Het winkelaanbod in Buitenpost voldoet steeds minder aan wat consumenten verwachten van een 'compleet dorpscentrum'. Het winkelaanbod voor frequente benodigdheden is significant minder compleet dan in Kollum en Surhuisterveen (winkels als Hema en Action, verswinkels zoals vis en kaas, een dierenspeciaalzaak, etc.).
- **Samenwerking ondernemers:** De centrumondernemers werken momenteel weinig samen. Nu de winkeliersvereniging (BUVO) niet meer bestaat neemt de Business Club Buitenpost (BCB) de verantwoordelijkheid om de vertegenwoordiging op te pakken. Uit de ondernemersenquête en gesprekken blijkt dat nog maar een beperkt aandeel lid is van de BCB*. In de tussentijd worden de centrumbelangen niet consistent en samenhangend behartigd.
- **Uitstraling panden**: In Buitenpost-Centrum heeft de bebouwing een laagwaardige en weinig karaktervolle uitstraling. Met name aan de Kerkstraat is dit het geval. De enkele overgebleven historische panden in het centrumgebied (bijv. Kerkstraat 6 en 8) zijn van belang voor het 'lokale DNA' van het centrum.
- **Sfeer**: Het ontbreekt aan sfeer, gezelligheid en levendigheid in het centrumgebied.
- **Samenhang**: De vraag 'waar begint en eindigt' het centrum van Buitenpost is in de huidige situatie niet gemakkelijk te beantwoorden. Het centrum van Buitenpost heeft weinig ruimtelijke samenhang. Dat komt mede door de verspreide vestiging van publieksfuncties, de matige zichtrelaties tussen deelgebieden, de verschillende bouwstijlen en de leegstand.

* Zie pagina 19.



Onhandige inrichting centraal bronpunt



Vastgoed met weinig uitstraling



Zichtrelaties tussen deelgebieden beperkt



3 Ambitie en visie

3.1 Ambitie

Marktcondities in Buitenpost

Het centrum van Buitenpost ligt in een vergrijzend en licht krimpend verzorgingsgebied. In een lastige tijd voor de winkelmarkt heeft Buitenpost-Centrum positie verloren ten opzichte van omliggende centra. Winkels vallen weg en er is geen perspectief voor herinvulling met commerciële publieksfuncties. De verwachting is dat er, door de marktcondities en het ontbreken van opvolging, nog meer winkels weg zullen vallen.

Ambities voorzieningenbeleid Achtkarspelen

Het centrum van Buitenpost is als een na grootste voorzieningencluster in de gemeente bepalend voor de leefbaarheid. De gemeentelijke ambities voor de voorzieningenstructuur zijn*:

- Behoud van een breed voorzieningenaanbod;
- Streven naar clustering van voorzieningen;
- Inzetten op het realiseren van woon- en werkfuncties in de centra van Buitenpost en Surhuisterveen om de verzorgende functie te behouden;
- Het opwaarderen van de centrumgebieden;
- Het bewaken van het bestaan van een ontmoetingsplek in elk dorp.

* Gemeente Achtkarspelen (2013), Structuurvisie samen leven in Achtkarspelen.

Provincie Friesland Retailaanpak 2018-2020

De provincie heeft de volgende ambitie: “Goedfunctionerende, aantrekkelijke en toekomstbestendige winkelgebieden in een veranderend retaillandschap.” Deze is uitgewerkt in de volgende doelen:

- Het terugdringen van overcapaciteit aan winkelmeters en leegstand;
- Het versterken van ondernemersschap;
- Het professionaliseren van promotie;
- Het versterken van de uitstraling, beleving en aantrekkelijkheid van winkelgebieden.

Naar een compacter centrumgebied

De gemeente Achtkarspelen zet in op het clusteren van publieksfuncties vanwege het positieve effect op het voorzieningenniveau (zie bijlage 1). De ambities uit de Centrumvisie Buitenpost 2007 zijn door de tijd ingehaald. Het gebied dat toendertijd is aangewezen als concentratiegebied is nu te groot. De haalbare omvang van een gebied met alleen publieke functies is beperkt, ook gezien de beperkte kans op verplaatsing van ondernemers. Toch zijn er wel degelijk mogelijkheden voor een aantrekkelijk centrumgebied in een woonplaats van bijna 6.000 inwoners. De ambitie is om die mogelijkheden te faciliteren in een klein, overzichtelijk centrumgebied.

Ambitie Buitenpost: binden lokale bevolking

Deze visie heeft als ambitie de lokale bevolking zoveel mogelijk te binden aan het centrum. Daarvoor is het van belang zo goed mogelijk aan te sluiten op de lokale identiteit en de toekomstig relevante bezoekmotieven van inwoners van Buitenpost. Uitgaande van de trends in het consumentengedrag en de huidige sterktes en zwaktes is de ambitie voor Buitenpost-Centrum:

- dé locatie voor *dagelijkse benodigdheden*;
- dé *sociale ontmoetingsplek* van het dorp.

Het nut van compacte centrumgebieden

De aantrekkingskracht van individuele winkels neemt af waardoor de afhankelijkheid van ‘de passant’ toeneemt. Hoe meer publieksfuncties bij elkaar zitten hoe groter de gezamenlijke aantrekkingskracht en hoe meer passanten langs de deuren. Meer passanten betekent dat ondernemers meer kansen hebben om iemand tot een aankoop te verleiden. Naast direct combinatiebezoek is er ook een ‘top of mind’- effect: wanneer iemand vaak langs een boekenzaak komt, is die winkel eerder in beeld voor de aanschaf van een boek.

3.2 Kansrijke centrumfuncties

Dagelijkse benodigdheden

Een centrum voor de dagelijkse benodigdheden in de nabije omgeving blijft relevant voor de consument. Buitenpost heeft genoeg inwoners om interessant te zijn en te blijven voor partijen die onderdeel willen zijn van zo'n centrum. Door de dagelijkse bezoekersstroom blijft het centrum een interessante vestigingslocatie en zijn er mogelijkheden voor een breder voorzieningenaanbod. Wel zijn moderne consumenten kritisch, juist wanneer ze ergens vaak komen. Het aanbod en de randvoorwaarden moeten kloppen.

Aanbodprofiel

- Het supermarktaanbod staat aan de basis van de dagelijkse aankoopfunctie en is medebepalend in de keuze van de consument voor een centrum. Het behouden van supermarkten in het centrum van Buitenpost is een voorwaarde om aan de ambitie voor een breed voorzieningenaanbod te voldoen. Andere commerciële publieksfuncties die op zichzelf kunnen functioneren zijn bijvoorbeeld kappers en een restaurant/maaltijdbezorger.
- Bij voldoende aantrekkingskracht door de supermarkten (solide basis) kan het aanbod aangevuld worden met een beperkte hoeveelheid commerciële voorzieningen gericht op de dagelijkse benodigdheden, zoals een drogist, bloemist, fietsenmaker, verswinkel, eetcafé/cafetaria, opticien, apotheek, etc.
- Dagelijkse publieksfuncties zijn niet alleen winkels, kappers en horeca. Ook veel maatschappelijk-culturele en zorgfuncties hebben een voornamelijk lokale verzorgingsfunctie en worden frequent bezocht. Denk aan een dorpshuis, zorgpraktijk, muziekschool, dierenarts, fysiotherapeut of bibliotheek. Een relevant dorpscentrum voor dagelijkse benodigdheden combineert zoveel mogelijk lokale bezoekmotieven en publieksstromen, en biedt daarvoor de juiste randvoorwaarden.

