Gemeente Assen

dtNp

Visie op de detailhandelsstructuur gemeente Assen



11 juli 2023

INHOUD

Assen: een ondernemende, dynamische hoofdstad 1

1 Inleiding 4

2 Visie detailhandelsstructuur 6

2.1 Vertrekpunt en ambities 7
2.2 Visie detailhandelsstructuur 9
2.3 Wat betekent dat? 11

3 Beleidskader en uitvoering 15

3.1 Ruimtelijk beleid 16
3.2 Beleidsregels 18

Bijlagen 21

Bijlage 1 Context en analyse 22
Bijlage 2 Winkelaanbod 26
Bijlage 3 Trends en ontwikkelingen 30
Bijlage 4 Inwoners 36
Bijlage 5 Marktruimte supermarktsector 37

Assen: een ondernemende, dynamische hoofdstad

Assen is een ondernemende stad waar bijna 400 winkels gevestigd zijn, waarvan ruim 200 in de bruisende binnenstad. De gemeente Assen zet in op het blijven bieden van aantrekkelijk vestigingsklimaat aan ondernemers én een aantrekkelijk en rijk voorzieningenaanbod voor inwoners. Vanuit het principe van 'de verbonden stad' wordt in de Omgevingsvisie 'Assen nog mooier' (2021) ingezet op sterke wijken met ontmoetingsplekken waar inwoners voor de dagelijkse boodschappen, sport, school, huisarts en andere voorzieningen terecht kunnen in hun eigen wijk.

Daarnaast zet Assen zich vanuit het principe van een 'dynamische hoofdstad' in voor een rijk voorzieningenniveau, zodat inwoners de stad niet hoeven te verlaten voor hun belangrijkste aankopen of een dagje uit. Gewerkt wordt aan een levendige, compacte binnenstad waarin publiekstrekkende functies, zoals winkels, horeca, cultuur, erfgoed, recreatie en evenementen zijn geconcentreerd. Hierbij wordt het 'Drents DNA' (zoals benoemd in de binnenstadsvisie) optimaal benut.

Winkels zijn voor zowel 'de verbonden stad' als 'dynamisch hoofdstad' belangrijk. De voorliggende visie op de detailhandelsstructuur geeft nadere invulling aan de ambities uit de Omgevingsvisie.

Visie als afwegingskader na het bestemmingsplan

Bestemmingsplannen/het toekomstige omgevingsplan zijn het eerste kader waaraan nieuwe initiatieven voor detailhandel worden getoetst. Daarin staat waar winkels toegestaan zijn. Soms komt het voor dat initiatieven niet passen binnen de kaders uit het bestemmings-/omgevingsplan. Voor die gevallen is deze 'Visie op de detailhandelsstructuur' het kader waaraan getoetst wordt. In deze visie staat beschreven wat de gemeentelijke ambities zijn voor de spreiding van winkels in Assen en hoe winkelgebieden zich tot elkaar verhouden. Het is daarmee de onderbouwde motivering om wel of niet mee te werken aan initiatieven die niet binnen het bestemmings-/omgevingsplan passen.

Het is belangrijk dit actuele kader te hebben, zodat in de dynamische winkelsector, geborgd wordt dat de spreiding van de winkels aan blijft sluiten bij de ambities die de Omgevingsvisie zijn verwoord.

Tegelijkertijd biedt dit kader duidelijkheid aan ondernemers en eigenaren op welke locaties detailhandelsontwikkelingen gewenst zijn en waar de gemeente wel en niet aan zal meewerken. Door die duidelijke visie kunnen marktpartijen met gerichte initiatieven komen die de leefbaarheid in de gemeente bestendigen.

Waarom een nieuwe visie

De vorige visie op de detailhandelsstructuur dateert uit 2009. Dat kader is inmiddels gedateerd. Er is een aantal redenen waarom een nieuwe visie op de detailhandelsstructuur nodig is:

- Consumentengedrag verandert doorlopend. Op dit moment zien we dat de ontwikkeling-en, door onder andere digitalisering, maar ook door de coronacrisis, in een stroomversnelling zijn geraakt. Gevolg hiervan is dat er in de toekomst minder behoefte aan winkelmeters is dan voorheen. Deze visie speelt in op deze trends en ontwikkelingen.
- Er zijn nieuwe eisen aan de motivering voor ruimtelijk detailhandelsbeleid. Dit heeft te maken met recente jurisprudentie en hangt samen met de Europese Dienstenrichtlijn.
- Met de Binnenstadsvisie en de Omgevingsvisie 'Assen nog mooier' zijn er nieuwe beleidskaders vastgesteld die ook tot andere, bijgestelde keuzes in de gewenste spreiding van winkels leiden.

(Participatie)proces

Deze nieuwe visie op de detailhandelsstructuur is tot stand gekomen middels een samenwerking tussen een vertegenwoordiging van ondernemers uit de stad, ambtelijke beleidsspecialisten en DTNP als extern deskun-

Assen: een ondernemende, dynamische hoofdstad

dige. Gedurende het proces zijn er verschillende bijeenkomsten geweest met een ambtelijke projectgroep en met een externe klankbordgroep. Aan deze klankbordgroep namen onder andere lokale vertegenwoordigers van verschillende winkelbranches- en gebieden deel. Zo waren er vertegenwoordigers van zowel de binnenstad, als de wijk- en buurtcentra, en de bedrijventerreinen aanwezig. Ook zijn alle belanghebbenden tussen 11 en 31 oktober 2021 op een speciaal ingerichte participatiewebsite geïnformeerd over de analyse en denkrichting. Op 26 januari 2023 zijn over de ontwikkeling van de detailhandel in Assen rondetafelgesprekken gevoerd, waarvoor de raad en ondernemers zijn uitgenodigd.

Hoofdlijn van de visie

De visie op de detailhandelsstructuur is geënt op de ambitie een zo divers en compleet mogelijk 'hoofdstedelijk' aanbod te bieden. Dit uit zich in drie belangrijke speerpunten:

1. een aantrekkelijke binnenstad met daar een zo compleet mogelijk aanbod (zie onder andere binnenstadsvisie);
2. dicht bij de mensen thuis, in de eigen wijk, een toekomstbestendige voorziening voor de dagelijkse boodschappen;
3. binnen de gewenste winkelclusters zoveel mogelijk dynamiek.

Met deze visie bestendigt de gemeente Assen een heldere, hiërarchische detailhandelsstructuur, die bestaat uit de binnenstad, wijk- en buurtwinkelcentra en geclusterde perifere detailhandel op Borgstee. Binnen deze structuur zijn initiatieven en vernieuwing van harte welkom. Daarbuiten werkt de gemeente echter vooral mee aan functiewijziging van winkelruimte naar andere functie(s). Dit betekent dat er buiten de beoogde detailhandelsstructuur in principe geen ruimte is voor de nieuwvestiging van detailhandel.

De gewenste detailhandelsstructuur is als volgt opgebouwd:

1. De binnenstad als levendig hoofdcentrum met een compact publiekshart. Hier bieden winkels, cultuur en andere voorzieningen reuring aan inwoners van Assen, de regio en aan bezoekers van verder weg.
2. Wijk- en buurtwinkelcentra in de wijken en buurten, waar inwoners dichtbij huis hun dagelijkse boodschappen kunnen doen en elkaar kunnen ontmoeten (de verbonden stad). Supermarkten zijn daarbij structuurbepalend.
3. Een tweetal solitaire buurtsupermarkten met een belangrijke lokale verzorgingsfunctie.
4. Perifere detailhandel (met volumineus assortiment) op Borgstee, dat kan uitgroeien tot een aantrekkelijke 'woonboulevard' met een regionale functie. De consument komt hier graag om te kijken en te vergelijken.

De Binnenstadsvisie geeft richting aan de toekomstige ontwikkeling van de binnenstad. In deze bredere 'Visie op de detailhandelsstructuur' wordt invulling gegeven aan het ontwikkelperspectief voor de overige winkelgebieden. De voorliggende visie verandert de binnenstadvisie niet.

Belangrijke wijzigingen ten opzichte van 2009

Passend bij de ambitie voor de 'verbonden stad' uit de Omgevingsvisie, waarin wordt ingezet op voorzieningen dichtbij huis, is ten opzichte van die visie uit 2009

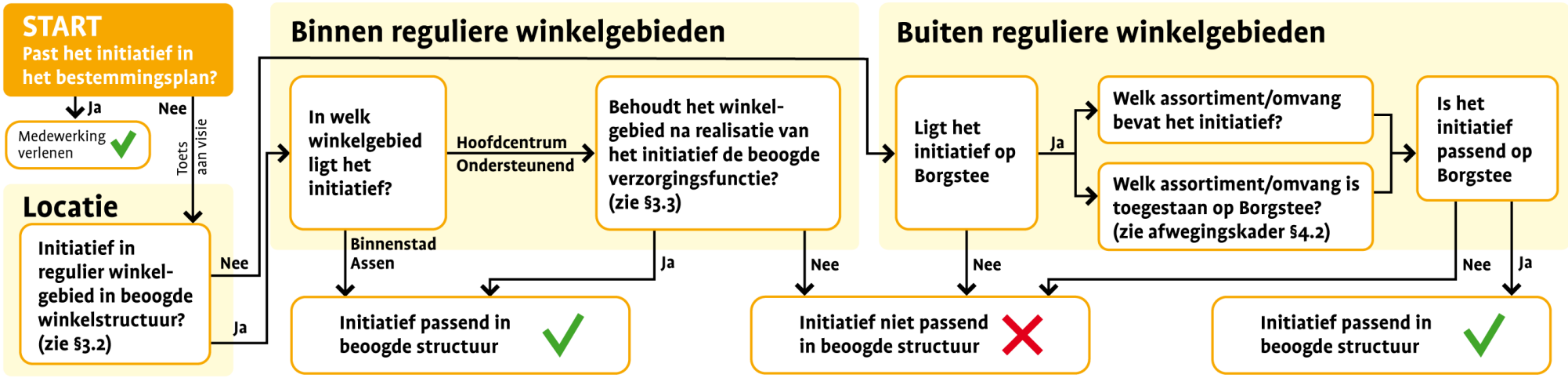
Assen: een ondernemende, dynamische hoofdstad

het aantal locaties voor lokaal functionerende detailhandelsvoorzieningen in de wijken uitgebreid.

Om Borgstee te laten uitgroeien tot een vooraanstaande en ruimtelijk samenhangende woonboulevard, en in te spelen op de afnemende behoefte aan (niet-dagelijkse) winkels, is concentratie van de perifere vestigingsmogelijkheden wenselijk.

Tot slot is bij de totstandkoming van deze visie rekening gehouden met nieuwe vormen van detailhandel, zoals 'darkstores'. Deze 'bezorghubs' overwegend niet gericht op consumentenactiviteiten ter plaatse, en daarmee is ook niet sprake van een winkel. Ze horen daarmee in beginsel thuis op een plek die geschikt is voor logistieke functies (zoals een bedrijventerrein). Ook 'blurring', het vervagen van grenzen tussen sectoren, is een actueel thema. Zolang niet sprake is van verkoop van alcohol, is dit gewenste ontwikkeling in centrumgebieden: daar leidt het tot innovatieve concepten.

Toetsingskader voor initiatieven voor nieuwe detailhandelswinkelontwikkelingen in de gemeente Assen



* Gemeenten zijn bevoegd om gemotiveerd af te wijken van vastgesteld beleid in situaties die vanwege het uitzonderlijke karakter een bijzondere beoordeling behoeven. Eventuele afwijkingen moeten overtuigend en specifiek gemotiveerd en onderbouwd worden om een juridische toetsing te kunnen doorstaan. Met dergelijke afwijkingen dient terughoudend omgegaan te worden. Een onzorgvuldige uitzondering op beleid creëert onzekerheid en mogelijk een juridische precedent. Dit verzwakt de kracht van deze visie als beleidsinstrument.

Inleiding



Aanleiding

De aanhoudende veranderingen in het koop- en vrijetijdsgedrag van consumenten en in het vestigingsgedrag van winkels, de recente jurisprudentie over de motiveringsvereisten voor ruimtelijk detailhandelsbeleid en de gevolgen van de coronacrisis zijn aanleiding nieuw detailhandelsbeleid op te stellen. De gemeente Assen stelde in 2021 de Omgevingsvisie en Binnenstadsvisie vast. De ambities uit deze stukken vragen om een nadere uitwerking van de gemeentelijke detailhandelsstructuur.

De gemeente werkt momenteel ook aan de Ruimtelijk Economische Visie (REV). De ruimtelijke ontwikkeling van de detailhandel staat niet op zichzelf. In de uitvoering van haar beleid zal de gemeente de visie op de detailhandelsstructuur en de REV in samenhang behandelen.

Doel

De visie op de detailhandelsstructuur:

- Speelt in op de veranderende consumentenvoorkeuren, winkel- en vrijetijdsgedrag en voorziet in een duurzame voorzieningenstructuur die hierop inspeelt;
- Biedt juridisch deugdelijk gemotiveerde kaders voor het te voeren ruimtelijke detailhandelsbeleid, zowel voor het toetsen van plannen als voor het motiveren van planologisch beleid (bestemmingsplan/Omgevingsplan/Omgevingsvisie);
- Biedt duidelijkheid aan marktpartijen voor de mogelijkheden in de afzonderlijke centrumgebieden en daagt uit tot nieuwe investeringen op de juiste locaties.

(Participatie)proces

Gedurende het proces zijn er verschillende bijeenkomsten geweest met een ambtelijke projectgroep en met een externe klankbordgroep. Aan deze klankbordgroep namen o.a. lokale vertegenwoordigers van verschillende winkelbranches- en gebieden deel. Zo waren er vertegenwoordigers van zowel de binnenstad, als de wijk- en buurtcentra, als de bedrijventerreinen aanwezig. De opmerkingen die de klankbordgroep heeft geplaatst bij het conceptrapport zijn verwerkt in dit definitieve document. Ook zijn betrokkenen tussen 11 en 31 oktober 2021 op een speciaal ingerichte participatiewebsite geïnformeerd over de analyse en denkrichting. Op 26 januari 2023 zijn over de ontwikkeling van de detailhandel in Assen rondetafelgesprekken gevoerd, waarvoor de raad en ondernemers zijn uitgenodigd.

Leeswijzer

Dit document volgt in hoofdlijnen de volgende opbouw:

- Assen: een ondernemende, dynamische hoofdstad: een korte samenvatting met de belangrijkste punten uit dit document
- **Hoofdstuk 1** geeft een inleiding op dit stuk.
- **Hoofdstuk 2** beschrijft vervolgens de ambities voor de detailhandelsstructuur en de uitwerking daarvan tot een gewenste detailhandelsstructuur.
- **Hoofdstuk 3** sluit af met een doorvertaling naar een beleidskader.
- **Bijlagen:** in de bijlage zijn achtereenvolgens de volgende achtergrond-hoofdstukken opgenomen:
    1. Context en analyse
    2. Winkelaanbod in Assen
    3. Trends en ontwikkelingen
    4. De inwonerontwikkeling
    5. Marktruimteberekening voor supermarkten in de gemeente Assen

Visie detailhandelsstructuur



2.1 Vertrekpunt en ambities

In dit hoofdstuk wordt de visie op de toekomstig gewenste detailhandelsstructuur geformuleerd. De visie speelt in op de situatie zoals die in de vorige twee hoofdstukken is beschreven en de ambities uit de omgevings- en binnenstadsvisie.