Randvoorwaarden

- **Bezoekgemak**: Voor dagelijks bezoek zijn de bereikbaarheid en de parkeersituatie voor auto en fiets belangrijke factoren, zowel voor de weekboodschap als voor een bezoek aan de huisarts.
- **Compact**: Om combinatiebezoek van consumenten te stimuleren is een overzichtelijke situatie met korte loopafstanden en goede zichtrelaties tussen functies wenselijk. Dat vraagt om een compact centrumgebied.



De basis: supermarkten en bezoekgemak



Aanvullingen dagelijkse benodigdheden



Zoveel mogelijk lokale bezoekmotieven combineren

Focusgebied

Supermarkten inpassen in een centrum is ingewikkeld (parkeerbehoefte, laden en lossen, omvang). Verplaatsing van supermarkten binnen het centrum van Buitenpost is niet realistisch, de huidige ligging bepaalt in grote mate waar het toekomstige centrumgebied zal zijn. Het huidige en toekomstige zwaartepunt van de boodschappenfunctie ligt daarmee aan de Christinastraat. De twee supermarkten met centrale parkeergelegenheid, in het zicht van de winkelplint van de noordelijke Kerkstraat, bieden het beste uitgangspunt als compact gebied voor dagelijkse benodigdheden. De inrichting van de verkeer- en parkeersituatie in de Christinastraat behoeft aandacht om het bezoekgemak te verbeteren.

Vestigingsklimaat

Wanneer bovenstaande klopt is het centrum het beste vestigingsklimaat voor lokale ondernemers/specialisten. Dit soort ‘local heroes’ zijn nu al in/om het centrum aanwezig (bijv. modezaken, lunchroom, schoonheidssalon), maar zijn, wanneer de basis niet voldoet, in de toekomst niet vanzelfsprekend.

Sociale ontmoetingsplek

Ondernemers moeten economisch perspectief zien in een centrumgebied. Voor de dorpsbewoner/consument is ook de sociale kant van een centrum interessant. Een dorpscentrum is in potentie dé plek in het dorp waar inwoners elkaar treffen en waar ze zich mee identificeren. De dagelijkse benodigdheden én de functie als sociale spil zorgen er samen voor dat de inwoners aan het centrum gebonden blijven.

Randvoorwaarden en aanbodprofiel

Om de ontmoetingsfunctie te versterken is aandacht gewenst voor de verblijfskwaliteit van het centrum (veilig, sfeer, aantrekkelijke uitstraling) en voor de mogelijkheid om het verblijf te verlengen (zitgelegenheid, rustig plekje, consumptie ter plaatse). Functies met een sociaal aspect, zoals een horecagelegenheid, dorpshuis of bibliotheek, dragen bovengemiddeld bij aan de levendigheid.

Focusgebied

Het gebied Nijenstein biedt de beste aanknopingspunten om sociale ontmoeting te stimuleren: nabij de belangrijkste dagelijkse benodigdheden (supermarkten), met horeca en terrasruimte, voldoende openbare ruimte, enig groen en historische bebouwing (lokaal DNA).



Dagelijkse functie voorwaarde vestigingsklimaat



Sociale ontmoetingsfunctie beter ondersteunen



Nijenstein beste uitgangspositie ontmoetingsplek

3.3 Ruimtelijk-functionele visie

De centrumvisie zet in op een compact dorpshart van Christinastraat, noordelijke Kerkstraat en Nijenstein waar de dagelijkse benodigdheden en sociale ontmoetingsfunctie optimaal worden gefaciliteerd. In dit compacte centrumgebied kijkt de gemeente met een positieve grondhouding naar ontwikkelingen van alle typen publieksfuncties*: van bakker tot kapper, van lunchroom tot huisarts. Deze ontwikkelingen worden in beginsel binnen de huidige bouwgrenzen ingepast. Het vullen van de bestaande meters binnen het compacte centrumgebied is voldoende uitdagend.

Buiten het compacte centrumgebied wordt niet meegewerkt aan nieuwe detailhandel en horeca ontwikkelingen, en denkt de gemeente mee met eigenaren over alternatieve functies. Zo worden de bezoekersstromen op termijn gebundeld in het compacte centrum en blijft er daar perspectief voor publieke voorzieningen. Hier wordt de wenselijke ontwikkeling per gebied geschetst.

Compact centrumgebied

- Christinastraat: Het belangrijkste gebied in het centrum is de Christinastraat. De basisfunctie waar het centrum op drijft zijn de supermarkten en het bezoekgemak. De Christinastraat is hét bronpunt van het centrum. Belangrijke thema's zijn het bezoekgemak, de zichtlijnen naar de Kerkstraat en de parkeercapaciteit. Vooral het bezoekgemak is nog onvoldoende.
- Kerkstraat-noord: Het noordelijke deel van de Kerkstraat blijft een publiek gebied met onder andere winkels. De ligging tussen het boodschappenbronpunt Christinastraat en verblijfsgebied Nijenstein evenals de huidige bezetting (o.a. drogist, opticien, kapper, bloemist, bakker) zijn goede uitgangspunten.
- Nijenstein: Nijenstein is in potentie een prettige pleinruimte met een menselijke maat, geschikt voor horeca en evenementen. De hier aanwezige historische panden zijn waardevol; ze verankeren het centrum in het lokale DNA van Buitenpost. Om deze kwaliteiten voor de functie als ontmoetingsplek te benutten is een betere balans tussen verkeer en verblijven wenselijk, waarbij behoud van de historische panden uitgangspunt is. Initiatieven voor meer verblijfs-/terrasruimte aan de zonkanten zijn welkom. De bezonning en zichtrelaties zijn in het oostelijk deel van Nijenstein beperkt. Daar is een passender vestigingsmilieu voor meer doelgericht bezochte functies waaronder dienstverlening, zorg, cultuur, etc.



Christinastraat bronpunt van het centrum



Noordelijke deel Kerkstraat blijft publiek gebied



Lokale DNA komt terug in historische bebouwing

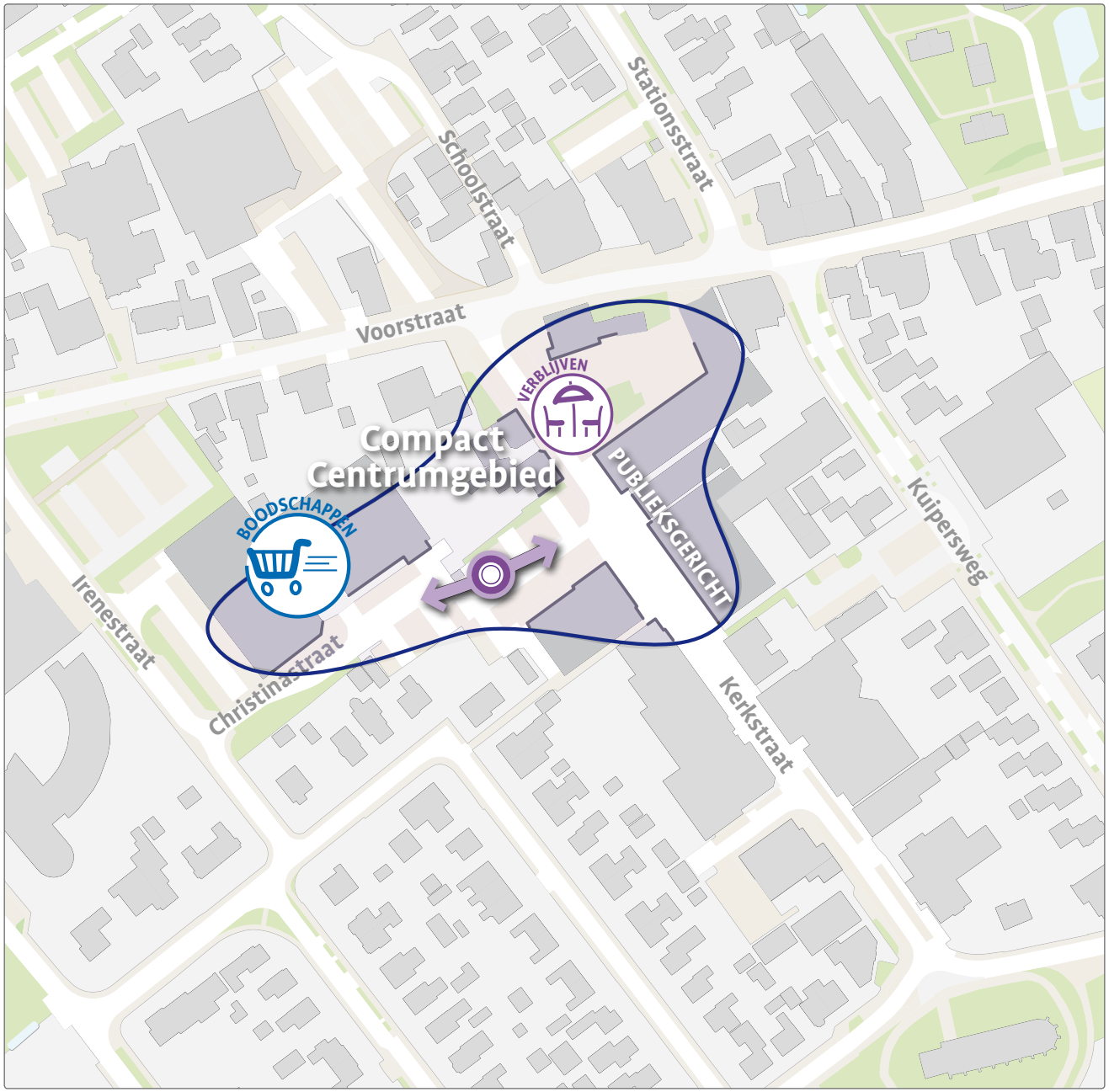
* Initiatieven worden deels beoordeeld op praktische kaders vanuit het algemeen belang, zoals milieuzonering, marktbehoefte, parkeernormering, etc.

Overig centrum

Voor de toekomstige vestigingsbehoefte van alle publieksfuncties in Buitenpost ligt de prioriteit bij het compacte centrumgebied. Daarbuiten staat het dorp niet op slot, maar geldt maatwerk in lijn met de visie.

- Winkel en horeca-functies zijn bepalend voor de dagelijkse trekkracht en sociale ontmoetingsfunctie en zijn het meest afhankelijk van combinatiebezoek. Met nieuwe winkel- en horeca-initiatieven buiten het compacte centrumgebied wordt dan ook niet meegewerkt. Eventuele initiatieven van bestaande winkeliers en horeca-ondernemers buiten het compacte centrum worden met maatwerk behandeld. Kleinschaligheid is daarbij het kernprincipe.
- Nieuw publiek vastgoed ontwikkelen buiten het centrumgebied is in bijna alle gevallen onwenselijk. Wanneer inpassing van publieksfuncties anders dan winkels- en horeca niet haalbaar blijkt in het compacte centrum kan in de schil direct om het compacte centrum (zichtrelatie) worden gezocht naar mogelijkheden in lijn met de ambities van deze visie (bijv. behouden van karakteristieke gebouwen, het vullen van leegstand of het toevoegen/behouden van dagelijkse/sociale publieksfuncties in het centrum).

Visiekaart: afbakening compact centrumgebied van Buitenpost



- De Voorstraat: De Voorstraat blijft de komende jaren als aanrijroute en met Kapenga en Poiesz een belangrijke straat voor het centrum. Voor het huidige commerciële vastgoed aan de Voorstraat geldt dat een niet-publieke functie een passende oplossing is wanneer de publieksfunctie komt te vervallen.
- Midden/Zuiden Kerkstraat: In het midden en zuidelijke deel van de Kerkstraat worden de bestaande publieksfuncties gerespecteerd maar is de transformatie van bestaand winkelvastgoed naar niet-publieke functies één van de mogelijkheden.



Nieuwe horeca-/winkelinitiatieven in compact gebied


Buiten compact gebied meedenken over alternatieven


In lijn met ambities visie maatwerk mogelijk


Mogelijk maken transformatie niet-publieksfuncties



4 Acties en vervolgproces

4.1 Aan de slag!

Om ervoor te zorgen dat het centrum van Buitenpost aantrekkelijker wordt voor de lokale bevolking is meer nodig dan dit rapport. De toewijding en betrokkenheid van en communicatie tussen ondernemers, eigenaren en gemeente is essentieel voor een succesvolle uitvoering. Door structureel met elkaar in overleg te treden kan verder vorm worden gegeven aan de actiepunten uit deze visie.