Vertrekpunt Assen

- **Overaanbod winkelmeters:** Zowel in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse winkelsector is er in kwantitatieve zin sprake van een overaanbod aan winkelmeters (zie § 2.3). De grootste opgave voor het transformeren van winkelvastgoed ligt in de binnenstad van Assen, maar ook elders in de structuur is aanleiding om over een alternatief perspectief voor de winkelfunctie te denken.
- **Bevolkingsgroei als oplossing?:** Het inwonertal van de gemeente zal volgens het CBS tot 2030 in ieder geval nog beperkt toenemen tot circa 70.800 inwoners. De gemeente Assen gaat op basis van het woningbouwprogramma uit van een hardere groei. Bevolkingsgroei is positief voor voorzieningen, maar deze mate van groei is onvoldoende 'buffer' voor de autonome ontwikkelingen in de winkelsector[a]. De spreiding van de woningbouwontwikkelingen past binnen het bestaande stedelijke weefsel en zal daarmee geen significante verandering betekenen in de potentiële spreiding van detailhandel over de stad. De visie op de detailhandelsstructuur zal hoe dan ook passend zijn.
- **Fijnmazige supermarktstructuur:** De supermarktstructuur van Assen is fijnmazig: bijna elke buurt heeft wel een supermarkt, ook relatief kleine verzorgingsgebieden. Niet al deze supermarkten zijn van een moderne omvang. Gezien het overaanbod aan supermarktmeters zal ook niet voor alle bestaande supermarktlocaties plek zijn in de toekomstig gewenste detailhandelsstructuur.
- **Wisselende staat van winkellocaties**: Niet alle winkellocaties in Assen zijn nu even aantrekkelijk. Zowel programmatisch als in uitstraling zijn winkelgebieden Marsdijk en Kloosterveste bijvoorbeeld relatief toekomstbestendig, terwijl de staat van het vastgoed en het investeringsniveau in centra als Peelo en Het Sticht te wensen over laat. In de binnenstadsvisie is voor het centrum nieuw perspectief geboden om een kwaliteitsimpuls te realiseren. Dat is ook voor de buurt- en wijkcentra en voor Borgstee wenselijk.

Hoofdambitie: Compleet hoofdstedelijk aanbod
Hoofdambitie is om in de dynamische hoofdstad van Drenthe een zo divers en compleet mogelijk voorzieningenaanbod te bieden voor Assen en de regio. Zo hoeven Assenaren ook in de toekomst zo min mogelijk de stad uit voor hun aankopen. De toekomstige aanwezigheid van een divers aanbod is niet vanzelfsprekend. Deze ambitie vraagt om een hoge mate van concentratie van winkels (de compacte stad).

a Ook een ambitieuze groei naar 80.000 inwoners zal niet leiden tot een significant ander beeld.

Subambitie 1: Levendig hoofdcentrum

De binnenstad van Assen is in 2030 het kloppende publiekshart van Drenthe. Onderdeel van het programma is de aanwezigheid van alle winkels die je verwacht in een hoofdstad. Nieuwe ondernemers zien kansen in de binnenstad. Kopen en beleven zijn volledig geïntegreerd.

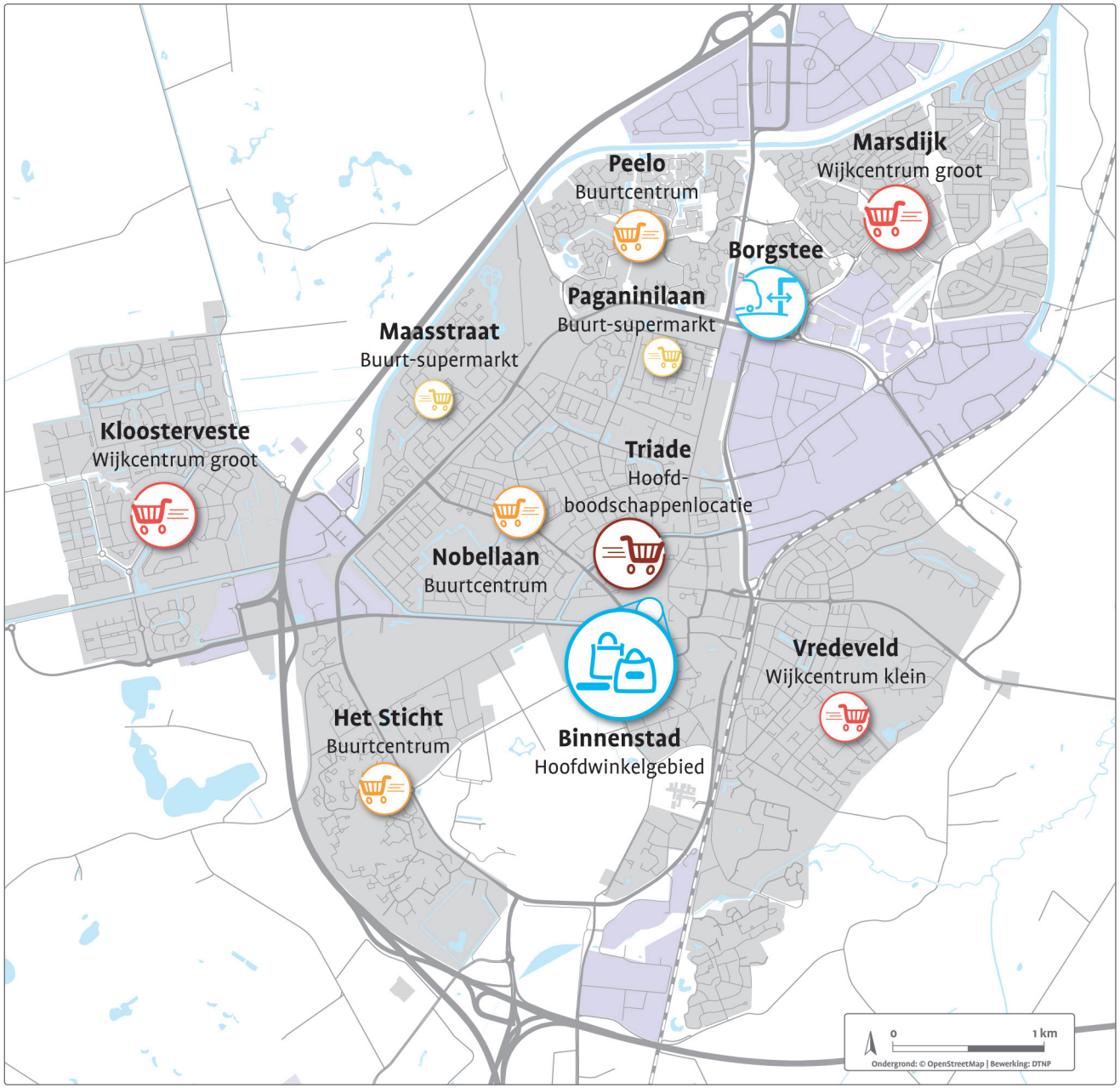
Subambitie 2: Spreiding basisvoorziening

De verbonden stad zet in op leefbare wijken met eigen voorzieningen die sociale ontmoeting faciliteren. Voor de dagelijkse boodschappen en andere basisvoorzieningen kunnen Assenaren in de eigen buurt terecht. De verbonden stad zet daarmee in op nabijheid van de dagelijkse boodschap, en houdt zo rekening met de vergrijzende bevolking.

Subambitie 3: Kwaliteitsimpuls PDV

Op bedrijventerreinen wordt ingezet op een betere samenhang en leesbaarheid van de gebieden, zowel functioneel als ruimtelijk, om de verrommeling te bestrijden. Dat vraagt om een duidelijk afgebakende en aantrekkelijke locatie voor perifere detailhandelsvestiging (compacte stad).

Toekomstig gewenste detailhandelsstructuur Assen



2.2 Visie detailhandelsstructuur

De opgaven en ambities voor Assen hebben geresulteerd in de volgende hoofdkeuze: een zo groot mogelijke concentratie van winkelaanbod in de binnenstad, om daar een zo groot en gevarieerd mogelijk voorzieningenniveau te behouden en een verdere toename van leegstand te voorkomen. Daaruit volgt de gewenste detailhandelsstructuur:

- de binnenstad als hoofdcentrum met onder andere het grootste en meest diverse niet-dagelijkse winkelaanbod;
- een fijnmazige structuur van negen boodschappencentra in verschillende categorieën, naar gelang de beoogde verzorgingsfunctie;
- PDV-locatie Borgstee als uitzonderingslocatie voor de uitstalling en/of verkoop van volumineus assortiment.

De binnenstad: hoofdcentrum

De binnenstad is het levendige hoofdcentrum waar winkels en overige publieksfuncties samen een aantrekkelijk programma bieden voor de lokale en regionale bezoeker. Het is dan ook de plek in de structuur met het meest ruime en diverse winkelaanbod. Specifiek voor niet-dagelijks winkelaanbod is de binnenstad dé uitgelezen vestigingslocatie. Om dat te blijven (o.a. impulsaankopen) is de gezamenlijke aantrekkingskracht en promotie van de hele binnenstad essentieel (incl. horeca, diensten, cultuur, maatschappelijk, werk, evenementen, etc.). In die bruisende binnenstad, waar het Drents DNA voelbaar is, kunnen Assenaren ook in de toekomst voor al hun wensen terecht. Het is een uitdaging om tot dat wensbeeld te komen. De binnenstadsvisie biedt de (ruimtelijke) strategie om die uitdaging gezamenlijk met vertrouwen tegemoet te treden.

Ondersteunende boodschappenstructuur

Vanuit de ambitie voor de 'verbonden stad' is een fijnmazige boodschappenstructuur wenselijk. Dat staat soms op gespannen voet met de hoofdambitie voor een 'compleet hoofdstedelijk aanbod', die juist om concentratie vraagt. Deze twee ambities vereisen een goede verhouding in spreiding en omvang van boodschappenlocaties. Daarbij is het lokale draagvlak bepalend. Een duurzame structuur betekent namelijk ook een structuur waarbinnen ondernemen op de lange termijn mogelijk blijft, wetende dat er reeds een overaanbod is aan supermarkten. De resulterende gewenste structuur bestaat uit negen locaties:

- **Hoofdboodschappenlocatie Triade**
- **Grote wijkcentra Kloosterveste en Marsdijk**
- **Klein wijkcentrum Vredeveld**
- **Buurtcentra Peelo, Nobellaan en Het Sticht**
- **Buurtsupermarkten Maasstraat en Paganinilaan**

Deze centrumgebieden zijn ondersteunend aan de binnenstad als hoofdwinkelcentrum en richten zich primair op het bieden van dagelijkse winkelvoorzieningen voor de inwoners in hun verzorgingsgebied. Ondersteunend aan dit dagelijkse aanbod zijn ook frequent bezochte niet-dagelijkse winkels (zoals een bloemist) passend in deze centra. Vanuit de ambitie voor de 'verbonden stad' en de toekomstige relevantie van de boodschappenlocaties is de nabijheid van andere buurt- en wijkfuncties wenselijk (afhaalhoreca, kapper, apotheek, wijkcentrum, zorgfuncties, etc.). Ook buiten deze ondersteunende boodschappenstructuur is nu detailhandel gevestigd. Deze locaties behoren niet tot de gewenste hoofdstructuur (met uitzondering van PDV-zone Borgstee) en dus zullen daar de ontwikkelingsmogelijkheden worden beperkt. Weidewinkels worden niet toegestaan.

PDV-locatie Borgstee voor volumineus aanbod

De gewenste functie voor Borgstee is de aantrekkelijke 'woonboulevard' voor de regio. Hier is in een overzichtelijk gebied een compleet aanbod aan o.a. meubels, tuinartikelen en doe-het-zelfartikelen te vinden. De consument kan hier kijken en vergelijken. Vestiging van winkels buiten de reguliere centra kan

hier worden overwogen, omdat het volumineuze assortiment om een uitstallingsruimte vraagt die inpassing in reguliere centra bemoeilijkt (zie beleidsregels §4.2). Als alternatieve locatie voor (bijvoorbeeld minder grootschalige) winkels met volumineus assortiment kan locatie Cité worden onderzocht, zoals ook wordt benoemd in de Binnenstadsvisie (zie bijlage 1).

Wat kan binnen deze structuur?

Binnen de bovenstaande hoofdstructuur is er ruimte voor dynamiek. Dat betekent dat hier constructief wordt meegedacht over nieuwe concepten, uitbreidingswensen en nieuwvestigingen van winkels. Door duidelijk uit te spreken op welke detailhandelsstructuur er wordt ingezet en daar consequent beleid op te voeren, ontstaat investeringszekerheid voor ondernemers en eigenaren.

Maar ook binnen deze centrumgebieden zijn, gezien het overaanbod aan winkelruimte, alleen nieuwe ontwikkelingen wenselijk die kwalitatief bijdragen aan het vervullen van de hier beschreven functie en positie. Zo zijn winkels die de hele gemeente nodig hebben als verzorgingsgebied niet passend in de ondersteunende centrumgebieden en is de gewenste omvang van supermarkten gekoppeld aan de omvang van het beoogde verzorgingsgebied.

Wat kan buiten deze structuur?

In principe zijn nieuwe detailhandelsontwikkelingen alleen mogelijk binnen de hoofdstructuur. Buiten de hoofdstructuur is er daarmee in beginsel geen ruimte voor nieuwvestiging en werkt de gemeente mee aan functiewijziging van winkelruimte naar andere functies om het overaanbod terug te dringen. Alleen in bijzondere gevallen, bijvoorbeeld vanwege het uitzonderlijke karakter van een initiatief, kan afwijking van het basisprincipe worden overwogen. Daarnaast blijven bestaande rechten van ondernemers en vastgoedeigenaren behouden.

2.3 Wat betekent dat?

In de hiervoor beschreven hoofdstructuur zit een duidelijk hiërarchische onderverdeling. De ontwikkelingsmogelijkheden van ieder winkelcentrum wordt afgestemd op de daarin beoogde functie en positie. Daarnaast wordt rekening gehouden met de huidige staat (o.a. uitstraling, samenhang gebied).

Hoofdwinkelgebied (de binnenstad)

Voor de binnenstad ligt er met de Binnenstadsvisie een concreet plan voor de toekomst. De grote opgave om het overaanbod aan winkelruimte te transformeren wordt onder andere aangevlogen door toe te werken naar een compact publiekshart. Wanneer in dit beleid wordt gesproken over 'concentreren van winkels in de binnenstad' wordt dat gebied bedoeld (zie Binnenstadsvisie voor verdere details).

Supermarkten

Supermarkten zijn structuurbepalend. De haalbare omvang van supermarktaanbod heeft te maken met het draagvlak. De omvang van individuele supermarkten heeft echter ook invloed op de mate van bovenlokale aantrekkingskracht (supermarkt belangrijk bezoekmotief). In de schaalontwikkeling van supermarkten achten we voor de Assense context (huidig aanbod en verzorgingsgebieden) de volgende grove indeling passend:

- 1.000 m^2 wvo: minimum maat moderne supermarkt;
- 1.000 - 1.200 m^2 wvo: standaard supermarkt;
- 1.200 - 1.500 m^2 wvo: ruime supermarkt;
- ≥ 1.500 m^2 wvo: bovenlokale stedelijke supermarkt.

Aangezien er in kwantitatieve zin sprake is van een overaanbod in de supermarktsector, kan ook binnen de structuur alleen vanuit kwalitatieve argumenten meegewerkt worden aan schaalvergroting. Een kwalitatief argument is bijvoorbeeld dat supermarkten binnen de structuur sterk genoeg moeten zijn om overeind te blijven (minimum maat). Een andere zou kunnen zijn dat schaalvergroting van een supermarkt ervoor zorgt dat de gewenste functie en positie van het betreffende winkelgebied wordt behouden of gerealiseerd.

Hoofdboodschappenlocatie (Triade)

Triade biedt centraal in de gemeente voor iedereen een breed en modern stedelijk boodschappenaanbod. Bij deze functie en positie past onder andere een bovenlokaal functionerend supermarktaanbod. Albert Heijn en Dirk samen zijn de grootste supermarktconcentratie, met name door de omvang van de Albert Heijn, die met



Triade als hoofdboodschappenlocatie



Compact publiekshart binnenstadsvisie

circa 2.250 m² wvo de grootste supermarkt van de gemeente is.