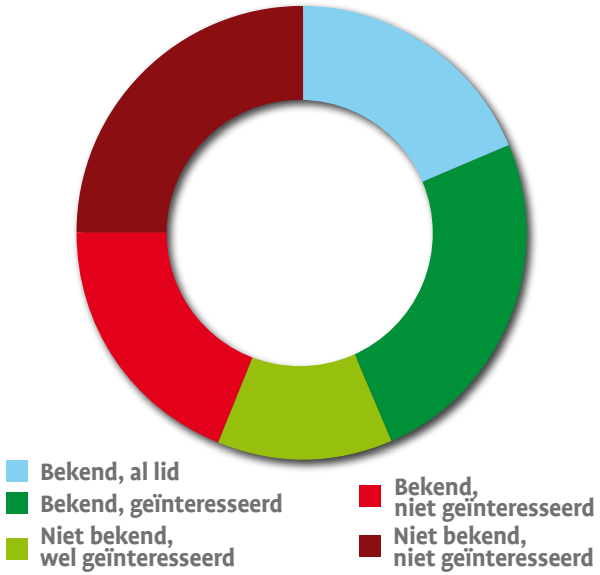
Elke partij draagt namelijk een deel van de verantwoordelijkheid van de uitvoering. Voor de gemeente valt die verantwoordelijkheid vooral binnen de openbare ruimte, bestemmingen en vergunningen (meewerken met passende initiatieven). Voor ondernemers is naast een goed ondernemersschap een betere onderlinge organisatie de grootste opgave. Eigenaren zijn onder andere verantwoordelijk voor invulling van leegstand en een aantrekkelijke uitstraling van het gevelbeeld. De provincie neemt haar verantwoordelijkheid door financiële ondersteuning van wenselijke projecten (zie bijlage 3).

Organisatie van ondernemers

Nu de winkeliersvereniging is opgeheven heeft de Business Club Buitenpost (BCB) de intentie om de ondernemers in het centrum te representeren. Gezien de verdeelde reactie in de ondernemersenquête ligt daar nog een flinke opgave. Een door de ondernemers gedragen representatie is nodig om 'snel te schakelen' met andere partijen (eigenaren, gemeente, supermarktpartijen, bewoners, etc.).

Onderlinge organisatie is daarnaast van belang in de dagelijkse praktijk van een centrumgebied, bijvoorbeeld voor het maken van afspraken over het parkeren van medewerkers, het gebruik van uitstallingen, het meedoen met acties, etc.

Ondernemersenquête: Bent u bekend met de BCB en bent u geïnteresseerd zich hierbij aan te sluiten?



4.2 Acties

Om de visie uit hoofdstuk 3 mogelijk te maken is de volgende actielijst opgesteld:

1. Vaststellen centrumvisie
2. Actualiseren bestemmingsplan
3. Actualiseren detailhandelsbeleid
4. Ontwerp openbare ruimte
5. Inventariseren publieksfuncties
6. Reserveren woonprogramma
7. Opstellen richtlijnen woontransformatie
8. Kwaliteitsverbetering gevelbeeld

1. Vaststellen visie

Om de gewenste ontwikkelingen te realiseren is het in de eerste plaats van belang dat deze visie wordt vastgesteld als vigerend beleid van de gemeente Achtkarspelen*.

* Hiermee wordt voorzienbaarheid gecreëerd voor de aanpassingen.

2. Actualiseren bestemmingsplan

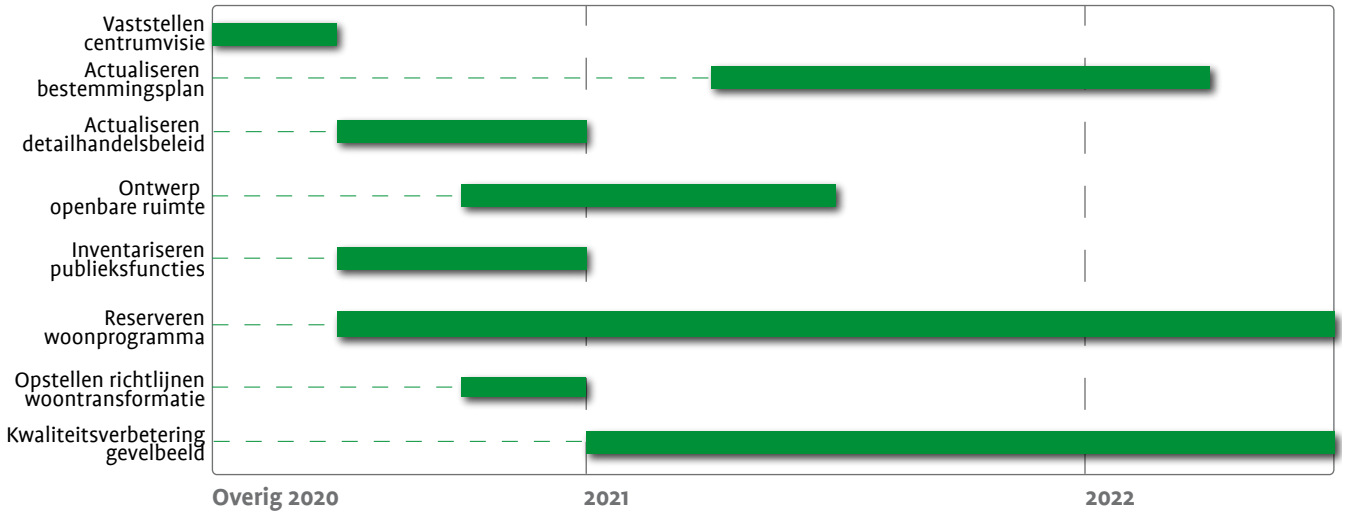
De ruimtelijk-functionele visie uit hoofdstuk 3 zal moeten worden vertaald naar een nieuw bestemmingsplan voor het centrumgebied. Daarin zal voor het gebied buiten het compacte centrum toegewerkt moeten worden naar een afname van de detailhandels- en horecabestemming, dit kan bijvoorbeeld via een overgangsregeling. In de tussentijd kan de vastgestelde visie gebruikt worden als afwegingskader voor nieuwe initiatieven.

3. Actualisatie detailhandelsbeleid

Deze centrumvisie heeft als ambitie om in een klein gebied een aantrekkelijk vestigingsmilieu voor winkels te behouden. Dat vraagt ook om heldere keuzes over de vestigingsmogelijkheden voor detailhandel elders. Er is nu geen actueel beleidskader voor detailhandel in de gemeente. Er is behoefte aan beleid waarin de (on)mogelijkheden voor detailhandel op verschillende locaties in de gemeente helder worden beschreven. De juridische houdbaarheid van dit beleid in het kader van de 'Dienstenrichtlijn' is daarbij aandachtspunt**

** Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (2019) Handreiking Dienstenrichtlijn en Ruimtelijke Ordening.

Indicatie tijdspad acties centrumvisie Buitenpost



4. Ontwerp openbare ruimte

In de verdere uitwerking van de visie uit hoofdstuk 3 komen behoeftes naar voren voor de openbare ruimte in verschillende gebieden van het centrum: een toename van bezoekgemak, verblijfskwaliteit, groen, veiligheid, etc.

Voor het compacte centrumgebied zijn er twee gebieden waar de openbare ruimte vanuit deze visie nadrukkelijk om aanpassingen vraagt: het bronpunt en de ontmoetingsplek. Samen met bezoekers, omwonenden en ondernemers worden daarvoor ontwerpen gemaakt.

Ontwerp: impuls bezoekgemak

- Doel: verbetering van het bezoekgemak van het belangrijkste bronpunt van het centrum aan de Christinastraat.
- Actie: opstellen voorlopig ontwerp in samenspraak met ondernemers en gebruikers. Aandacht voor capaciteit, comfort en veiligheid parkeren en zo veel mogelijk uitnodigen tot combinatiebezoek (veilig gevoel voetgangers). Optimaliseren beschikbare ruimte: keuze maken over wel/niet verwijderen transformatorhok, wel/niet verwijderen glasbakken en eventuele verplaatsing warenmarkt.

Ontwerp: impuls verblijfskwaliteit

- Doel: verbetering van de verblijfskwaliteit rond het gebied Nijenstein waaronder het creëren van een prettige terrasruimte. Zie 4.3 voor wensbeelden van de werkgroep.
- Actie: opstellen voorlopig ontwerp in samenspraak met ondernemers en gebruikers. Keuze maken in de balans tussen de verblijfsfunctie en verkeersfunctie (parkeerplaatsen, groen, terras, eventuele warenmarkt, etc.).

5. Inventarisatie publieksfuncties

In deze visie wordt ingezet op zoveel mogelijk verschillende typen publieksfuncties in een compact centrumgebied. De toevoeging van publieksfuncties aan het centrum is gewenst. Bij bepaalde functies heeft de gemeente (enige) invloed op de toekomstige vestigingslocatie.

- Doel: onderzoeken welke mogelijkheden er zijn op de lange termijn voor de inpassing van publieke functies in het centrum.
- Actie: inventarisatie toekomstige vastgoedbehoeften van publieke functies buiten het centrum (cultuur, sociaal-maatschappelijk, zorg, etc.). Bij een concrete behoefte: onderzoek naar potentiële vestigingslocaties in het centrumgebied en overleg met vastgoedeigenaren.

6. Reserveren woonprogramma voor centrum

In de structuurvisie van de gemeente uit 2013 wordt ingezet op het realiseren van woonprogramma in de centra van Buitenpost en Surhuisterveen. Gezien de transformatie-opgave in het centrumgebied van Buitenpost is dat nog zeker actueel. De hoeveelheid beschikbare alternatieven voor de invulling van leegstand is namelijk zeer beperkt.

Het reserveren van woonprogramma voor het centrum vraagt om terughoudendheid met woonprogramma op andere locaties. Gezien de omstandigheden van krimp en vergrijzing is er een beperkte en specifieke woonvraag (met name senioren). Het centrumgebied is daarvoor uitermate geschikt (voorzieningen dichtbij, levendigheid). Belangrijke nuance is dat het te vergeven woonprogramma in (het centrum van) Buitenpost niet oneindig is. Ook bij het prioriteren van het centrum moet bij beoordeling van initiatieven rekening worden gehouden met de kwantitatieve mogelijkheden.

7. Opstellen richtlijnen woontransformatie

De transformatie van commercieel vastgoed naar wonen op de begane grond is ingrijpend. Het is belangrijk daar duidelijke richtlijnen voor op te stellen om een verdere afwaardering van de samenhang en uitstraling van het centrum te voorkomen. Dat betekent onder andere:

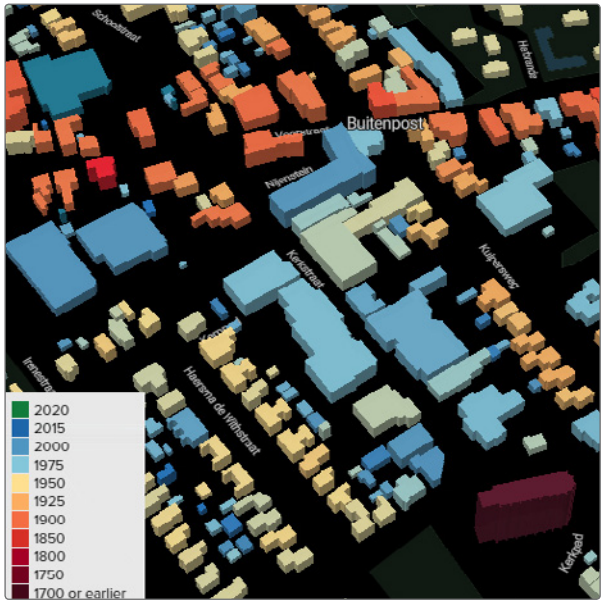
- Stedenbouwkundig goed ingepast
- Gevel herkenbaar als “woning” (niet alleen een brievenbus bij een winkelplint)
- Geen voordeuren aan “achterkanten”
- Goede relatie met openbaar gebied (bijv. voortuintjes)
- Volkhuisvestelijk verantwoord

8. Kwaliteitsverbetering gevelbeeld

De uitstraling van het gevelbeeld is een van de meest negatief beoordeelde kenmerken van het centrum (bijlage 2 en paragraaf 4.3). Er zijn onder andere zorgen over de steeds meer verloederde uitstraling van Kerkstraat 6 en 8 en Christinastraat 4. Het is gewenst om waar mogelijk gevelinvesteringen van vastgoedpartijen te koppelen aan transformaties. Het terugbrengen van/het gebruik van referenties aan de historische bouwstijl van de omgeving is wenselijk. Daar kan een verdiepende historische analyse aan bijdragen.



Geen voordeuren aan achterkanten



Bouwperiodes panden Buitenpost, bron: Parallel

4.3 Wensbeeld Werkgroep

In één van de bijeenkomsten met de werkgroep is gezamenlijk een wensbeeld gevormd over de toekomst van het centrum. Na een discussie over de sterktes en zwaktes van het centrum is in drie groepen een selectie gemaakt uit 20 wensbeelden. Daarbij werden door alle groepen vaak dezelfde beelden gekozen (zie hiernaast). Belangrijke conclusie daaruit was dat de dagelijkse voorzieningen en het bezoekgemak van groot belang zijn, maar dat de aantrekkelijkheid van het centrum voor de lokale bewoners ook kan worden verbeterd door:

- Een hoger onderhoudsniveau in het gebied;
- Een betere uitstraling van het gevelbeeld;
- Een prettige pleinruimte met mogelijkheden voor o.a. horeca en activiteiten;
- Meer aandacht voor de balans tussen auto's, voetgangers en fietsers;
- Meer groen in het centrumgebied;
- Referenties naar de lokale identiteit (bijv. in historische bouwstijl, Kruidhof, etc.).
- Aandacht voor schoon/heel/veilig, zoals verlichting van de steeg tussen de Kerkstraat en Kuipersweg;
- Geen parkeerplaatsen direct naast het terras te hebben bij Nijenstein.