Grote wijkcentra (Marsdijk en Kloosterveste)

Marsdijk en Kloosterveste zijn ook in de toekomst de wijkcentra met het grootste en meest diverse winkelaanbod. Een groot wijkcentrum is een winkelgebied met twee ruime supermarkten van circa 1.200 tot 1.500 m² wvo en een compleet overig boodschappenaanbod (verszaken, slijter, bloemen, drogist) en enige aanvulling in frequente benodigdheden (huishoudelijk, textiel, optiek, fiets). Het huidige aanbod voldoet daar ruim aan en is redelijk in verhouding tot de omvang van de omliggende wijken; in Marsdijk wonen ruim 12.000 mensen, in Kloosterveen circa 11.400 (+ woningontwikkeling). Beide wijkcentra hebben momenteel een moderne, toekomstbestendige uitstraling en er is geen winkelleegstand. De ambitie is dan ook om dit zo te houden.

Klein wijkcentrum (Vredeveld)

Winkelcentrum Vredeveld bedient een aanzienlijk deel van Assen-Oost. In deze wijk wonen circa 9.000 mensen. Een positionering als klein wijkcentrum is passend bij dit verzorgingsgebied. Hier zijn twee supermarkten van tussen de 1.000 en 1.200 m² wvo wenselijk. Met name de Aldi is in dit profiel momenteel aan de kleine kant. Verder is hier een compleet overig boodschappenaanbod wenselijk (verszaken, slijter, bloemen, drogist).

Buurtcentra (Nobellaan, Het Sticht en Peelo)

De winkelgebieden Nobellaan, Het Sticht en Peelo hebben in de gewenste structuur een functie als buurtcentrum. Het beoogde verzorgingsgebied is kleiner dan de wijkcentra. Voor een buurtcentrum is één supermarkt van rond de 1.200 m² wvo passend met enig aanvullend boodschappenaanbod (enkele verszaken, bloemist).

- **Winkelcentrum Het Sticht** heeft een unieke, maar toch vooral verouderde uitstraling en structuur. Deze situatie, met onder andere een kleine supermarkt, is niet toekomstbestendig. Bij een gebiedsontwikkeling is het logisch om een moderne supermarkt als uitgangspunt te nemen.
- **Winkelcentrum Peelo** heeft een passend aanbod voor de beoogde functie en is goed aangesloten op andere voorzieningen (huisarts, school, sportzaal), het vormt zo echt het 'hart van de buurt'. Het gebied oogt echter verouderd. Voor het bestendigen van de locatie en vanuit de grotere gebiedsopgave kan een herontwikkeling wenselijk blijken.



Vredeveld als klein wijkcentrum



Nabijheid van voorzieningen in de verbonden stad

- **Winkelcentrum Nobellaan** ligt aan een belangrijke ontsluitingsweg en tussen verschillende buurten en heeft daardoor een wat groot potentieel verzorgingsgebied voor een buurtcentrum. Vanwege de ligging vlakbij de binnenstad en Triade en de ambitie voor een fijnmazige structuur (o.a. in Pittelo en Noorderveld) is hier geen bovenlokaal functionerend centrum wenselijk. Het aanbod aan de Nobellaan is reeds van ruime omvang voor een buurtcentrum.

Buurtsupermarkten Maasstraat en Paganinilaan

Vanuit de ambitie 'de verbonden stad' worden in de buurten Pittelo en Noorderveld twee buurtsupermarkten in de gewenste detailhandelsstructuur opgenomen. Zo wordt, waar dat vanuit draagvlak redelijkerwijs haalbaar is, voorkomen dat inwoners van een eigen buurt of wijk een grote verkeersader over moeten (Europaweg) of op significante reisafstand wonen van basisaanbod (indicatie 5 min. fietsen/20 min. lopen). De supermarktlocaties aan de Maasstraat in Pittelo en aan de Paganinilaan in Noorderpark zijn in dat opzicht relevante schakels in de spreiding. Deze supermarktlocaties zijn strikt voor de basisbehoeften van de direct omwonenden. Hiervoor is een omvang van 1.000 m² wvo passend, met een bezoekgemak gericht op de omwonenden.

Borgstee

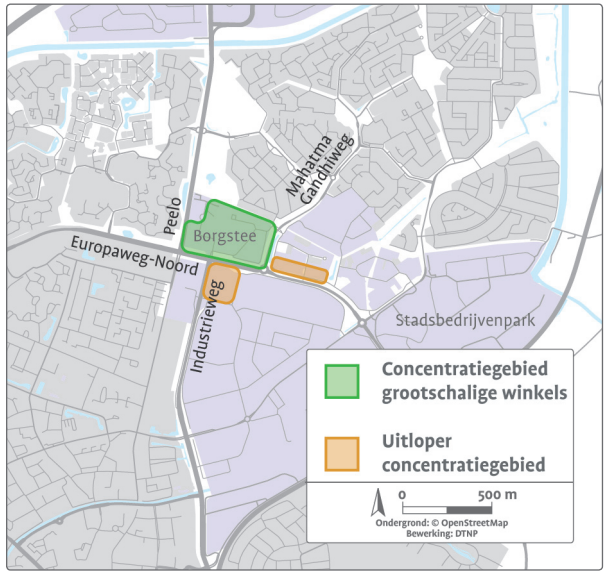
De niet-dagelijkse winkelstructuur van Assen bestaat hoofdzakelijk uit de binnenstad en het Stadsbedrijvenpark met o.a. Borgstee. In de binnenstad zijn ook veel grootschalige winkelruimten beschikbaar. De grote opgave en ambities voor de binnenstad kaderen daarmee de ambities voor Borgstee. Gezien het overaanbod en de reeds bestaande afname van het winkelaanbod aan woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra (zie § 2.3) is een ruimtelijke concentratie van de perifere vestigingsmogelijkheden wenselijk. Hiermee wordt verdere versnippering en verrommeling voorkomen.

In een compact gebied wordt een aantrekkelijk en toekomstbestendig 'woonboulevard'-milieu nagestreefd. Dit gebied wordt afgebakend door de wegen Peelo, Europaweg Noord en de Mahatma Gandhiweg (ofwel 'Borgstee', zie afbakening kaart rechts). Als 'uitlopers' kunnen ook de direct aan de Europaweg-Noord gelegen gebouwen (zichtlocaties) ten oosten van de Mahatma Gandhiweg tot dit gebied worden gerekend, evenals de huidige Praxis locatie. Nieuwe grootschalige winkels die volumineuze artikelen verkopen dienen enkel binnen dit afgebakende gebied een plek te krijgen. Op Borgstee is momenteel ook nog bedrijfs-



Op naar een samenhangende 'woonboulevard'

Afbakening PDV-zone 'Borgstee'



ruimte aanwezig die niet past binnen dit profiel (o.a. autobedrijf). Het doel is om in de duidelijk afgebakende zone toe te werken naar een samenhangend gebied, waar de consument gemakkelijk bij meerdere winkels kan 'kijken en vergelijken', en de publieke ruimte veilig kan worden ingericht voor consumenten. Indien in de toekomst blijkt dat het concentratiegebied op Borgstee te klein is door een structureel aantrekkende markt, dan kan op dat moment het concentratiegebied groeien.

Voor bepaalde volumineuze concepten met een wat kleinere winkelomvang kan ook gekeken worden naar een concentratie op locatie Cité (bijvoorbeeld keuken- of badkamers) in de binnenstad.

Buiten de hoofdstructuur

De gemeente Assen zet vol in op deze detailhandelsstructuur. Om de winkelgebieden zoveel mogelijk te ondersteunen, acht de gemeente detailhandel buiten deze centra in principe ongewenst en kiest zij er voor winkelmeters buiten de gewenste detailhandelstructuur te verminderen. Dit doet zij door:

- Eigenaren te motiveren om te investeren in de transformatie van hun (leegstaande) winkelpand. De gemeente zal een positieve houding hanteren bij een benodigde planologisch-juridische procedure voor transformatie naar alternatieve, gewenste functies (o.a. wonen);
- Gebruik te maken van instrumenten zoals 'stedelijke kavelruil' om samen met eigenaren te komen tot compactere winkelgebieden.
- Bestaande, in onbruik zijnde juridische detailhandelsmogelijkheden in bestemmingsplannen buiten de gewenste structuur, ofwel zogenaamde 'ongewenste planologische plancapaciteit' te schrappen;
- Te handhaven op illegale detailhandel;

Beleidskader en uitvoering



3.1 Ruimtelijk beleid

De ambities en visie zoals geformuleerd in hoofdstuk 2 worden in dit hoofdstuk doorvertaald naar uitvoerbaar ruimtelijke detailhandelsbeleid. Met de ruimtelijke visie in hoofdstuk 2 geeft de gemeente duidelijkheid aan marktpartijen. Het voeren van een duidelijk, consequent ruimtelijk detailhandelsbeleid zorgt zo uiteindelijk voor investeringen en dynamiek waar dit wenselijk is en daarmee voor een duurzame en vitale detailhandelsstructuur voor inwoners en bezoekers (zie figuur pagina 17).

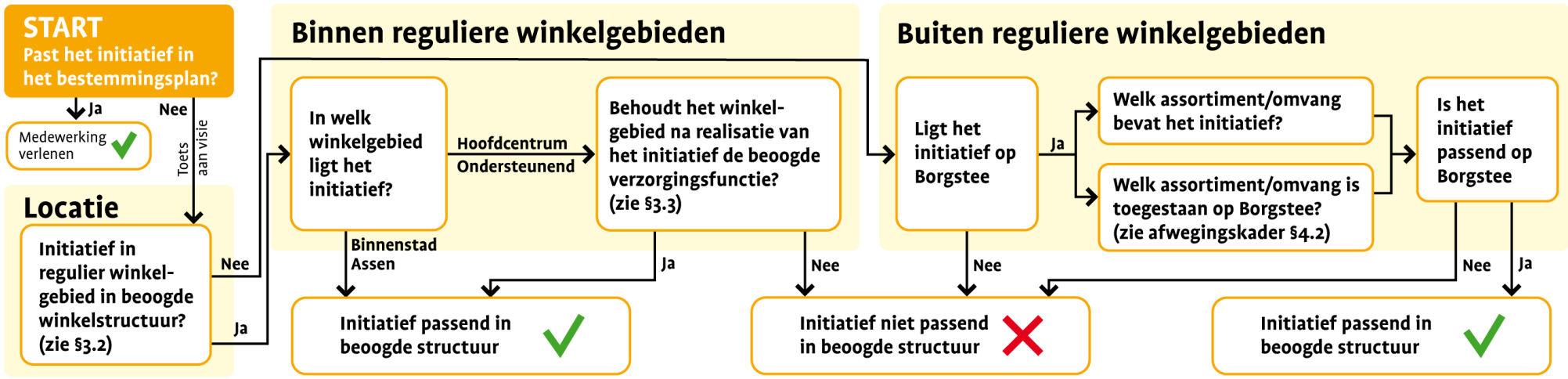
Voor de gemeente biedt de visie op de detailhandelsstructuur een toetsingskader voor nieuwe detailhandelsontwikkelingen. Door het toetsingskader te volgen, wordt bepaald of een detailhandelsontwikkeling op de beoogde plek wel of niet gewenst is (zie onderstaand stroomschema voor een versimpelde weergave van die afweging). Mocht een initiatief passen in de structuurvisie dan wordt de ruimtelijke inpasbaarheid op de locatie getoetst (o.a. fysieke ruimte, parkeren).

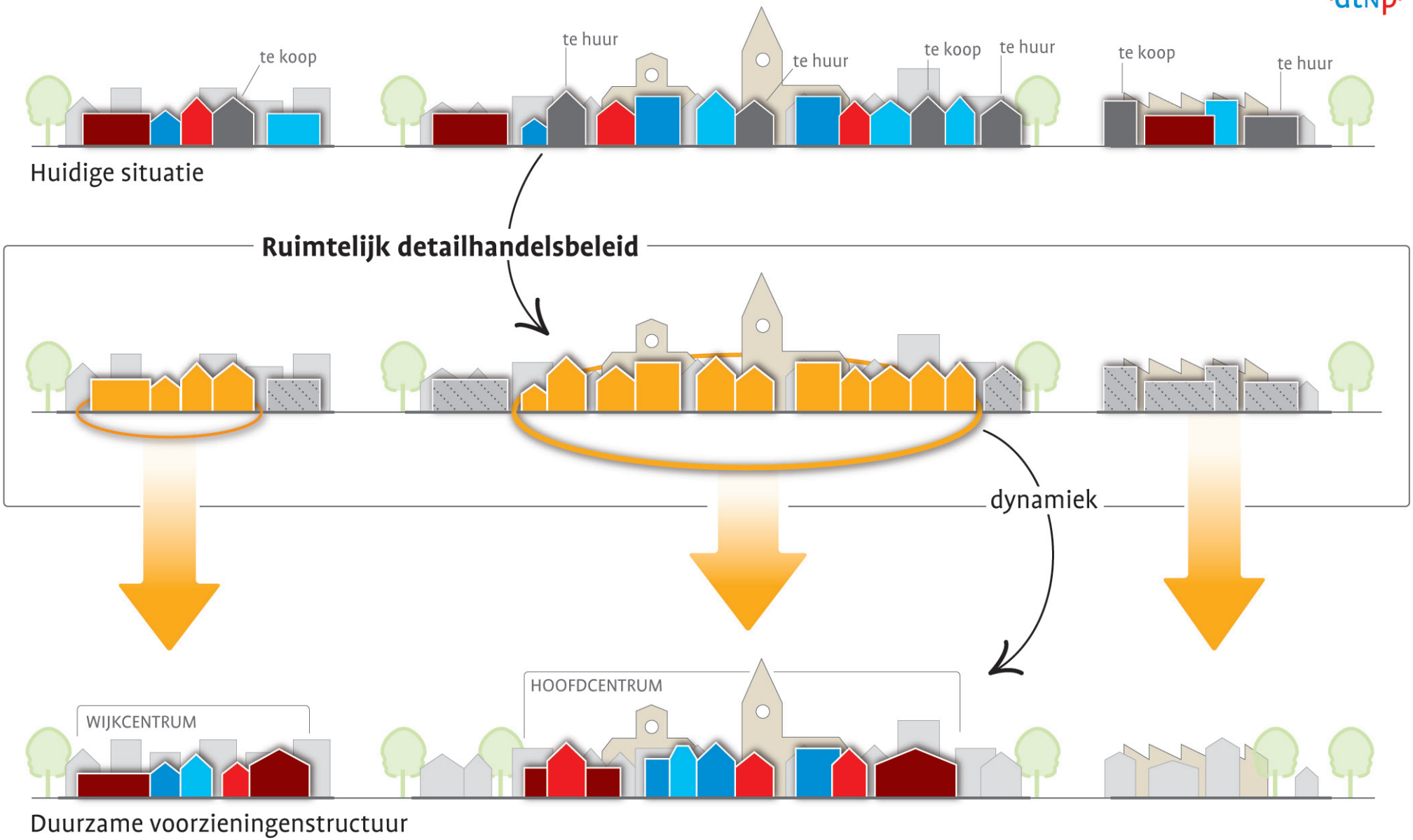
Vertaling naar bestemmings-/omgevingsplan

Om succesvol ruimtelijk detailhandelsbeleid te kunnen voeren, is het van belang dat de visie wordt vertaald in bestemmings-/omgevingsplannen. Dit gebeurt in principe bij de eerstvolgende herziening van een bestemmingsplan of bij het opstellen van het nieuwe omgevingsplan (na vaststelling van de omgevingswet).

Het bestemmingsplan (omgevingsplan) is het meest krachtige instrument dat de gemeente tot haar beschikking heeft om ruimtelijk beleid te voeren. Hierin wordt door middel van bestemmingen en voorschriften structureel bepaald waar wel en waar geen detailhandel is toegestaan. In het bestemmings- (of omgevings)plan kan de gemeente gebieden aanwijzen waar detailhandel mag plaatsvinden. Buiten deze gebieden wordt geen (uitbreiding van) detailhandel toegestaan.

Toetsingskader voor initiatieven voor nieuwe detailhandelswinkelontwikkelingen in de gemeente Assen




te koop
te huur
te huur
te koop
te huur
te koop
te huur
Huidige situatie
Ruimtelijk detailhandelsbeleid
dynamiek
WIJKCENTRUM
HOOFDCENTRUM
Duurzame voorzieningenstructuur

3.2 Beleidsregels

Winkels: wat is detailhandel?