Verzorgde, samenhangende uitstraling (gevels)



Gekozen door alle drie de groepen

Intiem plekje met sterke verblijfskwaliteit



Gekozen door alle drie de groepen

Aantrekkelijke kleine pleinruimte



Gekozen door twee van de drie groepen

Gemengd functieprofiel, veilig en groen

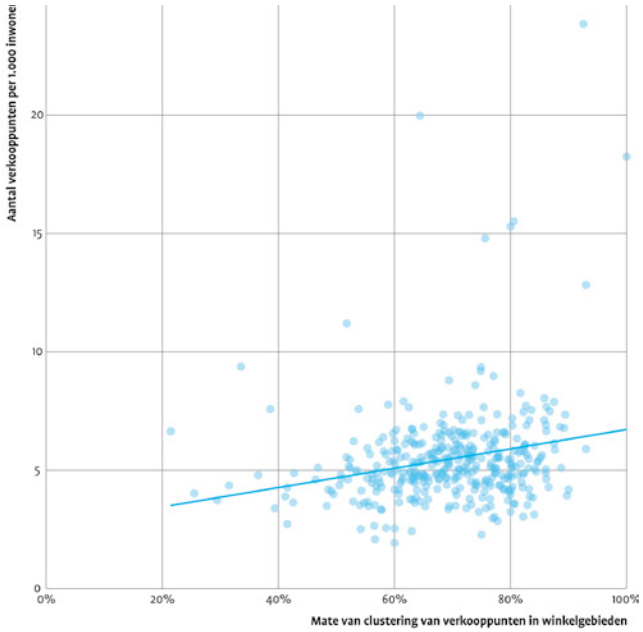


Gekozen door twee van de drie groepen



Bijlagen

Bijlage 1 - Clustering en het voorzieningenniveau



Een belangrijk principe voor de gemeente Achtkarspelen is het bewaken van de leefbaarheid. Het voorzieningenniveau is daar een belangrijk onderdeel van. In de figuur hierboven wordt aangetoond dat clustering van detailhandel het voorzieningenniveau van een gebied verhoogt. Bij een hogere mate van clustering van verkooppunten in winkelgebieden (x-as) neemt het totaal aantal verkooppunten (i.r.t. het aanwezige draagvlak) in het verzorgingsgebied (y-as) toe.

Bijlage 2 - Ondernemersenquête

Voor de ondernemersenquête zijn alle ondernemers in het centrum aangeschreven, evenals winkeliers buiten het centrum. Circa 40% van de aangeschreven ondernemers heeft deelgenomen aan de ondernemersenquête. Hier worden de uitkomsten kort samengevat. Veel van de respondenten zijn zelfstandigen, circa 50% zit met de onderneming in eigen vastgoed. Over tien jaar is de helft van de respondenten ouder dan 60.

Sterke punten -

- Supermarkten
- Bereikbaarheid/parkeren
- “Geen”

Zwakke punten

- Leegstand
- Verspreid aanbod
- Sfeer/ongezellig

Omzet

- Verschil in de beoordeling van de bedrijfsomzet over 2018-2019 tussen dagelijkse winkels en niet-dagelijkse winkels. Bij niet-dagelijkse winkels werd de omzet meer negatief beoordeeld.
- Omzetverwachting komende jaren is bij de meeste ondernemers stabiel
- De omzetherkomst 2018/2019: dagelijkse winkels 95% uit de gemeente Achtkarspelen, overige bedrijven 80% uit de eigen gemeente. In 2007 kwam bij dagelijkse winkels 80% van de omzet uit de eigen gemeente, en bij overige bedrijven circa 70%. De verzorgingsfunctie is over het geheel lokaler geworden.

Wat vindt u dat het centrum van Buitenpost de komende 5 jaar nodig heeft?

- Vernieuwing / opknapbeurt
- Levendigheid / gezelligheid / sfeer
- Invulling leegstand

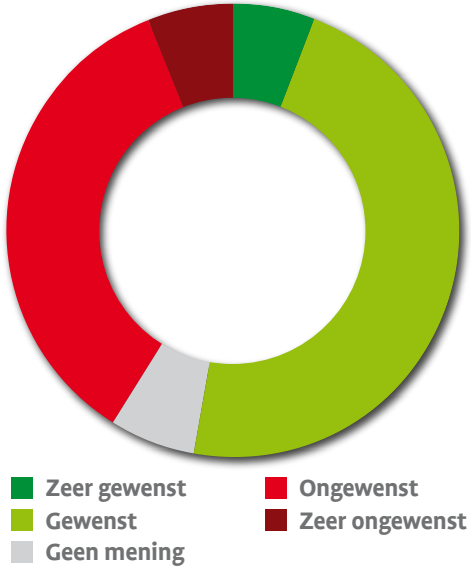
Heeft u plannen?

Gevraagd is of ondernemers plannen hebben met het bedrijf (vertrouwelijk). De meest voorkomende plannen zijn om de zaak op te knappen/te renoveren. Slechts een enkeling wil uitbreiden of verplaatsen.

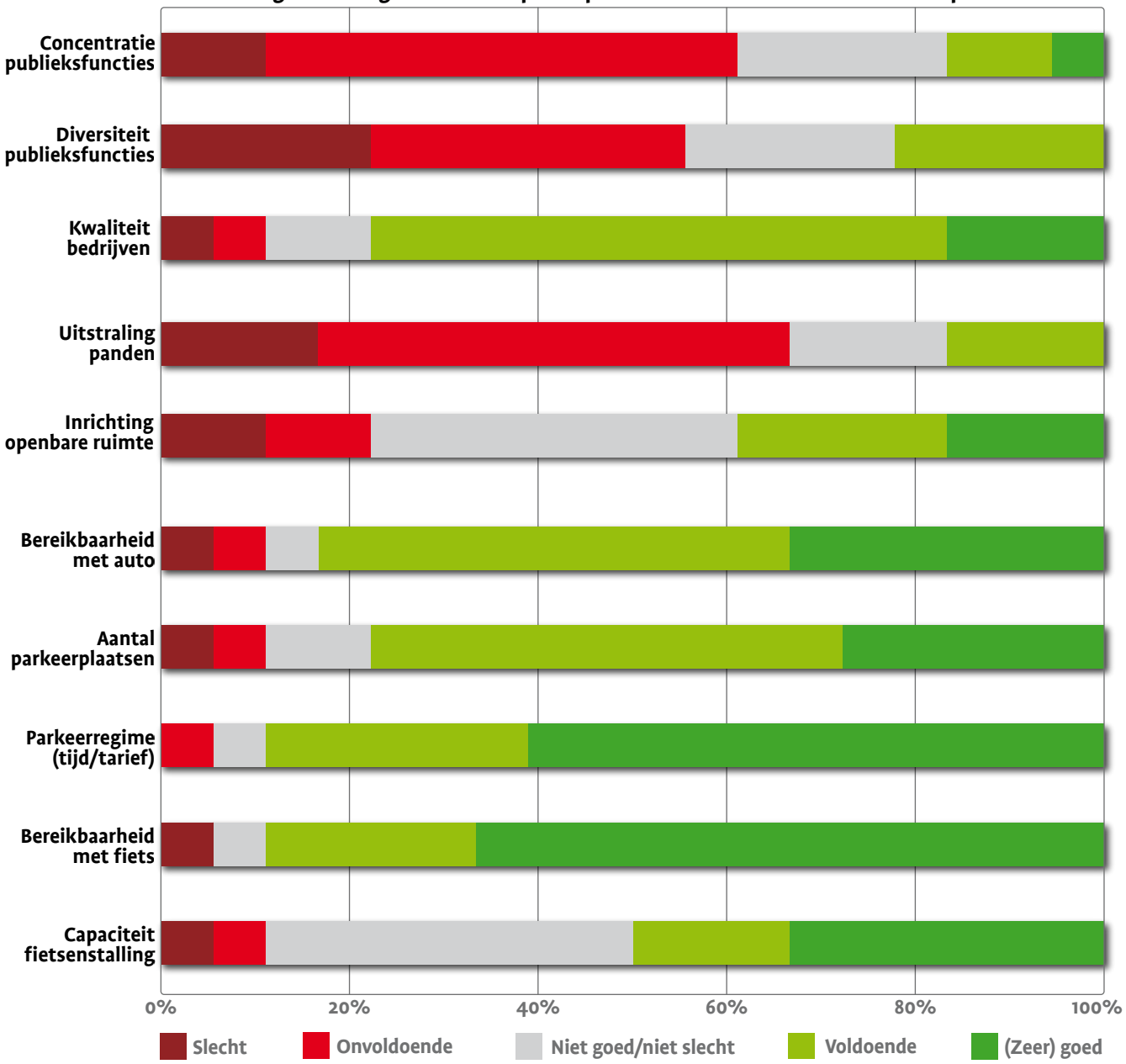
Vindt u het gewenst dat winkelpanden in het centrum van Buitenpost worden getransformeerd naar wonen?

Alle respondenten gaven een toelichting op hun antwoord of woontransformatie wenselijk is, in hoofdlijnen waren dat: “beter dan leegstand”, “alleen als elders een kwaliteitsimpuls wordt gedaan” en “het is geen wooncentrum!”.

Vindt u het gewenst dat winkelpanden in het centrum van Buitenpost worden getransformeerd naar wonen?



Beoordeling centrumgebied Buitenpost op verschillende kenmerken door respondenten



Bijlage 3 - Financiering

De subsidieregeling Friese Retailaanpak

Provincie Fryslân heeft een bedrag van € 950.000 beschikbaar gesteld. Van 8 november 2019 tot en met 18 december 2020 kunnen Friese winkeliersverenigingen, ondernemers en gemeenten subsidie aanvragen voor het verbeteren van hun winkelgebied.

Het geld kan worden ingezet voor bijvoorbeeld samenwerkingsprojecten tussen winkeliers en andere ondernemers, voor de inrichting van de openbare ruimte, of ter promotie van het winkelgebied.

In deze winkelgebieden kan subsidie worden verstrekt voor activiteiten die betrekking hebben op:

- Verbetering van de inrichting van de openbare ruimte;
- Presentatie, promotie of profilering van het winkelgebied;
- Het vormgeven of verbeteren van samenwerking tussen ondernemingen die fysiek gevestigd zijn in het winkelgebied;
- Bevordering van deskundigheid bij fysiek in het winkelgebied gevestigde ondernemingen en werknemers op het gebied van ondernemerschap, innovatie, strategie en bedrijfsvoering, via deelname aan een door een externe deskundige aangeboden opleidings-, begeleidings- of adviestraject.

Per winkelgebied kan slechts voor één keer in het kader van deze regeling voor één of meerdere van deze activiteiten subsidie worden aangevraagd. Een belangrijke voorwaarde is onder meer dat de activiteit waarvoor subsidie wordt aangevraagd een bijdrage levert aan de doelstellingen van de Friese Retailaanpak 2018-2020 en aansluit bij de SWOT-analyse van het betreffende winkelgebied.

Bijlage 4 - Combinatiebezoek supermarkten

Combinatiebezoek

Supermarkten trekkersfunctie

Supermarkten trekken consistent hoge aantallen bezoekers, beduidend meer dan andere functies. Overige voorzieningen kunnen profiteren van de grote bezoekersaantallen van supermarkten mits de supermarkt goed is gelegen. Onderlinge afstand en zichtrelatie zijn daarbij bepalende factoren.

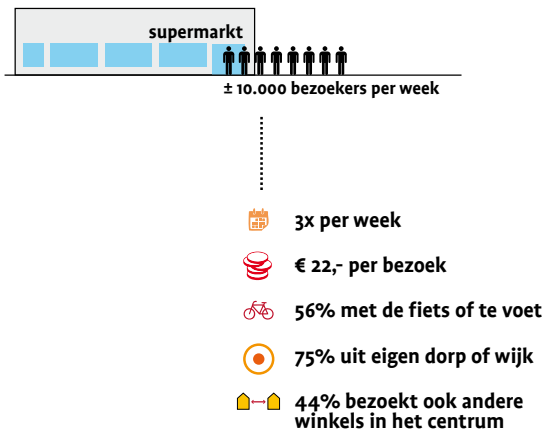
Nabijheid en zichtrelatie

Uit door DTNP uitgevoerd onderzoek onder circa 3.000 respondenten in 20 dorps- en wijkcentra blijkt dat circa 44% van de consumenten het supermarktbezoek combineert met een of meer andere winkels in hetzelfde winkelgebied. Dit geldt zowel voor servicesupermarkten als voor discounters.

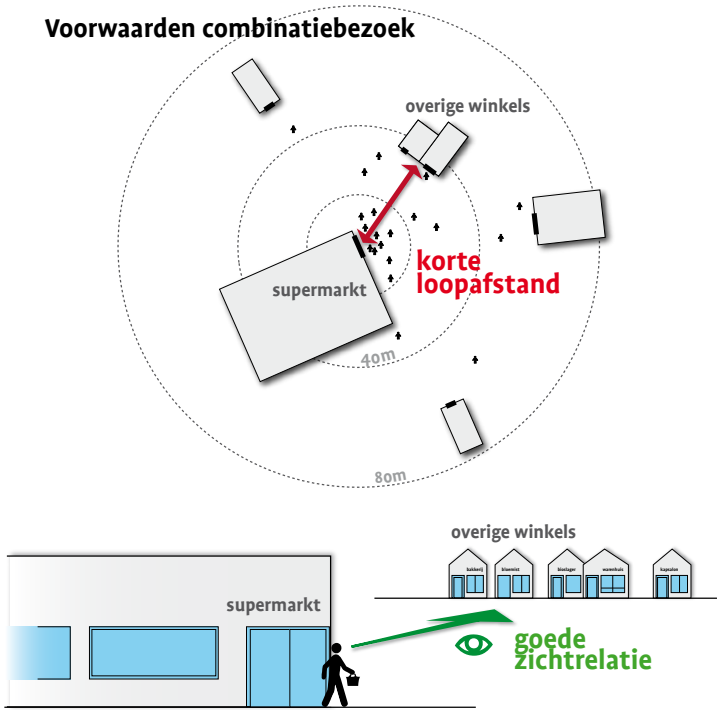
Het onderzoek toont aan dat het aandeel supermarktbezoekers dat ook andere winkels bezoekt, toeneemt naarmate meer winkels dicht bij de supermarkt liggen. Wanneer de eerste (vijf) winkels niet binnen 80 meter van de supermarkt liggen, neemt het aandeel combinatiebezoek al snel af.