Wat wel of niet detailhandel is, is niet voor iedereen altijd direct duidelijk. Voor de planologische vertaling naar bestemmingsplannen zijn de ruimtelijke effecten (op beoogde winkelstructuur, aantrekkende werking consumentenverkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling, reclame) relevant. De betaling ter plaatse is, met de grote mogelijkheden voor online betaling, niet meer relevant voor ruimtelijk beleid. Van een detailhandelsactiviteit is in ieder geval sprake wanneer er een ruimte is die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (winkelruimte, showroom, afhaalpunt).

Ook fenomenen als pop-up stores en flitsverkoop[a] vallen daarmee onder de definitie van detailhandel (en horen dus plaats te vinden binnen reguliere winkelgebieden). Met het inrichten van een ruimte voor consumenten is het aannemelijk dat detailhandel een wezenlijk onderdeel is van de bedrijfsvoering. Daarnaast is zichtbaarheid van een verkoopfunctie vanaf de openbare weg een duidelijk kenmerk van detailhandel. Nieuwe ontwikkelingen en concepten lijken soms nieuw en heel anders, maar zijn in de basis vaak terug te leiden op voorgaande principes.

Winkels in winkelgebieden

Winkels horen thuis in de reguliere winkelgebieden die zijn aangewezen in hoofdstuk 3. Daarbinnen geldt de huidige contour van de centrum- danwel detailhandelsbestemming, tenzij anders aangegeven (bijv. Borgstee, Binnenstadsvisie). Dit sluit aan bij de provinciale omgevingsverordening (2018). In sommige gevallen kan afgeweken worden van dit principe, maar bij elke vergunningaanvraag is dit het vertrekpunt. Hieronder gaan we in op de specifieke uitzonderingen voor de gemeente Assen.

PDV: aard en omvang van goederen

De aard of omvang van goederen die winkels verkopen is ruimtelijk relevant voor vestigingsbeleid[b]. De uitstalling van volumineuze artikelen is vaak moeilijk inpasbaar in reguliere centrumgebieden. Daarom kan voor de vestiging van deze winkels bij uitzondering een locatie buiten de reguliere detailhandelsstructuur worden overwogen.

Onder andere winkels binnen de volgende branches voeren een assortiment waardoor vestiging op een uitzonderingslocatie kan worden overwogen:

- detailhandel in volumineuze woninginrichtingsartikelen, zoals keukens, badkamers, sanitair, vloeren, zonwering, meubels en jacuzzi's;
- bouwmarkten en andere allround doe-het-zelfzaken;
- tuincentra;
- andere detailhandel in uitsluitend zeer volumineuze artikelen (> 1 m^3), zoals speeltoestellen als trampolines.

Het is vanuit o.a. de ambities voor de ontrommeling van bedrijventerreinen niet wenselijk dit type winkels op verschillende bedrijvenlocaties toe te staan. Daarmee wordt duurzaam vastgoedgebruik niet in de hand gewerkt en daarnaast is een mix van consumenten- en bedrijfsverkeer een veiligheidsrisico. Een ander argument voor concentratie is dat de consument bij typisch volumineus aanbod zoals o.a. meubels en tuinartikelen wil 'kijken en vergelijken'. Borgstee is daarvoor de aangewezen locatie.

a Indien bij de bedrijfsvoering primair sprake is van bezorgactiviteiten waarvoor de consument niet ter plaatse komt, dan is eerder sprake van een distributie-activiteit en is in de basis geen sprake van een winkel. De toegevoegde waarde van deze activiteit voor het functioneren van het totale centrumgebied waarin dit plaats vindt is beperkt. Een vestigingslocatie op een bedrijventerrein is dan logischer.

b De Europese Dienstenrichtlijn schrijft voor dat men alleen mag differentiëren in het toestaan van branches op een bepaalde locatie als daar goede ruimtelijke argumenten voor zijn. Regels voor zogenaamde 'territoriale beperkingen' van detailhandelsvestigingen moeten niet discriminerend, noodzakelijk en evenredig zijn.

De genoemde branches zijn in principe ook in centra inpasbaar. Om een toetsingskader te vormen voor de ‘moeilijk inpasbaarheid’ is de schaalgrootte van een winkel een ruimtelijke relevante en toetsbare factor. Een winkel met volumineus assortiment op Borgstee moet daarom een minimum omvang van 1.000 m² bruto vloeroppervlak (bvo) hebben.

ABC-goederen (auto’s, boten, caravans) en detailhandel in grove bouwmaterialen zijn eveneens volumineus, maar voor deze bedrijven gelden in de praktijk vaak bijkomstige criteria (o.a. milieuzone vanwege bedrijfsactiviteit) en ze worden door de consument niet verwacht bij een PDV-locatie. Voor een intuïtieve- en praktische indeling van een bedrijventerrein kan het wenselijk zijn ABC-goederen en detailhandel in grove bouwmaterialen ruimtelijk te scheiden van andere volumineuze concepten. ABC-goederen zijn nu bijvoorbeeld al meer geconcentreerd aan de Industrieweg.

Voor branches of formules die niet vanwege de schaal van het artikel, maar bijvoorbeeld vanwege de schaal van de winkel buiten winkelgebieden willen vestigen (zoals grote sportwinkels of multimediawinkels) zijn niet op voorhand ruimtelijk-relevante criteria te vinden. Het ruimtelijk-relevante onderscheid met bijvoorbeeld een warenhuis of een (grote) modewinkel is niet evident.

Branchevreemd aanbod

Grootschalige winkels die zich vanwege de aard of omvang van hun artikelen willen vestigen buiten de reguliere winkelgebieden mogen slechts in beperkte mate branchevreemd aanbod verkopen. Het nevenassortimentsdeel neemt niet meer ruimte in beslag dan 100 m² wvo of 10% van het netto winkelvloeroppervlak. Zo wordt voorkomen dat het branchevreemde aanbod zelfstandige aantrekkingskracht uitoefent en dat is niet in lijn met de basisprincipes van het gemeentelijk detailhandelsbeleid. Ongebreidelde verkoop van branchevreemde artikelen op perifere locaties buiten de centra dient te worden voorkomen.

Kringloopbedrijven

De economie ontwikkelt zich naar een meer circulair gebruik. Tweedehandswinkels en kringloopbedrijven maken daar onderdeel van uit. Tweedehandswinkels passen prima in centrumgebieden. Kringloopbedrijven hebben echter vooral een bedrijfslogistieke functie en uitstraling. Voor kringloopbedrijven die zich vooral bezighouden met het verzamelen en sorteren van goederen en waar het eventueel uitstallen van goederen voor consumenten ruimtelijk ondergeschikt is kan een locatie buiten de winkelstructuur worden overwogen.



Meewerken aan transformatie buiten structuur



Duidelijk beleid zorgt voor hernieuwde dynamiek

Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit

Van oudsher vindt detailhandel plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten. De vraag die zich daarbij vaak voordoet is in hoeverre de detailhandelsactiviteit ondergeschikt is en/of deze noodzakelijk en/of gebruikelijk is voor de hoofdactiviteit. Voor de planologische vertaling in bestemmingsplannen zijn vooral de ruimtelijke effecten en verschijningsvorm relevant (zie “wat is detailhandel”).

Non-food-productiebedrijf

Bij een productiebedrijf wordt in beperkte mate detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit toegestaan (‘productiegebonden detailhandel’). Belangrijk is dat deze detailhandel de verkoop betreft van door het bedrijf/op het perceel zelf geproduceerde of bewerkte producten. Een voorbeeld hiervan is het laten maken van een kentekenplaat bij een autogarage. Er is geen uitstraling als winkel of vergelijkbare verkeersaantrekkende functie. De fysieke uitstalruimte is maximaal 10% van het bedrijfsvloeroppervlak, en niet meer dan 100 m² wvo. Een grote business-to-business-showroom is bijvoorbeeld niet voor consumenten toegankelijk.

Trafficlocaties

Op trafficlocaties (bijvoorbeeld een tankstation, treinstation of kantoor) waar ondergeschikte detailhandel plaatsvindt, dient het assortiment gericht te zijn op de directe behoefte van de reiziger (Grab&Go-winkels), bijvoorbeeld motorolie, een flesje drinken of een belegd broodje voor onderweg, en dus geen pasta of pakken melk.

Internetverkoop

Naast de traditionele winkel met verkoop ter plaatse zijn er allerlei nieuwe vormen waar consumenten producten kunnen zien en afhalen.

Wanneer de consument ter plaatse komt, is er sprake van een ruimtelijke detailhandelsactiviteit, die planologisch als zodanig wordt beoordeeld (incl. showroom en afhaalloket). Afhaalpunten van internetwinkels zijn derhalve net als elke andere detailhandelsactiviteit toegestaan in de reguliere winkelcentra. Deze activiteiten passen tenslotte perfect binnen de wenselijke winkelstructuur. De gebieden binnen die structuur zijn bovendien al ingericht op consumenten(verkeer) en zorgen voor een fijnmazige spreiding over de gemeente. De andere functies in de winkelcentra hebben er bovendien baat bij dat hier regelmatig consumenten komen. De vestiging van afhaalpunten draagt in de winkelgebieden daarmee bij aan een economisch vitale winkelstructuur.
Internetwinkels die geen aan de winkelactiviteit- gerelateerde ruimtelijke kenmerken hebben, zijn niet relevant voor het detailhandelsbeleid en moeten voldoen aan de bestemming van de betreffende locatie (wonen, bedrijf, kantoor, agrarisch, etc.). Zo is een distributiecentrum van een internetwinkel net als ieder ander logistiek bedrijf op een locatie met de bestemming bedrijf toegestaan, zolang hier geen consumenten ter plaatse komen.

Afwijkingsbevoegdheid

Gemeenten zijn bevoegd om gemotiveerd af te wijken van vastgesteld beleid in situaties die vanwege het uitzonderlijke karakter een bijzondere beoordeling behoeven. Eventuele afwijkingen moeten overtuigend en specifiek gemotiveerd en onderbouwd worden om een juridische toetsing te kunnen doorstaan. Met dergelijke afwijkingen dient terughoudend omgegaan te worden. Een onzorgvuldige uitzondering op beleid creëert onzekerheid en mogelijk een juridische precedent. Dit verzwakt de kracht van deze visie als beleidsinstrument.



BIJLAGE

Bijlage 1 Context en analyse

Regionale positie

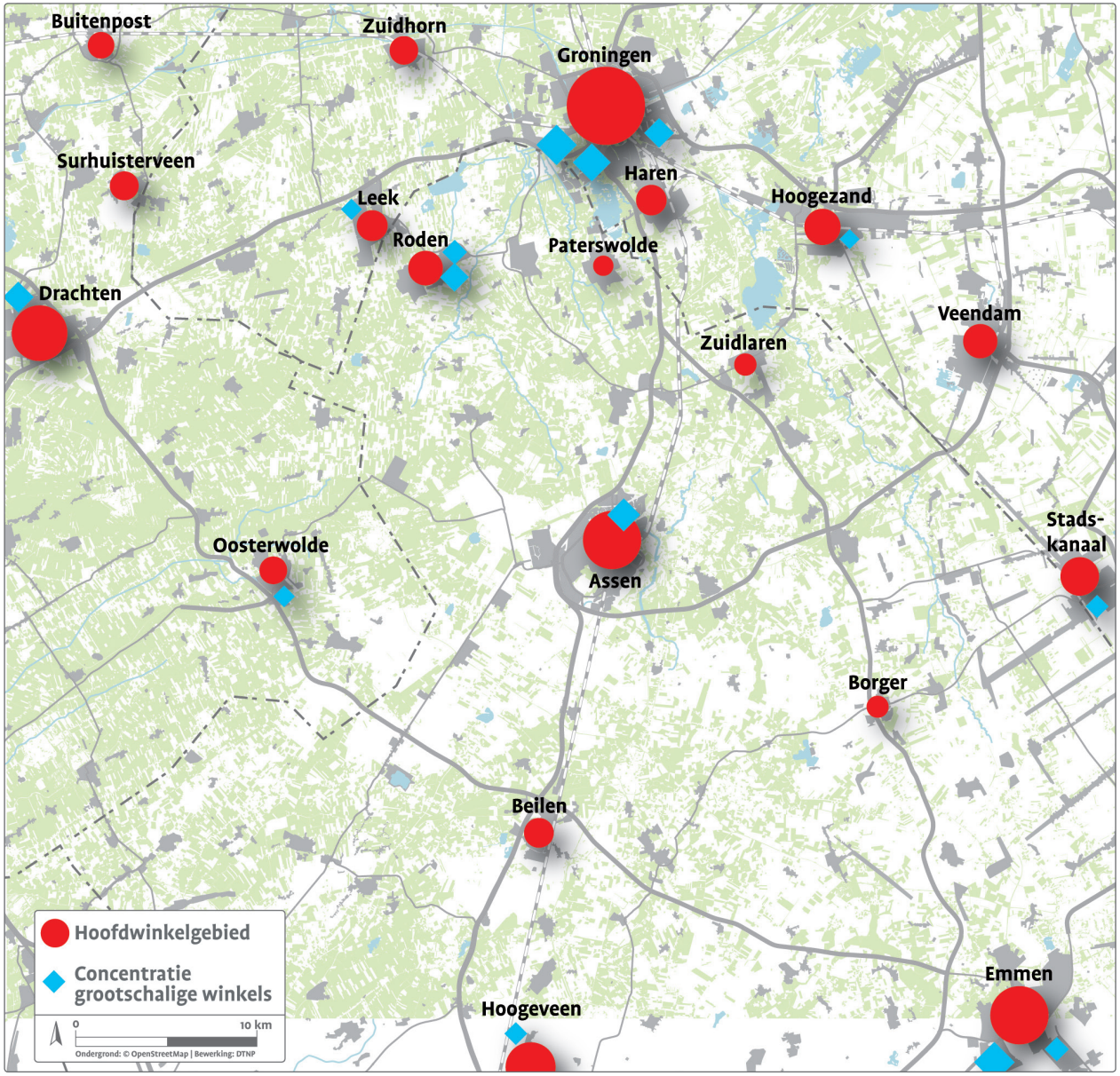
Aanbod in de regio

Assen is de hoofdstad van de provincie Drenthe en met ca. 69.000 inwoners tevens de grootste plaats in deze provincie a. Via de A28 is de stad direct verbonden met Groningen. De binnenstad van Assen heeft met circa 215 winkels een ruim en gevarieerd winkelaanbod. Vanwege dit aanbod vervult de binnenstad ook een functie voor de direct omliggende gemeenten. In de niet-dagelijkse winkelsector (bijvoorbeeld kleding, huishoudelijke artikelen of een juwelier) komt circa 40% van de bestedingen van buiten de eigen gemeente b.

Ook de 'perifere detailhandelslocatie' Borgstee (met een ruim aanbod aan o.a. woonwinkels, doe-het-zelfzaken en tuincentra) op het bedrijventerrein vervult een bovenlokale functie.

De dichtstbijzijnde grotere stad met een significant ruimer winkelaanbod is Groningen (ca. 520 winkels), op ongeveer een half uur rijden. Circa 10% van de bestedingen van Assenaren in fysieke niet-dagelijkse winkels vloeit af naar Groningen.

Assen in de regio (winkelgebieden geschaald naar m² wvo)



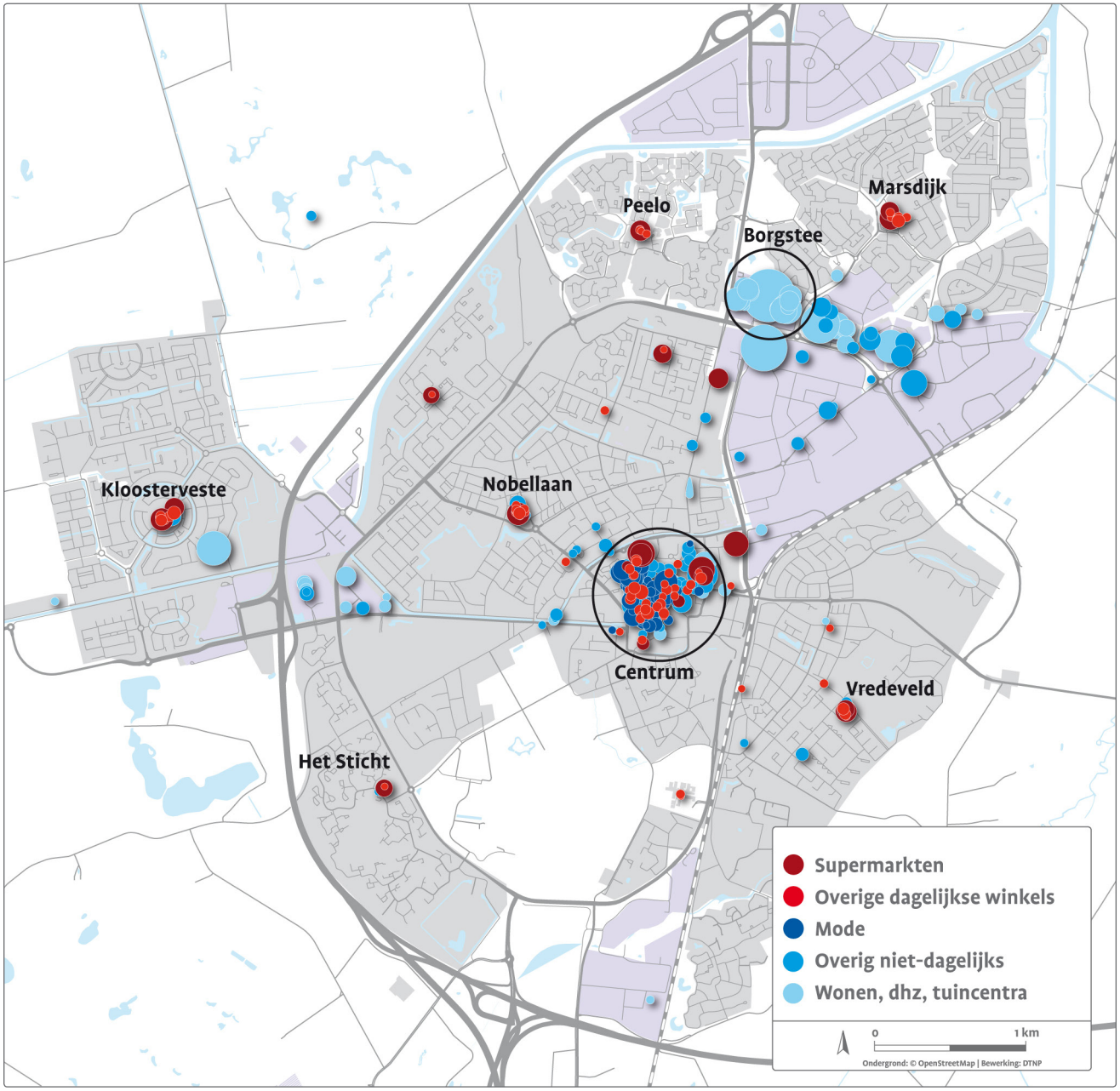
a Assen in Cijfers, 2021.
b Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, 2019.

Winkelaanbod binnen de gemeente

Het meest ruime en diverse winkelaanbod in de gemeente is te vinden in de binnenstad van Assen. Hier is bijvoorbeeld zo goed als al het mode-aanbod te vinden. Verder kent de stad een fijnmazige detailhandelsstructuur, met verscheidene wijk- en buurtcentra en enkele solitaire supermarkten. Op het Stadsbedrijven-park is een (relatieve) clustering van woonwinkels en doe-het-zelfzaken, met name op locatie Borgstee. Verspreid buiten deze winkelgebieden is er ook op de overige bedrijventerreinen en in de woonwijken nog detailhandel te vinden.

De spreiding van het winkelaanbod over de gemeente is op de kaart hier rechts te zien, iedere winkel is geschaald naar omvang van het winkelvloeroppervlak. Een uitgebreidere omschrijving van het winkelaanbod binnen de gemeente is te vinden in bijlage 2.

Winkelaanbod in de gemeente (winkelomvang geschaald naar m² wvo)



Vigerend beleid

De volgende vigerende (beleids)documenten doen uitspraken over de gewenste gemeentelijke detailhandelsstructuur en zijn daarmee een logisch startpunt voor deze geactualiseerde visie op de detailhandelsstructuur.

Omgevingsvisie Assen (2021)

Gemeente Assen heeft in 2021 de omgevingsvisie vastgesteld. Hierin wordt de hoofdambitie voor de stad omschreven als 'ontspannen stedelijkheid'. Om deze ambitie waar te maken laat de gemeente zich bij nieuw beleid leiden door drie principes: 'de verbonden stad', 'dynamische hoofdstad' en 'groene stad van het Noorden'.

- Het principe 'de verbonden stad' zet in op sterke wijken met ontmoetingsplekken. Het principe streeft ernaar dat bewoners voor de dagelijkse boodschappen, sport, school, huisarts en andere voorzieningen terecht kunnen in hun eigen wijk.
- Het principe 'dynamische hoofdstad' zet er op in dat inwoners de stad niet hoeven te verlaten voor hun belangrijkste aankopen of een dagje uit. Het streeft naar een levendige, compacte binnenstad waarin publiekstrekkende functies, zoals winkels, horeca, cultuur, erfgoed, recreatie en evenementen zijn geconcentreerd. Hierbij wordt het 'Drents DNA' (zoals benoemd in de binnenstadsvisie) optimaal benut.
- Het principe 'de groene stad' streeft duurzaamheid, het tegengaan van en het omgaan met klimaatverandering. Dit komt tot uiting in bijvoorbeeld betere verbindingen met het buitengebied en het meer speel- en ontmoetingsplekken in de openbare ruimte.

Voor nieuwe publiekstrekkende functies (zoals winkels) hanteert de gemeente het duidelijke ordeningsprincipe dat deze ten eerste een plek dienen te krijgen in de binnenstad. Indien dit niet passend is, wordt vervolgens gekeken naar de schillen om de binnenstad. Als laatste optie wordt gekeken naar de rand van de stad.

Aangaande de bedrijventerreinen constateert de omgevingsvisie dat er een gebrek is aan een eigen profiel voor de verschillende deelgebieden. Overal zit nu 'van alles een beetje', met op bepaalde plekken verrommeling en een gebrek aan ruimtelijke kwaliteit tot gevolg.

Masterplannen Ondernemend Assen (2021)

De masterplannen die door Ondernemend Assen voor de verschillende bedrijventerreinen zijn opgesteld geven al richting aan het toekomstbestendiger maken van de bedrijventerreinen. Op ieder bedrijventerrein is de



Binnenstadsvisie vastgesteld in 2021



Ook omgevingsvisie vastgesteld in 2021

energietransitie één van de belangrijkste opgaven, evenals het verbeteren van het vestigingsklimaat. Ook het verbeteren van de Ruimtelijke Kwaliteit kwam terug als een belangrijke ambitie. De bestaande bedrijventerreinen missen o.a. samenhang, veilige looproutes, groen en verblijfsplaatsen.

Binnenstadsvisie (2021)

De binnenstadsvisie is in 2021 vastgesteld door de gemeente. In de ontwikkeling van de binnenstad wordt geanticipeerd op een drastische inkrimping van het kernwinkelgebied: op termijn is er naar verwachting nog maar behoefte aan 60.000 van de momenteel aanwezige 100.000 m² winkelruimte. Om te anticiperen op deze ontwikkeling krijgen verschillende deelgebieden van de binnenstad een nieuw toekomstperspectief, zoals wonen. Hoofdlijnen zijn:

- Commerciële functies worden geconcentreerd rond de Brink, het Koopmansplein, de Kop van de Vaart en het tussenliggende gebied;
- Triade ligt buiten dit compacte gebied, maar krijgt wel een functie als 'wijkcentrum voor centraal Assen' toebedeeld;
- Voor de Cité wordt vanwege de locatie vlakbij het station gedacht aan het ontwikkelen van werken of onderwijs. Ook een profiel als gespecialiseerd themacentrum voor keukens of badkamers is denkbaar[a].

Provinciaal beleid (2018 en 2021)

Het meest recente provinciale detailhandelsbeleid staat in de Omgevingsvisie Drenthe (2018) en de Provinciale Omgevingsverordening (POV) Drenthe (2021). Deze stukken zetten in op bescherming van de bestaande winkelgebieden, door hierbuiten in principe geen nieuwe plancapaciteit toe te staan. Uitzonderingen hierop zijn onder andere:

- Een nieuwe supermarkt in een kleine kern (< 5.000 inwoners) die ruimtelijk niet goed inpasbaar is in het bestaande centrum;
- Detailhandel in branches die niet essentieel zijn voor het functioneren van centrumgebieden en die door de grootte van de winkel of de aard en omvang van het assortiment niet passen in centrumgebieden;
- Ondergeschikte detailhandel bij een bedrijf met een kleiner winkelvloeroppervlak dan 200 m², waarbij de aard van de verkochte goederen in verband staat met de hoofdactiviteit van dat bedrijf.

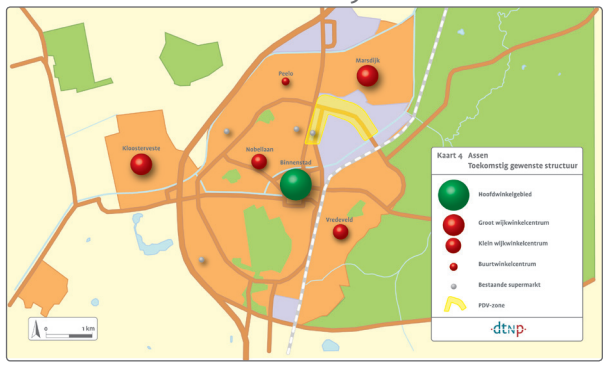
Ten behoeve van een ruimtelijk plan dat voorziet in plancapaciteit met een groter winkelvloeroppervlak (wvo) dan 1.500 m² vindt regionale afstemming plaats met de naburige gemeenten.

Ontwikkelvisie detailhandel Assen (2009)

In de Ontwikkelvisie detailhandel uit 2009 staat een concrete gewenste detailhandelsstructuur beschreven met een hiërarchische onderverdeling voor de verschillende winkelgebieden:

- Binnenstad Assen: centrumgebied voor de regio voor recreatief winkelen en dagelijkse boodschappen;
- Grote wijkwinkelcentra Marsdijk en Kloosterveste;
- Klein wijkwinkelcentrum Vredeveld en Nobellaan;
- Buurtwinkelcentrum Peelo;
- PDV-zone langs Industrieweg en Europaweg-Noord.

Visiekaart detailhandelsvisie 2009



a De twee supermarkten in de kelder van Cité zijn inmiddels vertrokken.

Bijlage 2 Winkelaanbod

probleem. De verschillende wijk- en buurtcentra draaien meer op dagelijks bezochte winkels. In deze centra is er juist geen winkelleegstand. De omvang van de wijk- en buurtcentra sluit over het algemeen goed aan bij de omvang van de omliggende buurt. Op het Stadsbedrijvenpark is een (relatieve) clustering van woonwinkels en doe-het-zelfzaken, met name op locatie Borgstee. Verspreid buiten deze winkelgebieden is er ook op de overige bedrijventerreinen en in de woonwijken nog detailhandel te vinden.

Binnenstad

In de binnenstad zijn ca. 215 winkels te vinden (ca. 63.400 m²) bestaande uit een divers palet aan branches. Het winkelaanbod bestaat voor ongeveer 45% uit zelfstandigen. De gemiddelde winkelomvang in de dagelijkse sector (zonder supermarkten) bedraagt ca. 140 m² wvo, in de niet-dagelijkse winkelsector is dit ca. 300 m² wvo.

- Het dagelijkse winkelaanbod bestaat uit circa 45 winkels (12.250 m² wvo). De omvang van de winkels in deze sector loopt sterk uiteen. Zo zijn er de supermarkten Albert Heijn (ca. 2.250 m² wvo), Jumbo (ca. 2.200 m² wvo), Dirk (ca. 1.300 m² wvo) en Lidl (ca. 950 m² wvo), maar ook Kaasshop Vanderveen (ca. 40 m² wvo) en bakkerij Riedstra (ca. 30 m² wvo).
- Naast de dagelijkse winkels zijn er in het centrum circa 70 modezaken met een totaal winkelvloeroppervlak van ca. 19.100 m² wvo. De grootste panden worden in dit segment gevuld door de grote ketens, zoals Scapino, The Sting en C&A. Er zijn echter ook diverse kleine zelfstandigen in de binnenstad te vinden, zoals Boutique Marie-Bo en Keskusta.
- Behalve de modezaken bevinden zich nog circa 100 overige niet-dagelijkse winkels (circa 32.000 m² wvo) in het centrum. Hiertoe behoren o.a. publiekstrekkers als Hema en Action, maar ook bijvoorbeeld de Wereldwinkel en Schoonenberg Horen.
- Warenhuis Vanderveen aan het recent opgeknapte Koopmansplein is met ca. 17.500 m² wvo[a] een significante factor.
- In de binnenstad staan momenteel ca. 90 panden leeg (ca. 18.000 m² wvo). Daarmee is de leegstand qua omvang vergelijkbaar met het totale mode-aanbod in het centrum. Het voormalig V&D-pand aan het Koopmansplein is goed voor

a Website Warenhuis Vanderveen.



Heringericht Koopmansplein



Albert Heijn in Kloosterveste

ca. 3.850 m² wvo van deze leegstand.

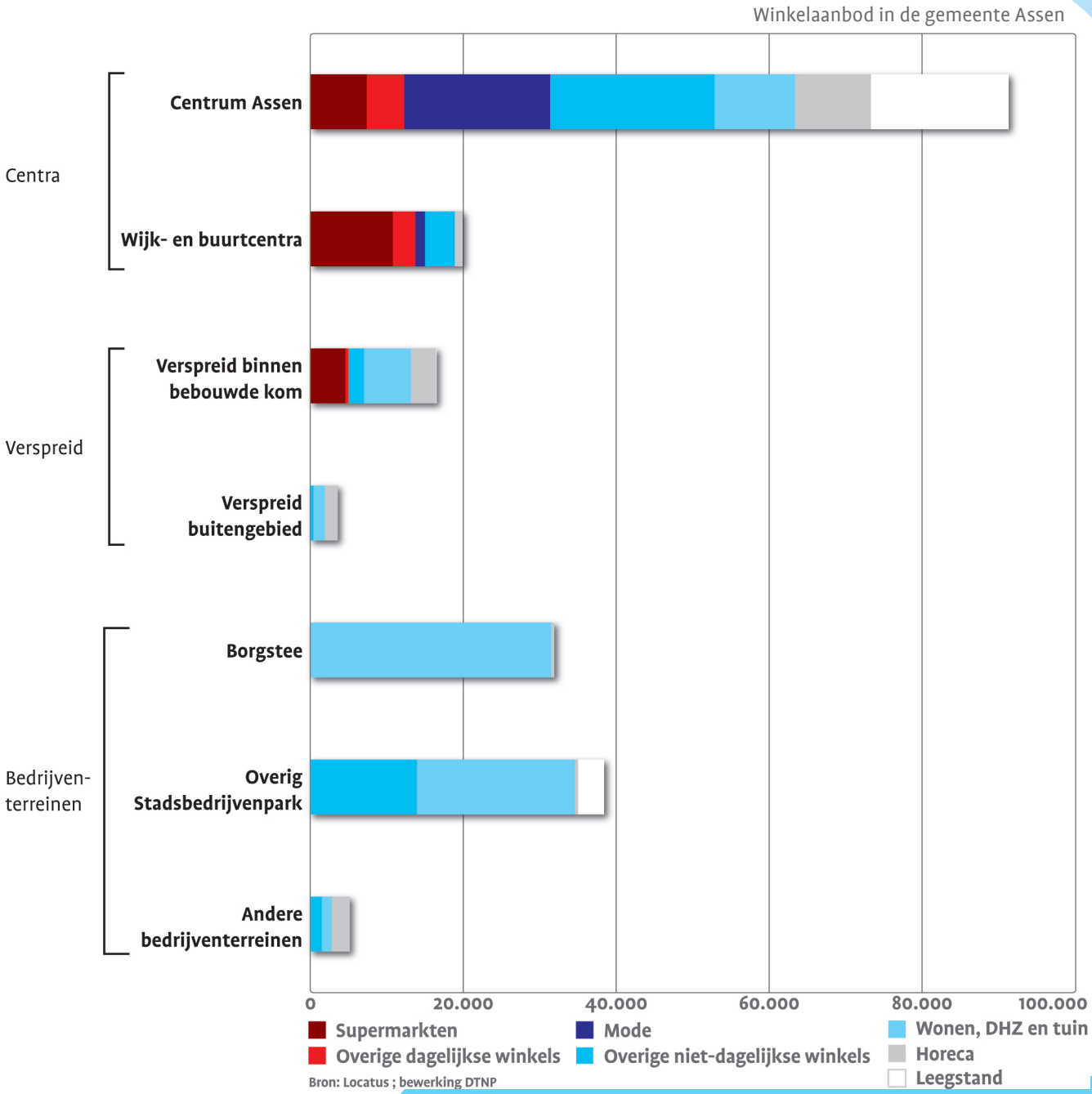
Kloosterveste

Winkelcentrum Kloosterveste is gelegen in de wijk Kloosterveen in het zuidwesten van Assen. Kloosterveste is in 2010 geopend, het vastgoed van dit winkelgebied is modern en oogt verzorgd. Hier is van alle winkelgebieden buiten het hoofdcentrum het meest diverse winkelaanbod te vinden (ca. 20 winkels, ca. 5.700 m² wvo).

- Met Albert Heijn (circa 1.450 m² wvo) en Lidl (circa 1.000 m²) zijn er twee complementaire supermarkten.
- Het overig dagelijkse aanbod bestaat uit o.a. Kruidvat en Etos.
- Het niet-dagelijkse aanbod omvat een volwaardig aanbod aan frequente benodigdheden, zoals Hema en Action.

Marsdijk

In het noordoosten van Assen ligt winkelcentrum Marsdijk (14 winkels, ca. 4.500 m² wvo). Dit centrum is recent gerenoveerd en ook de twee aanwezige supermarkten kregen een facelift. Met de recent vernieuwde en vergrote supermarkten Jumbo (ca. 1.450 m² wvo) en Lidl (ca. 1.200 m² wvo) is er een complementair bood-



schappenaanbod aanwezig. Het overige dagelijkse aanbod (6 winkels, ca. 650 m² wvo) bestaat uit o.a. een bakker, een slijter en een groenteboer. Binnen de niet-dagelijkse sector (8 winkels, ca. 1.150 m² wvo) zijn er grote ketens als Zeeman en Big Bazar te vinden.

Vredeveld

Vredeveld, gelegen in het oosten van Assen, is in 2011 voor het laatst gerenoveerd. Ook hier zijn met Albert Heijn (ca. 1.250 m² wvo) en Aldi (ca. 800 m² wvo) twee complementaire supermarkten. Het aanvullende dagelijkse aanbod is in Vredeveld met enkel een slijter en een bakker vrij beperkt. Het niet-dagelijkse winkelaanbod (ca. 500 m² wvo) bestaat uit Wibra, een bloemist en een fietsenzaak.

Nobellaan

Winkelcentrum Nobellaan (13 winkels, ca. 3.600 m² wvo) bevindt zich op het snijvlak van de buurten Lariks en Noorderpark, op relatief korte afstand van de binnenstad. Het winkelcentrum heeft in 2017 een opknapbeurt gekregen, waarbij ook de publieke ruimte is heringericht.
Jumbo (ca. 1.500 m² wvo) is hier de enige supermarkt. Met een bakker, slager en kaasboer is er een compleet aanbod aan versspeciaalzaken. Het niet dagelijkse aanbod (ca. 1.250 m² wvo) bestaat uit Wibra, Big Bazar, Bruna en bloemenzaak Heidi.

Peelo

Winkelcentrum Peelo ligt in het hart van de gelijknamige bloemkoolwijk in het noorden van Assen. Het centrum oogt gedateerd. In het centrum is één supermarkt: Albert Heijn
(ca. 1.150 m² wvo). De bakker, slager, slijter en apotheek completeren het dagelijkse aanbod. Het niet-dagelijkse aanbod bestaat uit een boekenzaak, bloemenwinkel en fietsenwinkel.

Het Sticht

Winkelgebied Het Sticht ligt in de zuidwesthoek van Assen. De structuur van dit winkelgebied (opgebouwd uit verschillende smalle, slingerende gangetjes) is even uniek als het vastgoed is verouderd. De aan de parkeerplaats gelegen Poiesz-supermarkt en -slijterij hebben een gezamenlijke omvang van ca. 750 m² wvo. Een fietsenzaak en de Dumpstore zijn de overige winkels op deze locatie.

Borgstee en overig Stadsbedrijvenpark

Het Stadsbedrijvenpark is gelegen tussen de binnenstad en de woonwijk Marsdijk. Het gebied tussen de wegen Peelo en Europaweg Noord wordt Borgstee genoemd[a]. In dit gebied zijn een kleine 20 winkels gevestigd in de branches wonen, doe-het-zelf en tuincentra, zoals Leen Bakker, Kwantum en Seats & Sofas. De winkels zijn samen goed voor ca. 31.500 m² aan winkelverkoopruimte. De gemiddelde winkelomvang op Borgstee is ca. 1.850 m² wvo, maar ongeveer een kwart is kleiner dan 1.000 m² wvo. Tuinland (ca. 11.000 m²) is veruit de grootste winkel.

Op het bedrijventerrein zijn de winkels echter niet alleen gevestigd op Borgstee, ook op het overige Stadsbedrijvenpark zijn verscheidene winkels te vinden (ca. 40 winkels, ca. 13.250 m² wvo). Praxis, Gamma en Karwei zijn hier voorbeelden van. Ook o.a. dierenwinkel Jumper, fietsenzaak Amslod en kringloopwinkel Het Goed zijn hier gevestigd.

Het totale gebied kent zowel in functionele als in ruimtelijke zin weinig samenhang; grootschalige detailhandelsvestigingen worden afgewisseld met o.a. productiebedrijven, autohandelaren, kantoren en een

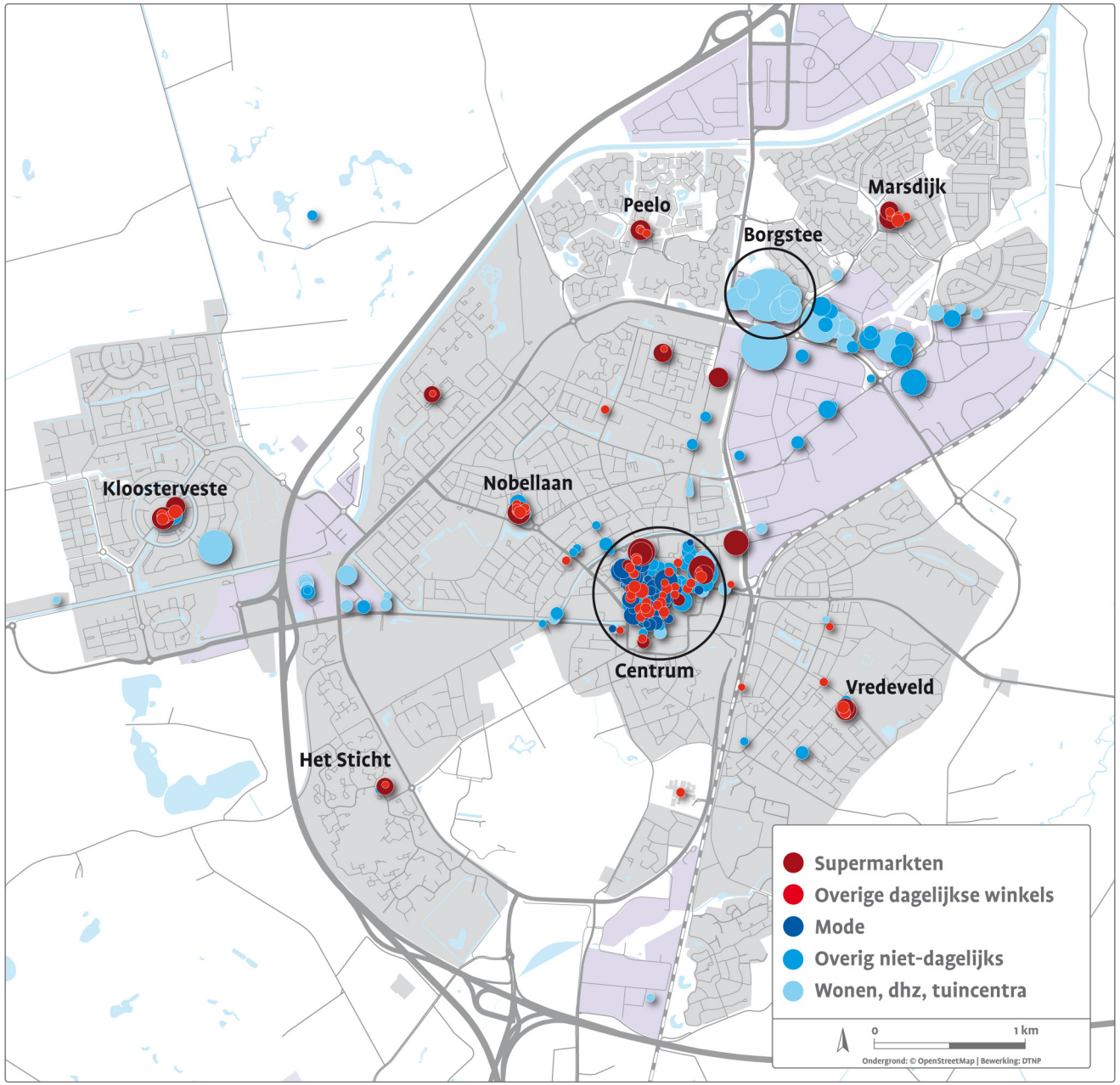
a Gebiedsafbakening Locatus.

tankstation. De publieke ruimte is veelal ingericht voor zwaar verkeer en daardoor niet voor consumenten.

Verspreid

Buiten de hiervoor beschreven gebieden zijn nog verscheidene winkels gevestigd. Deels zijn deze winkels te vinden binnen de woonwijken, maar ook op de bedrijventerreinen Zuid-West en Messchenveld zijn detailhandelsvestigingen aanwezig. Binnen de woonwijken bevinden zich vier solitaire supermarkten: Jumbo Veemarkt (ca. 1.900 m² wvo), Aldi Groningerstraat (ca. 1.100 m² wvo), Poiesz Paganinilaan (ca. 900 m² wvo) en Poiesz Pittelo (ca. 650 m² wvo). Daarnaast zijn er verspreid over de stad circa tien overig dagelijkse winkels, waarvan vier apotheken. Rond de 25 verspreid gelegen winkels zijn actief in de niet-dagelijkse sector. Onder deze niet-dagelijkse winkels vallen een aantal grotere zaken, zoals tuincentrum Groenrijk (ca. 4.150 m² wvo) en meubelzaak de Eclips (ca. 1.050 m² wvo). Ook zijn er verspreid nog drie kleinere fietsenzaken (< 350 m² wvo) te vinden.

Winkelaanbod in de gemeente (winkelomvang geschaald naar m² wvo)



Bijlage 3 Trends en ontwikkelingen

Landelijke trends

Consumenten winkelen meer online…

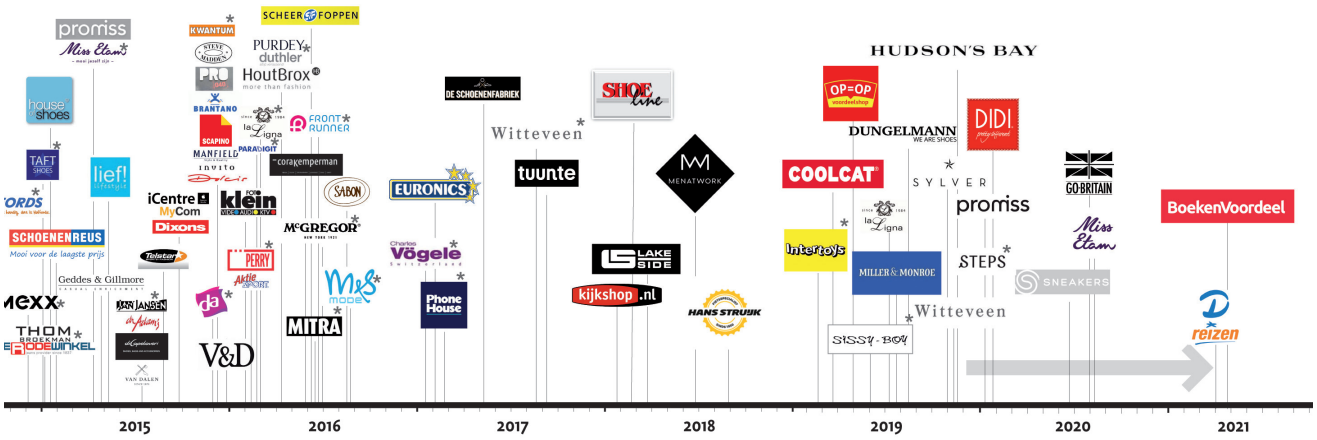
De groei van online winkelen blijft doorzetten. Inmiddels is het aandeel al opgelopen tot meer dan 20%[a]. Deze toegenomen oriëntatie van de consument op online leidt tot een verminderde behoefte aan fysieke winkels (afgenomen van circa 6,5 winkels per 1.000 inwoners in 2008 tot rond de 5 in 2021)[b]. Met name in het grijze middensegment zijn, doordat deze winkels zich moeilijk kunnen onderscheiden van internet, veel grote ketens failliet gegaan (zie faillissementstijdlijn).

… waardoor de winkelstructuur verandert

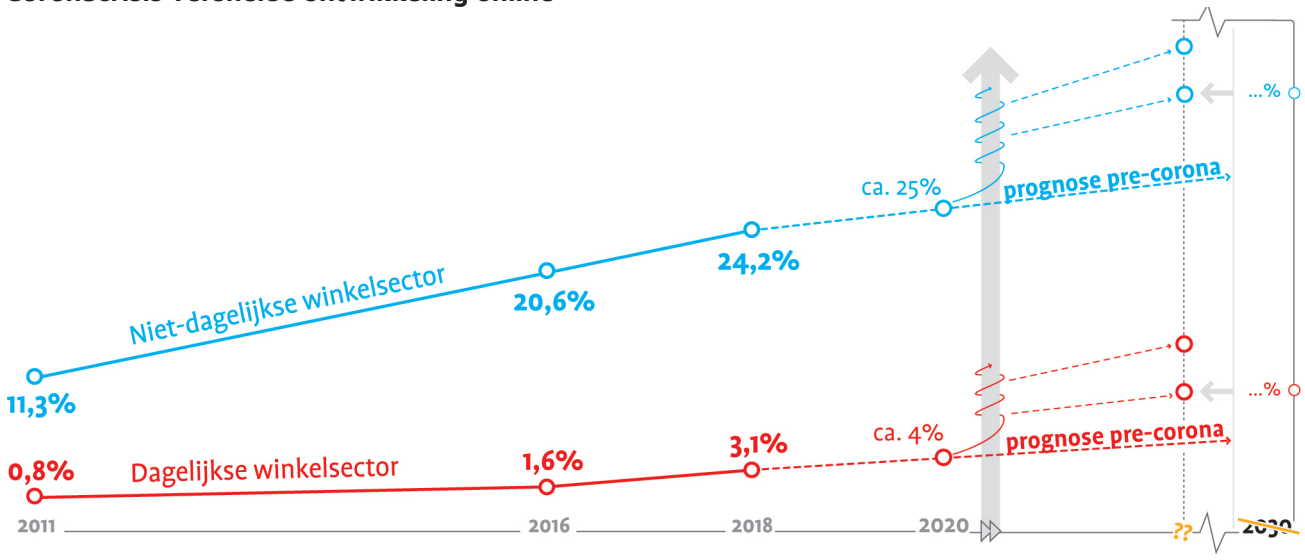
De gevolgen van het toenemende online winkelen zijn niet voor ieder type winkelgebied hetzelfde:

- De kleinere wijk- en buurtcentra bleven de voorbije jaren veelal goed functioneren. Het aanbod in deze centra bestaat overwegend uit dagelijks bezochte winkels, die (zeker voor de coronacrisis) nog minder concurrentie ondervonden van internetwinkelen.
- De grote stad werd vanwege het diverse voorzieningenpalet (combinatie detailhandel en recreatief) en het bijzondere aanbod door de consument nog aantrekkelijk gevonden voor een ‘dagje stad’.

Faillissementstijdlijn



Coronacrisis versnelde ontwikkeling online



a Koopstromenonderzoek Oost-Nederland, 2019.
b Locatus, 2021.

- Het middelgrote centrum kwam daarmee tussen tafellaken en servet terecht. Juist hier was het kwetsbare niet-dagelijkse winkelaanbod veruit de dominante centrumfunctie. Antwoorden voor alternatieve invulling ontbraken, waardoor de leegstand toenam. Deze ontwikkeling heeft ook in de binnenstad van Assen plaatsgevonden.

Coronacrisis versnelt online groei

De coronamaatregelen (lockdown, sluiting horeca en 'niet-essentiële' winkels, etc.) hebben grote effecten gehad op het consumentengedrag op korte en lange termijn, en daarmee op het perspectief voor centrumgebieden:

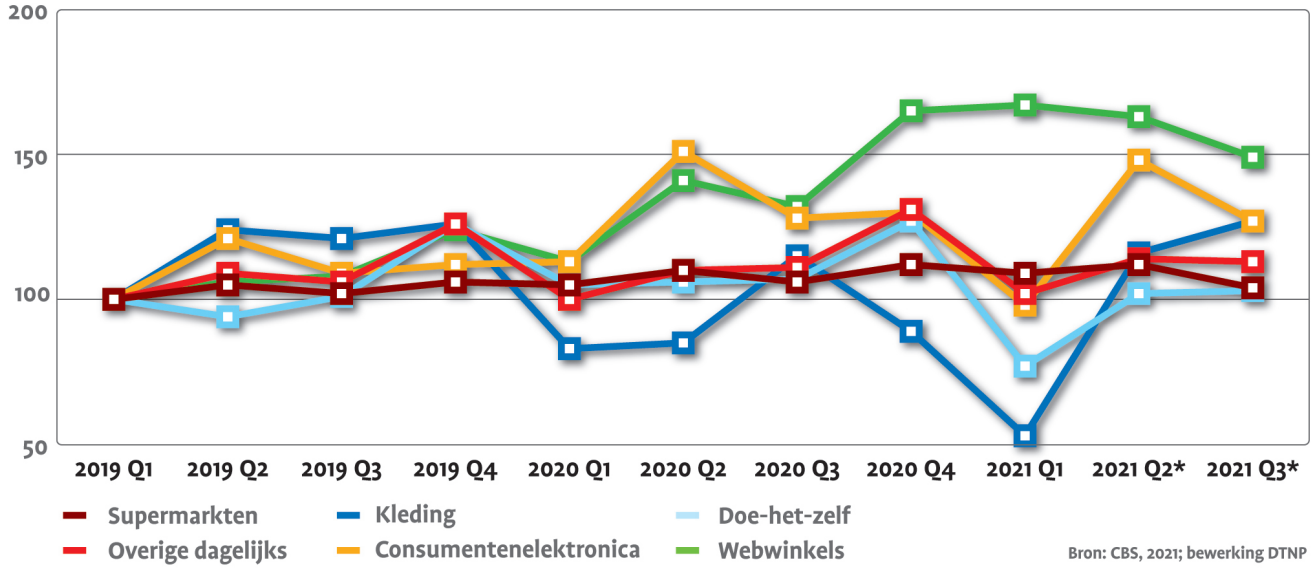
- De internetbestedingen zijn tijdens de crisis substantieel toegenomen, in alle branches. Ook mensen die daarvoor nog niet op internet kochten doen dat nu wel, en een deel van hen zal dat naar verwachting blijven doen[a]. Inmiddels vindt een correctie plaats op de enorme online groei, maar de online bestedingen blijven hoger dan voor de coronacrisis.
- De technologie en capaciteit om online aankopen te faciliteren wordt snel beter (robotisering logistiek, augmented reality, slimme deurbel, etc.). Hierdoor wordt de concurrentie voor fysieke winkels in gemak en kosten alsmaar groter.

Impact coronacrisis verschillend per branche

Niet voor iedere branchegroep waren de coronamaatregelen op korte termijn even nadelig:

- De boodschappensector heeft (een deel van) de uitgaven die consumenten normaal gesproken bij de horeca doen overgenomen, waardoor supermarkten en versspeciaalzaken goede omzetten draaiden.
- Doordat de recreatieve mogelijkheden buitenshuis tijdens de coronamaatregelen afnamen, zijn consumenten meer gaan besteden om het in huis prettiger te maken. Dit is terug te zien in de omzetstijging in de consumentenelektronica en doe-het-zelfzaken (o.a. bouwmarkten).
- Modewinkels zijn tijdens de coronacrisis het meest getroffen. Online winkelen kon hier het omzetverlies in de fysieke winkel bij lange na niet opvangen. Dit heeft de grootste impact gehad op de hoofdwinkelstraten van hoofdcentra, aangezien het modeaanbod veelal vooral daar gevestigd zit.

Index omzetontwikkeling winkelsector naar branchegroep (2019-2021)



Bron: CBS, 2021; bewerking DTNP

a ABN Amro (2021), *Naar een nieuw normaal in winkelgedrag.*

Online boodschappen

Een grote groep nieuwe klanten is in deze periode in contact gekomen met online boodschappen bestellen, en ook de aanbieders hebben een flinke stap gemaakt (capaciteit, innovatie). In absolute omzet is de foodsector nu de grootste online branche.

Het online aandeel in de dagelijkse sector zal niet zomaar zo groot worden als dat van de niet-dagelijkse sector. Drogisterij-artikelen zijn prima geschikt voor verzending[a], maar het thuisbezorgen van verse voedingsmiddelen blijft een lastige logistieke en financiële uitdaging. Het fysiek doen van de frequente aankopen (levensmiddelen en andere boodschappen) blijft daarmee naar verwachting een belangrijk onderdeel van het consumentengedrag. Wel wordt de invloed van online op de fysieke dagelijkse winkelstructuur langzaam maar zeker groter.

Supermarkten bepalende functie structuur

Supermarkten zijn voor dorps- en wijkcentra veruit de belangrijkste functie. Supermarkten trekken meer bezoekers dan elke andere centrumfunctie in een lokale winkelstructuur. Overige voorzieningen kunnen profiteren van de grote bezoekersaantallen van supermarkten, mits de supermarkt ruimtelijk goed ingepast is. De onderlinge afstand en zichtrelatie zijn daarbij bepalende factoren. Aangezien veel voorzieningen aan individuele trekkracht hebben ingeleverd, is de nabijheid tot een supermarkt de afgelopen jaren dé bepalende vestigingsplaatsfactor geworden.

De concurrentie in de boodschappensector is heftig. Al decennia wint de supermarkt terrein op de versspeciaalzaak, bijvoorbeeld door nieuwe versconcepten (bijv. Jumbo met La Place of Lidl met bake-off), in combinatie met gemak én erg lage kosten (inkoopkracht). Doordat de consument een breed assortiment wenst, is schaalvergroting voor supermarkten een belangrijke strategie. Grotere supermarkten betekenen echter ook meer benodigd draagvlak (inwoners) per supermarkt.

Ontmoetingsfunctie

Naast de duidelijke economische meerwaarde fungeren supermarkten ook als ontmoetingsplek voor een buurt. Supermarkten worden door veel mensen dagelijks lokaal bezocht, en dus ontstaat er op zeer frequente basis een mogelijkheid tot het willekeurig ontmoeten van buurtgenoten. Het voorzien van dergelijke dagelijkse functies leidt daarmee tot een versterkte sociale cohesie en leefbaarheid van een buurt. Ook bijvoorbeeld een functie als afhaalpunt voor het toenemend aantal online bestelde pakketjes sluit aan bij deze functie.



Supermarkten functioneren als ontmoetingsplek

a Retailtrends (2021), Kruidvat verdubbelt capaciteit distributiecentrum.

Schaalvergroting supermarkten

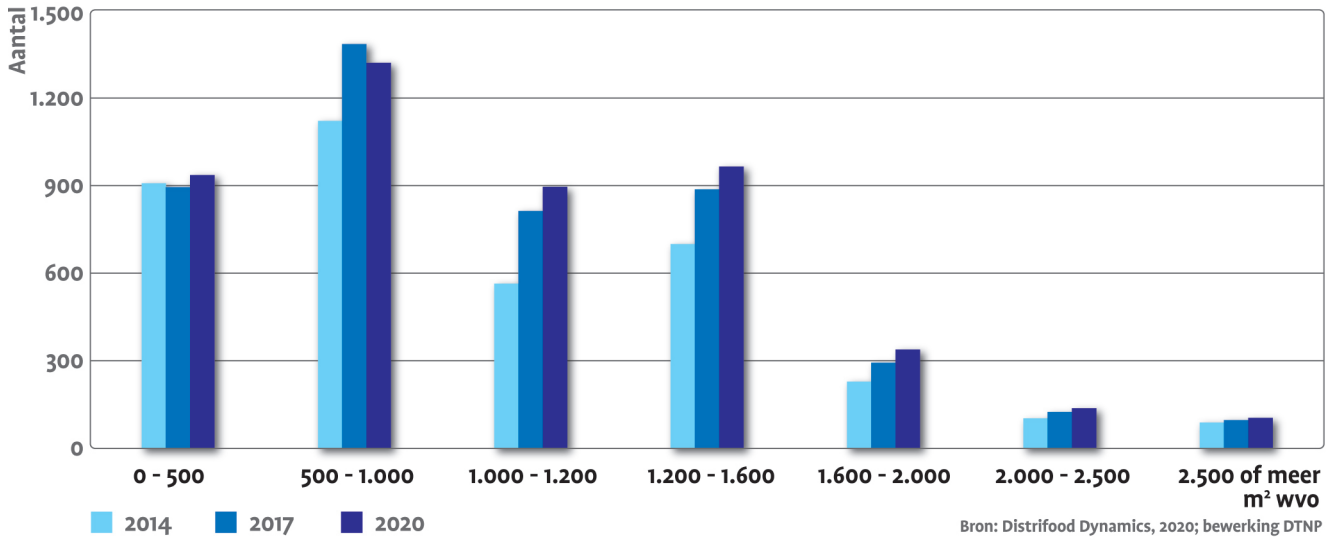
Supermarkten kleiner dan circa 1.000 m² wvo en in kleinere verzorgingsgebieden zijn kwetsbaar. Supermarktpartijen willen voor een nieuwe winkel al snel een omvang van 1.200 m² wvo of groter. De groei in écht grote supermarkten (> 2.000 m² wvo) is beperkt. Er zijn wel uitzonderingen:

- in binnensteden ontstaan nieuwe, kleine city-concepten ('mandjeswinkels');
- doelgroepensupermarkten bieden een beperkt maar specialistisch assortiment;
- partijen als Spar hebben ook in kleine dorpen nog moderne, kleine supermarkten.

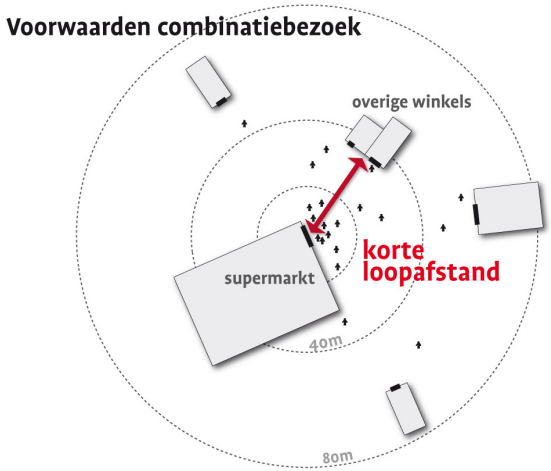
Combinatiebezoek supermarkten

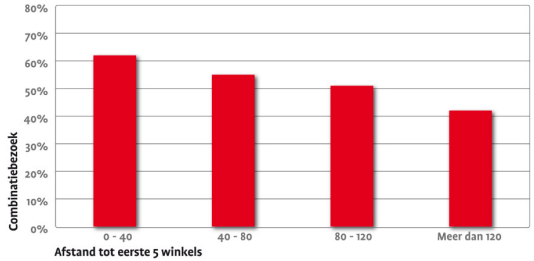
Uit door DTNP uitgevoerd onderzoek (2021) onder circa 3.700 respondenten in 25 dorps- en wijkcentra in Nederland blijkt dat circa 52% van de consumenten het supermarktbezoek combineert met een of meer andere winkels in hetzelfde winkelgebied. Dit geldt zowel voor service- als voor discountsupermarkten. Het onderzoek toont aan dat het aandeel supermarktbezoekers dat ook andere winkels bezoekt, toeneemt naarmate meer winkels dicht bij de supermarkt liggen. Daarnaast blijkt dat het combinatiebezoek toeneemt naarmate er meer winkels in het zicht van de ingang van de supermarkt liggen.

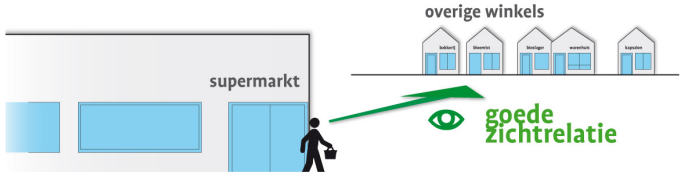
Landelijke ontwikkeling winkelvloeroppervlak supermarkten

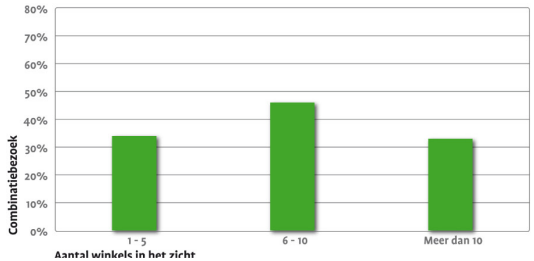


Bron: Distrifood Dynamics, 2020; bewerking DTNP









Lokale ontwikkeling

Koopgedrag meer online

Passend bij de landelijke trend zijn ook inwoners van de gemeente Assen de laatste jaren meer online gaan winkelen.

- Het aandeel online in de niet-dagelijkse winkelsector is tussen 2015 en 2019 toegenomen van 9 naar 21%[a].
- In de dagelijkse sector is het online boodschappen doen in de gemeente Assen ook op gang gekomen; in 2019 lag dit aandeel op 3% van alle dagelijkse bestedingen.

Detailhandel functioneert meer lokaal

Het detailhandelsaanbod in Assen is meer lokaal gaan functioneren, er komen minder bestedingen van buiten Assen.

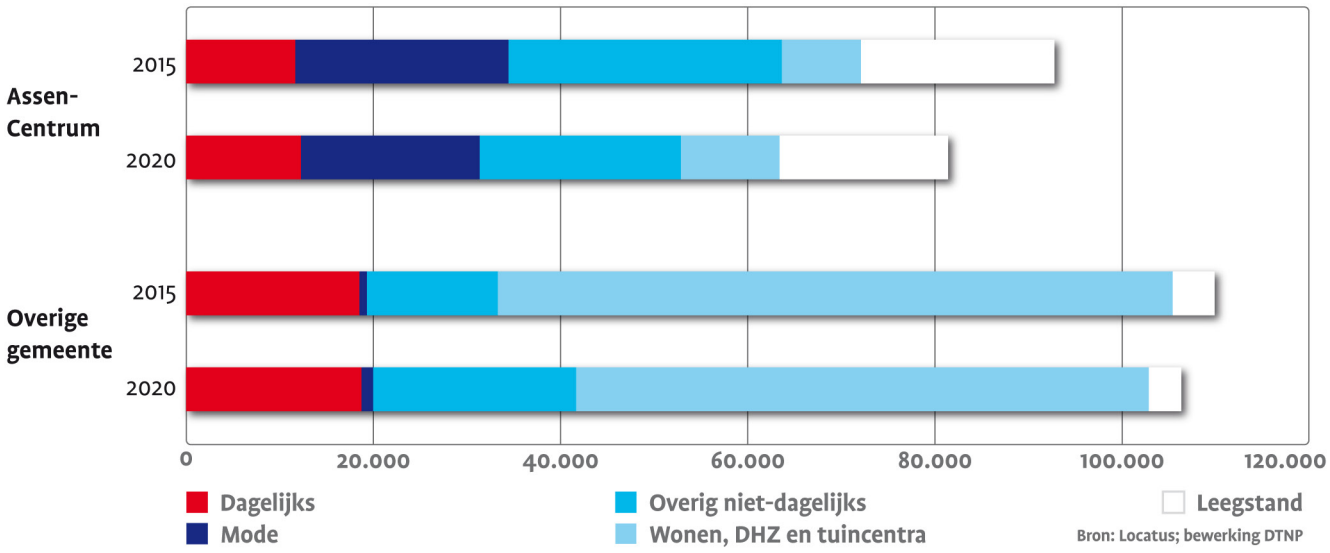
- In de hele kern is het aandeel toevloeiing in dagelijkse winkelbestedingen tussen 2015 en 2019 ongeveer constant gebleven. In de niet-dagelijkse sector is er wel een afname van 45% naar 38%.
- In het centrum van Assen is de toevloeiing in de dagelijkse winkelsector afgenomen van 27% in 2015 naar 9% in 2019. In de niet-dagelijkse sector is er een afname van 50% naar 40%.
- Locatie Borgstee op het bedrijventerrein is juist meer regionaal gaan functioneren. Hier is het aandeel toevloeiing toegenomen van 33% in 2015 naar 40% in 2019.

Aanbodontwikkeling

In de binnenstad is het mode- en overige niet-dagelijkse winkelaanbod afgenomen, passend bij de landelijke trends. De leegstand is hier fors, maar deze is de afgelopen jaren niet verder toegenomen. De verklaring hiervoor is dat winkelmeters uit de markt zijn genomen en een niet-winkelfunctie hebben gekregen (bijvoorbeeld een transformatie naar wonen of dienstverlening).

Buiten de binnenstad is het aanbod in de branches wonen, doe-het-zelf en tuincentra afgenomen. In de overig niet-dagelijkse branches is er juist een toename van winkelmeters waarneembaar. Voorbeelden hiervan zijn de vestiging van Big Bazar in buurtcentra en een fietsenwinkel op het Stadsbedrijvenpark.

Ontwikkeling detailhandelsaanbod, uitgedrukt in m² wvo



Bron: Locatus; bewerking DTNP

a Koopstromenonderzoek Oost Nederland, 2019

Verwachtingen toekomst

Perspectief dagelijkse winkels

Uit de marktruimteberekening die voor de dagelijkse sector is gemaakt (distributie-planologisch onderzoek, zie bijlage 5) blijkt dat er in deze dagelijkse boodschappensector een aanzienlijk overaanbod is. De berekening laat duidelijk zien dat supermarkten in de toekomstige situatie verder ondergemiddeld zullen functioneren (lagere vloerproductiviteit), wanneer er niks verandert, ook bij een ambitieuze toename van het aantal inwoners. Dat kan voor de consument leiden tot een verschraling van het (vers-)assortiment en mogelijk valt er bij voortzetting van de huidige situatie op termijn een supermarkt (of zelfs meerdere) weg uit de structuur[a]. Aangezien supermarkten bepalend zijn voor de winkelstructuur, noopt het overaanbod ertoe dat er in de toekomstig gewenste structuur minder ruimte is voor dagelijkse winkelmeters.

Perspectief niet-dagelijkse winkels

Gezien de trends en ontwikkelingen (toename aandeel online, afname omzet uit toevloeiing vanuit omliggende gemeenten) is een verdere terugloop van het niet-dagelijkse winkelaanbod te verwachten. Uit een indicatieve analyse komt naar voren dat er in de huidige situatie sprake is van een overaanbod van circa 15%. Kijkend naar de trends in de detailhandel en de reeds waarneembare krimp van het aanbod is de verwachting dat het overaanbod in de toekomst alleen maar groter wordt. Het overaanbod in de niet-dagelijkse sector resulteert in verschillende ruimtelijke opgaven:

- In de binnenstad zal er met name een verdere terugloop zijn van het modisch recreatieve aanbod. De binnenstadsvisie geeft reeds invulling aan deze opgave;
- Het overaanbod aan woonwinkels, doe-het-zelfzaken en tuincentra heeft met name effect op het Stadsbedrijventerrein. Dit aanbod loopt al terug en een verdere versnippering van functies op het bedrijventerrein in de toekomst dreigt. Om dit te voorkomen is het net als in de binnenstad belangrijk dat het gebied duidelijk ingekaderd en afgebakend wordt. De visie in hoofdstuk 3 gaat hier nader op in.



Overaanbod dagelijkse sector noopt tot keuzes


Verdere versnippering Stadsbedrijvenpark dreigt

a Eind januari 2023 sloot Lidl haar vestiging in Cité, waardoor inmiddels beide supermarkten in de kelder van Cité zijn gesloten. Deze actuele ontwikkeling is nog niet meegenomen in de marktruimteberekeningen.

Bijlage 4 Inwoners

Inwoners

De gemeente Assen heeft circa 69.000 inwoners[a]. Het inwonertal zal de komende jaren volgens prognoses van het CBS nog (licht) toenemen tot 70.800 in 2030[b]. Deze inwonergroei zet volgens de prognose nog door tot 2045 en zal daarna stabiliseren. In de direct omliggende gemeenten is er naar verwachting juist sprake van een bevolkingskrimp. De gemeente Assen werkt momenteel echter aan een versnelling en uitbreiding van de woningbouwplannen, waardoor het daadwerkelijke aantal inwoners in de toekomst hoger uit kan vallen of eerder worden gerealiseerd. Er liggen tevens ambities om door te groeien naar 80.000 inwoners.

De bevolking van Assen vergrijst. Het aandeel 65+ers zal de komende jaren toenemen. Gevolg hiervan is dat de beroepsbevolking in de gemeente in absolute zin zal afnemen.

Woningbouw

De woonvisie Assen, 'Van binnenuit beter' (april 2021) stelt dat de grootste woningbehoefte binnen het bestaand stedelijk gebied kan worden opgevangen, maar dat er ook een substantiële behoefte blijft voor de uitbreidingslocatie Kloosterveen.

In de gebiedsontwikkeling 'Assen Centraal' (binnenstad, Havenkwartier en stadsboulevard) worden de komende jaren circa 1.300 woningen binnen een levendig stedelijk en rustig stedelijk milieu gerealiseerd. Daarnaast zijn er in andere delen van de bestaande stad (De Lariks, Noorderpark, Assen-Oost,) naar verwachting mogelijkheden om tot 2030 ca. 800-1.300 om woningen toe te voegen in rustig stedelijk en levendig buitenwijk woonmilieus.

Een belangrijke opgave in Assen is het vergroten van doorstroming op de woningmarkt. Volgens de woonvisie vormen binnenstad, buurt- en wijkcentra een aantrekkelijke woonomgeving voor ouderen. De gemeente wil nabij deze voorzieningen meer geschikt woningaanbod voor de doelgroep realiseren.

Het meest ruime en diverse winkelaanbod in de gemeente is te vinden in de binnenstad van Assen. Hier is bijvoorbeeld zo goed als al het mode-aanbod te vinden. De binnenstad heeft ook een leegstands-



Binnenstedelijke verdichting bij het Havenkwartier



Woonwijk Kloosterveen wordt verder uitgebreid

a CBS Statline, 2022.
b CBS Statline, 2020.

Bijlage 5 Marktruimte supermarktsector

Voor de supermarktsector is de meest betrouwbare inschatting van de marktruimte te geven. De uitkomsten van de berekening moeten echter nog altijd als indicatief gezien worden; het is geen harde wetenschap. In deze bijlage wordt de marktruimteberekening voor de supermarktsector in de gemeente Assen toegelicht.

Uitgangspunten

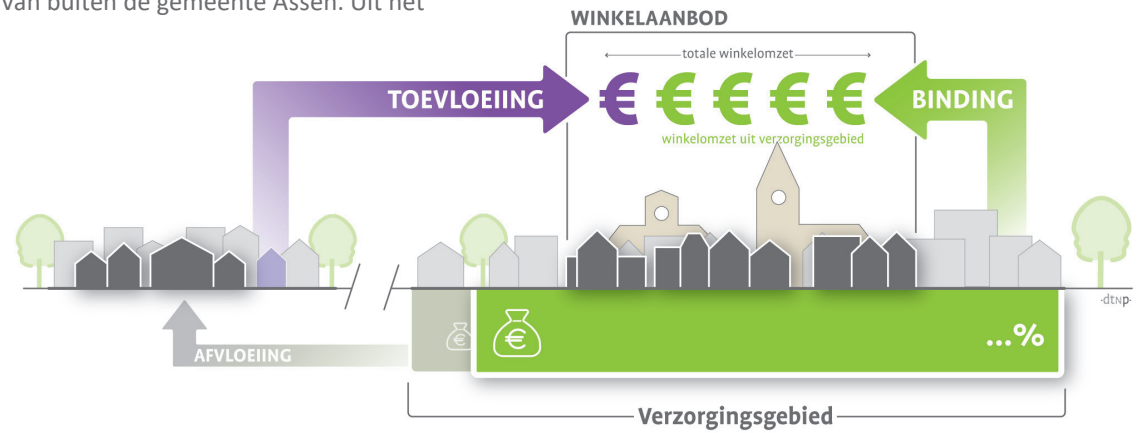
- Bevolkingsprognose: voor de gemeente Assen gaat de CBS-prognose uit van een lichte bevolkingsgroei van de huidige 69.000[a] inwoners naar 70.800 in 2030[b].
- De fysieke supermarktbestedingen per inwoner in Nederland zijn circa € 2.071.- per jaar[c]. Het gemiddeld inkomen per inwoner in Assen ligt circa 7% onder het landelijk gemiddelde. Dit verschil wordt doorberekend in de bestedingen per hoofd met een factor van 0,4[d].
- Aandeel online: het online aandeel lag in de dagelijkse sector in Assen in 2019 rond de 3%[e]. Het aandeel online is in de tussentijd flink gegroeid, food is zelfs de grootste individuele online branche geworden. Gezien de onzekerheid van de verdere ontwikkeling houdt DTNP op de lange termijn een bandbreedte aan van 10-15% online aandeel in supermarktbestedingen in 2030. Deze online aankopen zijn in de som verwerkt door een (tweede) correctie uit te voeren op de fysieke winkelomzet per hoofd.

Koopkrachtbinding: de koopkrachtbinding staat voor de mate waarin de supermarkten er in slagen de inwoners uit het verzorgingsgebied (de gemeente Assen) aan zich te binden. In 2019 is het Koopstromenonderzoek (KSO) Oost Nederland uitgevoerd. Hier is voor de gemeente Assen een koopkrachtbinding gemeten van 96% voor de bestedingen in fysieke supermarkten.

Koopkrachttoevloeiing: De toevloeiing is het aandeel van de omzet dat verdiend wordt met bestedingen van consumenten van buiten de gemeente Assen. Uit het KSO (2019) kwam naar voren dat deze toevloeiing 12% bedraagt, tegenover 14% in 2015. Gezien de bevolkingskrimp in de omliggende gemeenten is de huidige 12% toevloeiing ook in de toekomst het maximaal haalbare.

Vloerproductiviteit: In Nederland bedragen de gemiddelde bestedingen per m² in de supermarktsector € 8.078[f]. Ook in een stedelijk gebied als Assen moet deze landelijk gemiddelde vloerproductiviteit als indicatie worden gezien om consumenten een kwalitatief goed aanbod en serviceniveau te kunnen bieden.

Schematische weergave koopkrachtbinding en - toevloeiing



a CBS Statline, 2022.
b CBS Statline, 2020.
c Retail Insiders (2021), 'Omzetkengetallen 2020 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.
d Conform memo Retail Insiders 2019.
e Koopstromenonderzoek Oost Nederland, 2019.
f Retail Insiders (2021),. Omzetkengetallen 2020

Resultaat: Uit de indicatieve berekening blijkt dat er in 2025 een potentieel supermarktaanbod is van circa 18.000 m² wvo. Afhankelijk van de snelheid waarmee het online boodschappen doen zal toenemen, bedraagt dat potentiële aanbod in 2030 nog 17.800 à 16.800 m² wvo. Uitgaande van 22.700 m² wvo bestaand supermarktaanbod in de gemeente is er sprake van een significant overaanbod. Dat betekent dat supermarkten in Assen onder de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit functioneren.
Wanneer het schakelpunt komt dat er aanbod zal wegvallen is gissen[a], maar zonder sturing maakt deze situatie investeringen in veel gebieden in ieder geval onwaarschijnlijk.

Bij een ambitieuze doorgroei naar 80.000 inwoners zal er in de 2030 scenario's ruimte zijn voor ca. 19.000 à 20.100 m² wvo supermarktaanbod en blijft er dus sprake van ondergemiddeld functioneren.

a Eind januari 2023 sloot Lidl haar vestiging in Cité, waardoor inmiddels beide supermarkten in de kelder van Cité zijn gesloten. Deze actuele ontwikkeling is nog niet meegenomen in de marktruimteberekeningen. Die supermarkten waren samen circa 3.140 m² wvo groot. Ook als daar rekening mee wordt gehouden, resulteert dit dus in een negatieve uitbreidingsruimte.

Indicatieve marktruimteberekening voor de supermarktsector in de gemeente Assen*

			Gemeente Assen		
			2025 (7,5% online)	**2030** (10% online)	**2030** (15% online)
a	Aantal inwoners in gemeente Assen		69.600	70.800	70.800
b	Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet), gecorrigeerd voor gemiddeld inkomen en verwachte ontwikkeling internet		€ 1.916	€ 1.865	€ 1.761
c	Koopkrachtbinding		96%	96%	96%
d	Verwachte winkelomzet verzorgingsgebied (excl. btw)	a * b * c	€ 128,0 mln.	€ 126,7 mln.	€ 119,7 mln.
e	Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevloeiing		12%	12%	12%
f	Totale winkelomzet (excl. btw)	d / (1 - e)	€ 145,5 mln.	€ 144,0 mln.	€ 136,0 mln.
g	Gemiddelde winkelomzet per m² wvo (excl. btw)		€ 8.078	€ 8.078	€ 8.078
h	Potentieel winkelaanbod	f / g	ca. 18.000 wvo	ca. 17.800 m² wvo	ca. 16.800 m² wvo
i	Huidig winkelaanbod		ca. 22.700 m² wvo	ca. 22.700 m² wvo	ca. 22.700 m² wvo
j	Huidige winkelomzet per m² wvo (excl. btw)	f / i	€ 6.410	€ 6.344	€ 5.992
k	Indicatie uitbreidingsruimte	h - i	ca. - 4.700 wvo	ca. - 4.900 m² wvo	ca. - 5.900

* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de publicatie van Retail Insiders (2021), 'Omzetkengetallen 2020 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

Gemeente Assen

dtnp

Visie op de detailhandelsstructuur gemeente Assen



Contactpersonen gemeente
De heer R. de Haan

Projectteam DTNP
De heer W. Frielink
De heer P. Bos

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