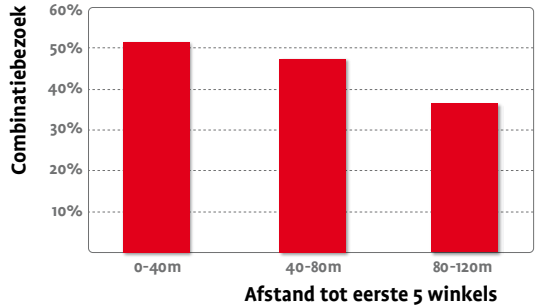
Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen. De ligging van een supermarkt met de in- en uitgang in de hoofdwinkelstraat levert vanuit deze uitkomsten optimale resultaten.

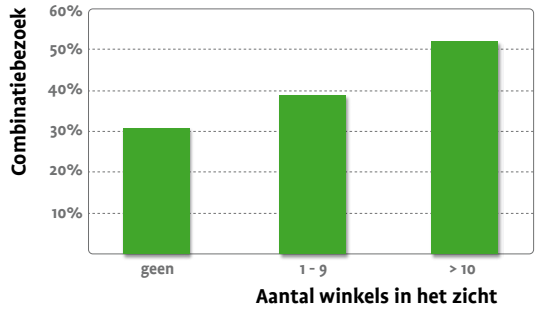
Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland



Voorwaarden combinatiebezoek







Bron: DTNP (2016), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

Bijlage 5 - Economisch functioneren

In deze bijlage wordt een indicatieve berekening gemaakt, om het economisch-functioneren van de supermarktsector in Buitenpost in beeld te krijgen. De waarde van een berekening op basis van beschikbare landelijke kengetallen uit het recente verleden is in de snel wijzigende winkelmarkt beperkt. Niettemin kan een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie geven van de mate van overbewinkeling of uitbreidingsmogelijkheden.

Besteding per hoofd

In distributieve berekeningen als deze wordt uitgegaan van de landelijk gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking in fysieke winkels per jaar. In de supermarktsector bedraagt deze €2.111,- (excl. BTW, exclusief bestedingen online)*. Dit getal wordt gecorrigeerd voor het inkomensniveau in Buitenpost (17% onder landelijke gemiddelde**, inkomenselasticiteit van 0,4) resulterend in €1.969,- supermarktbestedingen per hoofd per jaar in Buitenpost.

Koopkrachtbinding en toevloeiing

Op basis van de uitkomsten voor de dagelijkse sector uit het Koopstromenonderzoek 2017, de lokale ontwikkelingen in de tussentijd en de uitkomsten van de ondernemersenquête is de aanname dat de binding voor supermarkten in Buitenpost in 2020 maximaal op 90% ligt en de toevloeiing maximaal op 30%.

Supermarktaanbod en vloerproductiviteit

Het totale supermarktaanbod in Buitenpost bestaat uit 3 winkels van samen circa 2.950 m² wvo.*** In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m² in de supermarktsector € 8.124,- per jaar (excl. btw)****.

Conclusie

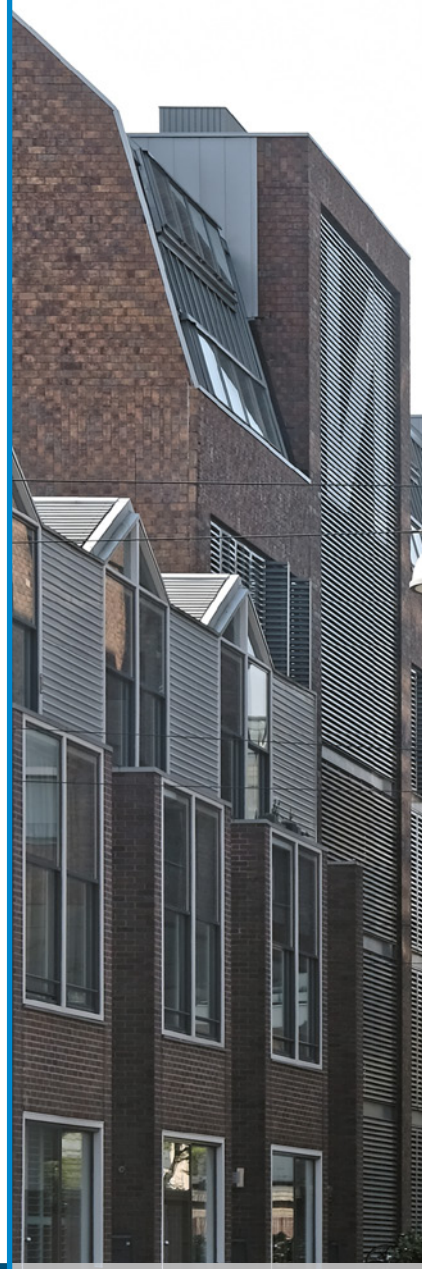
Op basis van deze indicatieve berekening kan geconstateerd worden dat de supermarkten in Buitenpost sterk ondergemiddeld functioneren. In meer perifere gebieden zoals Noordoost-Friesland wordt de landelijk gemiddelde omzet per m² vaak niet gehaald. Bij een verschil van bijna 40% is echter duidelijk sprake van een gespannen markt voor supermarkten in Buitenpost.

* Bron: Detailhandel.info/Panteia (2019), Omzetkengetallen 2018.
** CBS Statline (2020), Kerncijfers wijken en buurten 2017.
***Locatus (2019) Verkooppuntenbestand 2019.
****Bron: Detailhandel.info/Panteia (2019), Omzetkengetallen 2018.

Indicatieve berekening* economisch functioneren supermarkten Buitenpost

Omzet per hoofd (excl. btw en internet)	€ 1.969
Inwoners Buitenpost	5.700
Koopkrachtbinding verzorgingsgebied (max.)	90%
Omzet uit verzorgingsgebied (excl. btw)	€ 10,1 mln.
Toevloeiing van buiten verzorgingsgebied (max.)	30%
Omzet uit toevloeiing (excl. btw en internet)	€ 4,3 mln.
Totale winkelomzet (excl. btw en internet)	€ 14,4 mln.
Gemiddelde winkelomzet per m² wvo in NL	€ 8.124
Winkelomzet per m² wvo in Buitenpost	€ 4.900

* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van INretail/Panteia (2019), 'Kengetallen t.b.v. Distributieve berekeningen en behoefte ramingen, 13 mei 2019'



Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl