

Detailhandelsstructuurvisie 2020-2030

Gemeente Emmen

Nota van Uitgangspunten
Deel B – Bouwstenen
Februari 2021

SEINPOST
ADVIESBUREAU

Inhoud

Deel B: Bouwstenen en bijlagen **3**
Bouwsteen 1: Kaders en beleid 4
Bouwsteen 2: Ontwikkeling draagvlak 9
Bouwsteen 3: Detailhandel Emmen in beeld 13
Bouwsteen 4: Trends en ontwikkelingen 26
Bouwsteen 5: Factsheets winkelgebieden 33

Bijlagen **50**
Bijlage 1: Procesaanpak 51
Bijlage 2: Trends en ontwikkelingen 52

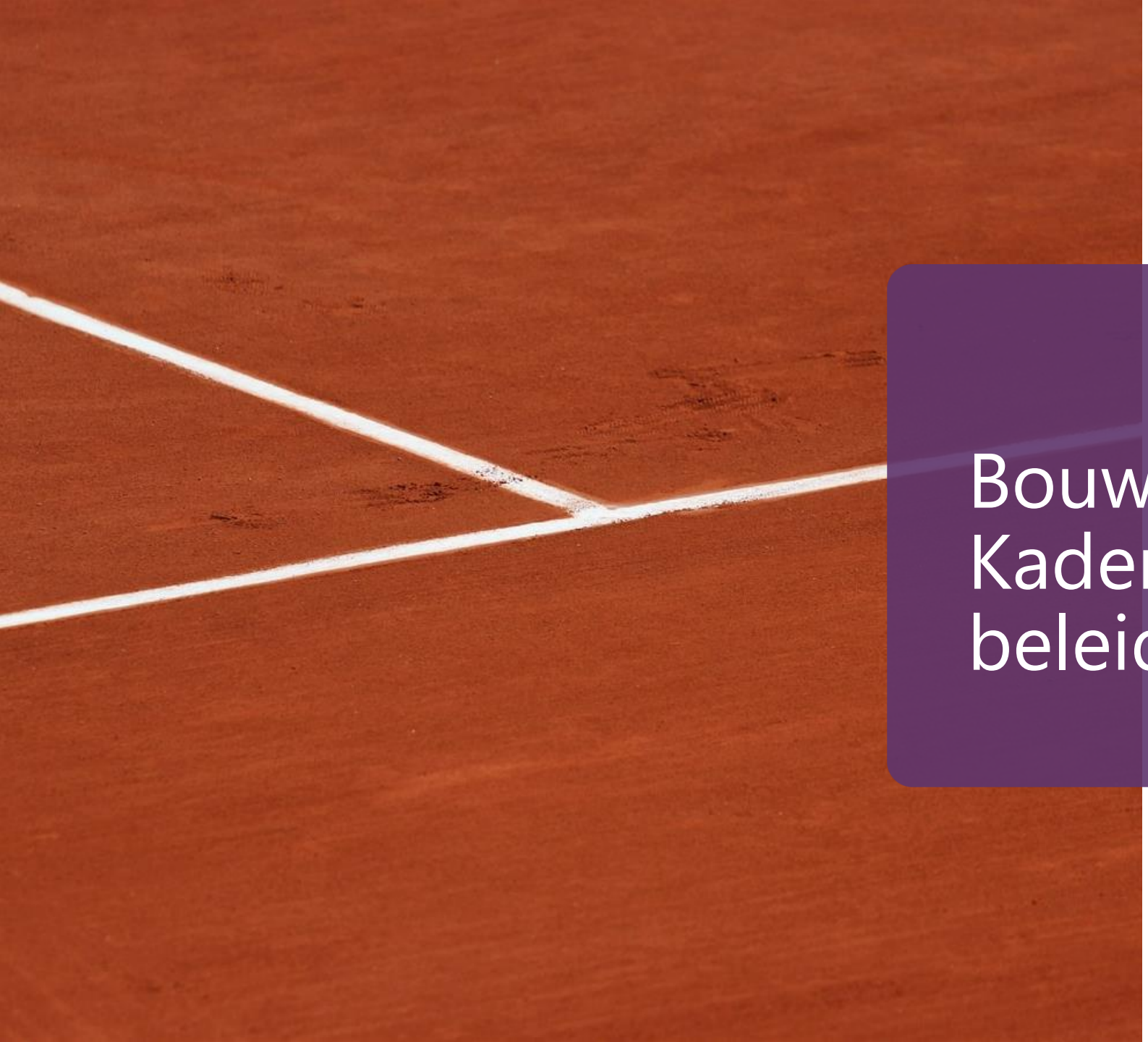


A

Deel A

Bouwstenen en bijlagen





Bouwsteen 1: Kaders en beleid

1.1 Samenvattende weergave detailhandelsbeleid 2011

	Emmen-centrum	Dorps- en wijkcentra	Nijbracht (PDV)	Meubel-boulevard (PDV)	Verspreid
Typering	Recreatief winkelen	Sterke clusters dagelijks en kernverzorgend	Grootschalige volumineuze goederen	Grootschalige volumineuze goederen	Divers
Type branchering	Dagelijks- en niet-dagelijks	Met name dagelijks (uitzondering Klazienaveen)	Doe het zelf, Tuin, Wonen, min. 1000m2 wvo	Alleen Meubelen min. 1000m2	Divers
Beleidskoers	Aantrekkelijker maken en compactiseren	Optimaliseren en evenwichtige spreiding	Versterken	Bij voorkeur samenvoegen Nijbracht	Bij voorkeur concentreren
Uitbreiding	Ja, binnen kernwinkelgebied	Wisselt, afh. van versterking boodschappenfunctie	Ja, volumineus / doelgericht	Nee, inzet is verplaatsing	Nee, alleen specifieke vormen als uitzondering

1.2 Provinciaal/lokaal beleid

Deze NvU past binnen de geldende provinciale en lokale beleidskaders- en programma's. In het bijzonder is er aandacht voor:

Retailagenda provincie Drenthe in verlengde van het provinciale beleid



Op 14 december 2016 is de Retailagenda Drenthe vastgesteld. In deze Retailagenda is verdere invulling gegeven aan de Nationale Retailagenda. In de basis is de Retailagenda Drenthe erop gericht om leegstand te verminderen, transformatie te faciliteren en compacte winkelgebieden te realiseren. Voor de gemeente Emmen zijn er verschillende regelingen beschikbaar om bovenstaand te realiseren. In 2019 is de Retailagenda geëvalueerd, waarbij enerzijds naar voren kwam dat de agenda succes heeft gehad in het creëren van urgentie, samenwerking en dynamiek in de sector. Anderzijds kwam duidelijk naar voren dat de opgave (met name voor de binnenstad van Emmen) nog altijd groot is. Goed ruimtelijk beleid, de gemeente in een faciliterende rol en het versterken van samenwerking blijken cruciale succesfactoren voor een vitaal winkellandschap.

De agenda sluit aan op de provinciale verordening Drenthe 2016. Deze hanteert de Ladder voor duurzame verstedelijking als uitgangspunt: '*Een ruimtelijk plan kan slechts in ruimtevragende ontwikkelingen voorzien op het gebied van woon-werklocaties, verblijfsrecreatie, detailhandel en infrastructuur indien uit het desbetreffende ruimtelijk plan blijkt dat dit op basis van de Ladder voor duurzame verstedelijking gerechtvaardigd is'*. Op basis van de ladder dient ingezet te worden op inbreiding van bestaande bebouwingsconcentraties in plaats van uitbreiding. Een ruimtelijk plan voorziet niet in nieuwe locaties voor detailhandel, voor zover deze ten koste gaan van het bestaande kernwinkelgebied. Voor perifere detailhandel op een werklocatie kan een uitzondering worden gemaakt op basis van een integrale visie op de (boven)lokale (of regionale) detailhandelsstructuur. Voor perifere detailhandel gelden provinciaal geen omvangsbeperkingen op de daartoe aangewezen bedrijventerreinen. Het ontbreken van een ondergrens qua maatvoering sluit aan op het landelijke beleid. .

Emmen Vernieuwt

Het huidige collegeprogramma 2018-2022 en de strategienota ‘Emmen 2030 ‘Dáár wil je zijn’ geven belangrijke richting aan de toekomst van Emmen. Het collegeprogramma gaat uit van een zestal thema’s (betrokken-, leefbare-, duurzame-, bereikbare-, sociale-, ondernemende-gemeente). Hierin komen onderwerpen als vestigingsklimaat, goede voorzieningen (op wijk- en buurtniveau), samenwerking en ondernemersklimaat helder naar voren. In het programma ‘Emmen Vernieuwt’ wordt middels programmatisch werken de ambitie kracht bijgezet, om zo de positie van Emmen als centrumstad voor de regio verder uit te bouwen. Hierin zijn legio aan doelstellingen opgenomen, welke ook van toepassing zijn op de detailhandel: Beleving van bewoners en bezoekers van het centrum verhogen, faciliteren van ondernemers en ontwikkelaars, gevarieerd aanbod van winkels en voorzieningen, bezoekersaantallen centrum verhogen, verblijfsduur bezoekers centrum verhogen en voldoende faciliteiten voor bewoners van het centrumgebied verzorgen.

Omgevingsvisie Emmen-centrum

In 2017 is de Omgevingsvisie Emmen-centrum vastgesteld. Deze omgevingsvisie vormt een belangrijk uitgangspunt voor de aanpak van de detailhandels-structuurvisie. De omgevingsvisie is het resultaat van actieve deelname en participatie vanuit de samenleving in aansluiting op de Omgevingswet, welke naar verwachting na 2021 wordt ingevoerd. Haar kernprincipes zoals participatie en aandacht voor de uitvoering staan centraal bij de herijking van deze detailhandelsstructuurvisie.

De omgevingsvisie richt zich wat betreft de detailhandel op het compacter maken van het kernwinkelgebied: Het m2 wvo moet van 75.000 m2 terug naar circa 50.000 m2. De leegstand (15% in 2017, eind 2019 18%) moet daarbij fors verlaagd worden. Een viertal subsidies vanuit het binnenstadsfonds kunnen worden aangewend om deze ambitie voor Emmen-centrum handen en voeten te geven. Het toevoegen van m2 detailhandel is in het centrum van Emmen niet mogelijk, tenzij het in het kernwinkelgebied is en bijdraagt aan het versterken van de attractiviteit van Emmen als winkelstad. Wonen in het centrum wordt aantrekkelijker gemaakt door ook ruimte te bieden voor ondersteunende functies (kinderopvang en supermarkt) in het centrum. Het verzorgen van een goede horecastructuur en evenementenprogramma draagt bij aan de aantrekkelijkheid van de stad en wordt beleidsmatig richting gegeven in de horecavisie (concept 2020) en beleidsregel evenementen tot 2024.



Ter aanvulling op eerdergenoemde kaders vormen verschillend nationaal, regionaal en lokaal beleid de kaders waarbinnen deze detailhandelsstructuurvisie is opgesteld:

- Rapport bouwstenen detailhandel Emmen 2008
- Structuurvisie werklocaties Emmen 2020
- Woonvisie 2018-2023
- Omgevingsvisie Emmen centrum 2017
- Nota evenementen 2024
- Masterplan centrum Klazienaveen (2006)
- Structuurvisie Nieuw-Amsterdam/Veenoord (2013)
- Centrumontwikkeling Emmer-Compascuum (2018)
- Programma Emmen Vernieuwt
- Structuurvisie Centrumgebied Schoonebeek (2013)
- Transformatie Drenthe leegstandsonderzoek
- Retailagenda Drenthe 2016-2019
- Evaluatie Retailagenda Drenthe 2016-2019
- Noord-Nederland winkelleegstand en transformatie winkelpanden 2019 (1-2)
- Diverse koopstromenonderzoeken
- Horecavisie (concept 2020)



Bron: Omgevingsvisie Emmen Centrum



Bouwsteen 2: Ontwikkeling draagvlak

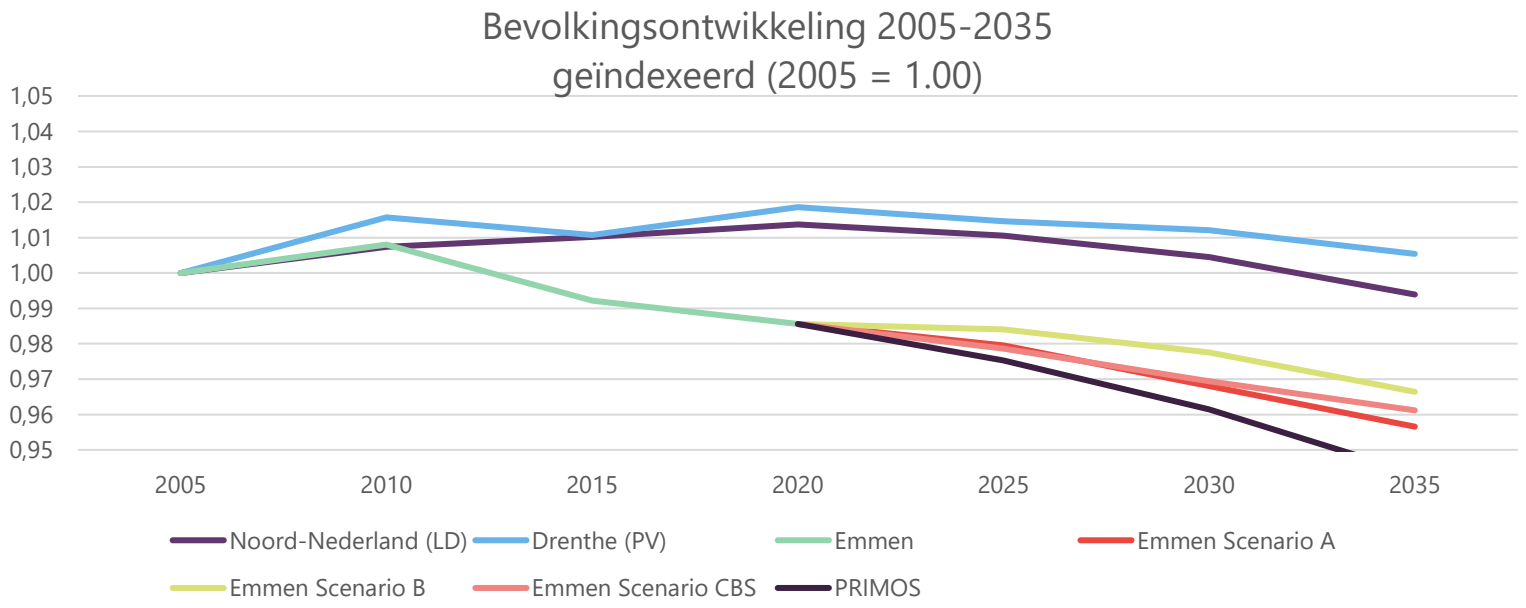
2.1 Inwonersaantal

Emmen heeft 107.000 inwoners, waarvan 56.500 in de kern Emmen

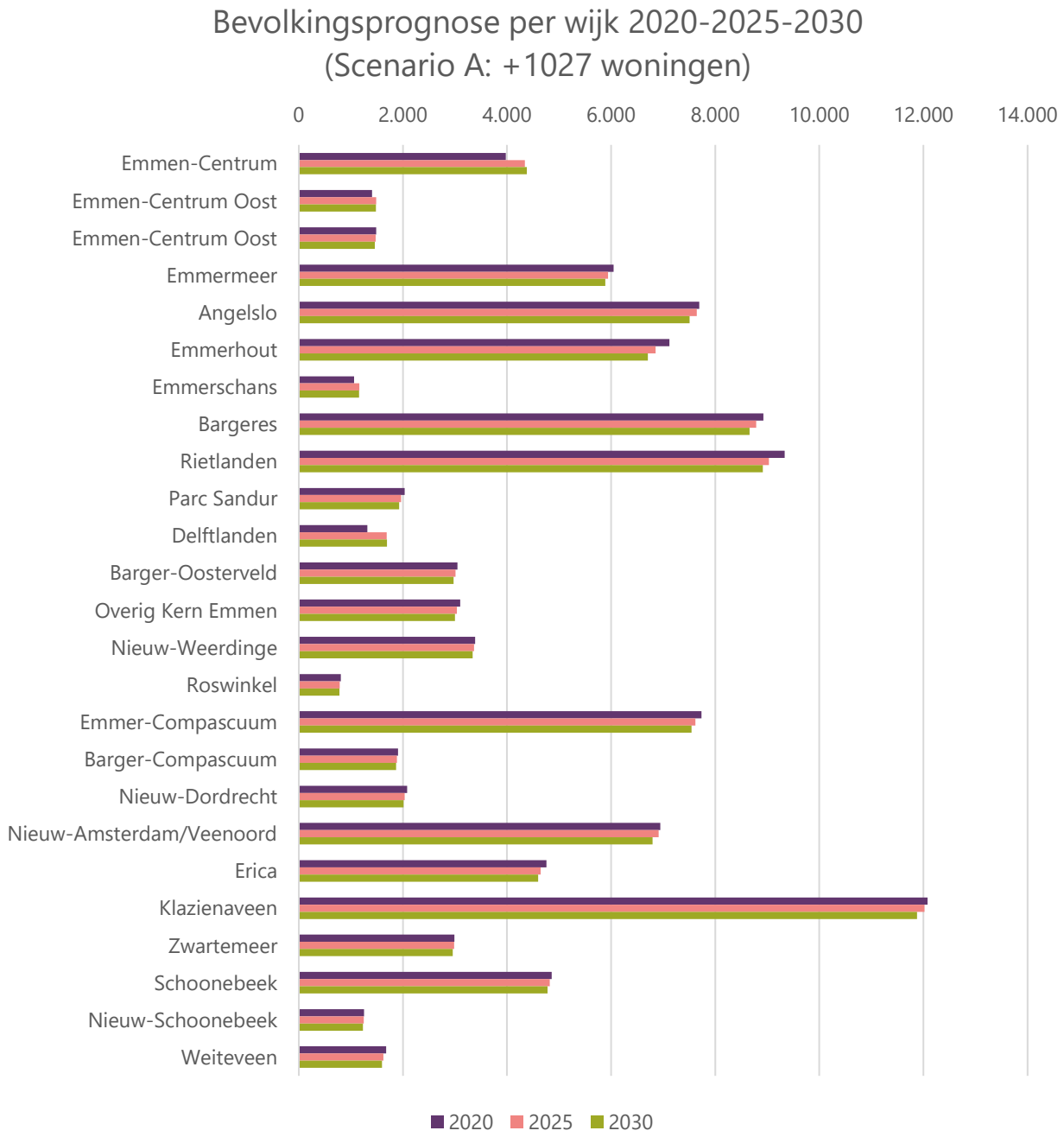
Emmen-kern beschikt vanzelfsprekend over het grootste aantal inwoners. Wat betreft ontwikkeling vindt er alleen enige groei plaats in het centrum en de nieuwbouwwijk Delftlanden. Voor wijken als Emmerhout, Bargeres, Rietlanden en Angelslo wordt een afname van inwoners verwacht. De dorpskernen lopen qua inwoneraantallen iets terug, in sommige gevallen blijft het aantal stabiel.

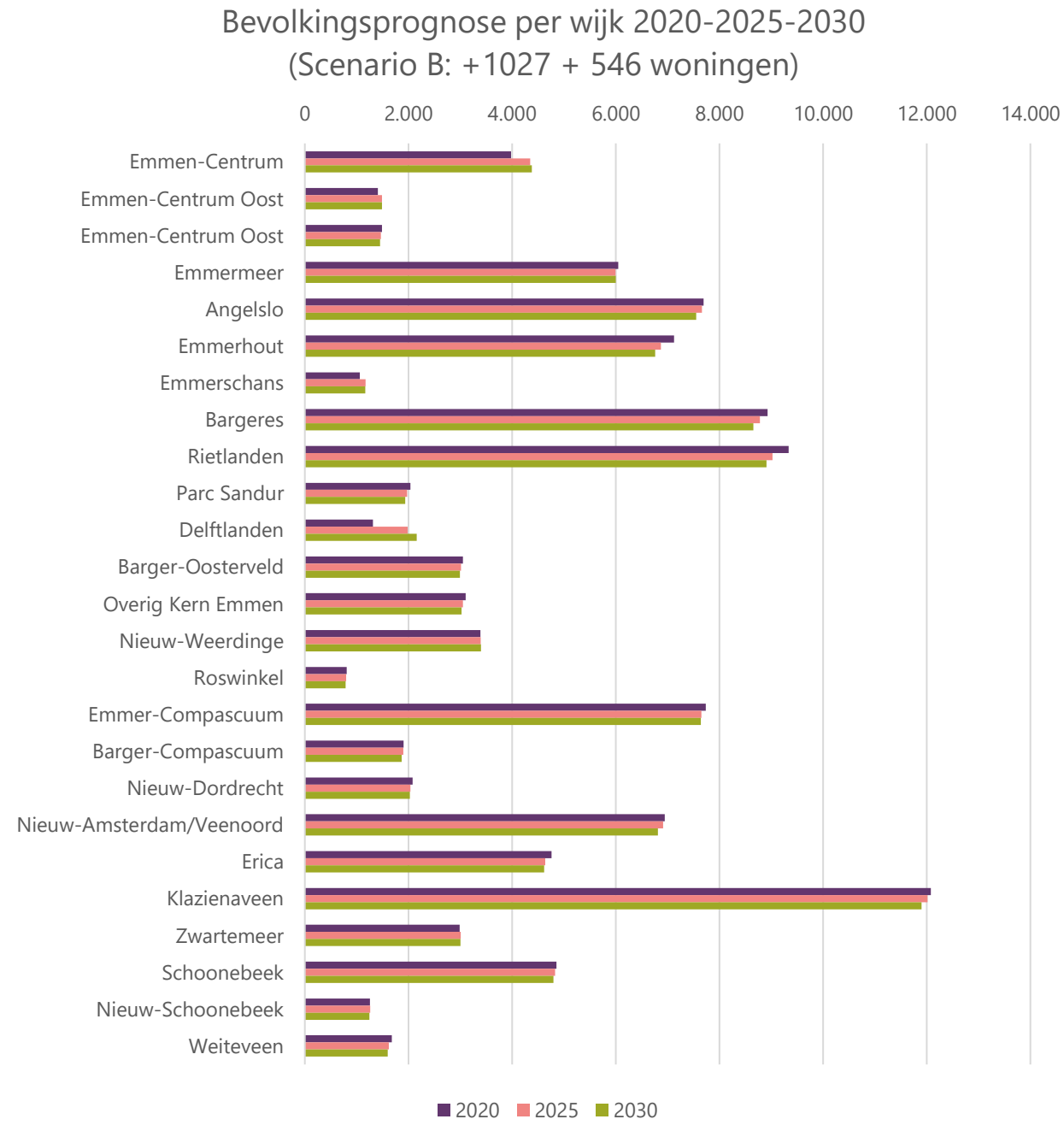
Inwoneraantal en dus ook het draagvlak loopt terug

Kijkend naar de bevolkingsontwikkeling in Emmen en omgeving is de volgende ontwikkeling gaande[1]. Na een periode van groei neemt het aantal inwoners in Emmen sinds 2010 af. Het inwoneraantal loopt met circa 1.000 inwoners per vijf jaar af. Dit is niet in lijn met de ontwikkeling in Noord-Nederland als geheel en in Drenthe, zie de figuur. Per wijk staan de prognoses in de figuren daarna. De cijfers geven een indicatie omdat van jaar op jaar de werkelijke ontwikkeling zal afwijken.



1 *Deze ontwikkeling is geïndexeerd (2005 = 1.00) met als meetmoment januari van ieder jaar (CBS, 2020). Scenario A en B gebaseerd op de gemeentelijke prognoses en zijn op de volgende pagina visueel weergegeven.*


Bevolkingsprognose per wijk 2020-2025-2030
(Scenario A: +1027 woningen)
0
2.000
4.000
6.000
8.000
10.000
12.000
14.000
Emmen-Centrum
Emmen-Centrum Oost
Emmen-Centrum Oost
Emmermeer
Angelslo
Emmerhout
Emmerschans
Bargeres
Rietlanden
Parc Sandur
Delftlanden
Barger-Oosterveld
Overig Kern Emmen
Nieuw-Weerdinge
Roswinkel
Emmer-Compascuum
Barger-Compascuum
Nieuw-Dordrecht
Nieuw-Amsterdam/Veenoord
Erica
Klazienaveen
Zwartemeer
Schoonebeek
Nieuw-Schoonebeek
Weiteveen
2020
2025
2030


Bevolkingsprognose per wijk 2020-2025-2030
(Scenario B: +1027 + 546 woningen)
0
2.000
4.000
6.000
8.000
10.000
12.000
14.000
Emmen-Centrum
Emmen-Centrum Oost
Emmen-Centrum Oost
Emmermeer
Angelslo
Emmerhout
Emmerschans
Bargeres
Rietlanden
Parc Sandur
Delftlanden
Barger-Oosterveld
Overig Kern Emmen
Nieuw-Weerdinge
Roswinkel
Emmer-Compascuum
Barger-Compascuum
Nieuw-Dordrecht
Nieuw-Amsterdam/Veenoord
Erica
Klazienaveen
Zwartemeer
Schoonebeek
Nieuw-Schoonebeek
Weiteveen
2020
2025
2030

Emmen moet haar positie als centrumstad van een krimpregio zien te versterken

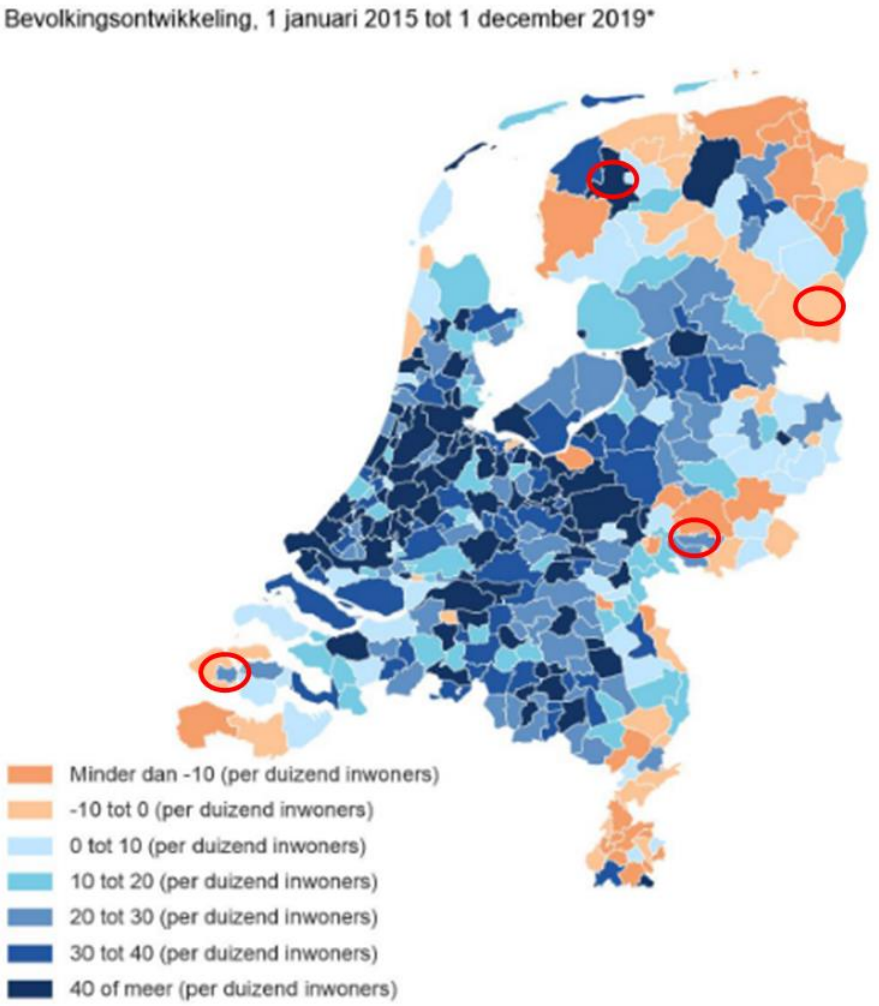
Emmen is gelegen in een krimpregio, zoals de figuur rechts laat zien. De figuur rechts geeft ook nog een ander belangrijk inzicht. Als centrumstad in een krimpgebied is de verwachting dat de kern Emmen een aanzuigende functie heeft op de regio. Dit is echter (zoals uit de ontwikkeling van de inwoneraantallen blijkt) niet het geval. In tegenstelling tot centrumsteden in andere krimpregio's zoals Leeuwarden (Friesland), Middelburg (Zeeland) en Doetinchem (Achterhoek) loopt het inwoneraantal in de gemeente en de kern Emmen terug.

Lager inkomen en demografische druk versterken druk op draagvlak

Emmen heeft relatief een lager inkomen t.o.v. het Nederlands gemiddelde (87% geïndexeerd). Daarnaast is er sprake van een sterke vergrijzing in Emmen. Zo is het aantal 65+'ers 4% hoger dan het landelijk gemiddelde, terwijl het aantal 25-44 jarigen (de motor van de economie) circa 4% lager is. Dit zorgt voor relatief lagere winkelbestedingen (zie figuur).

Toerisme en ontwikkeling als werk-, onderwijs- en voorzieningenstad bieden kansen

Emmen kent een omvangrijke recreatie- en toerismesector. Dit is mede te danken aan WILDLANDS, recreatiepark Sandur, de toeristische aantrekkingskracht van Drenthe en het uitgebreide aanbod aan leisure- en zorgvoorzieningen. Vooral de binnenstad van Emmen kan profiteren van de toeristische groeimarkt. Met name de verblijfsmarkt (maar ook dagbezoeken uit o.a. Duitsland) is hierbij interessant. Emmen heeft hierop dan ook groeiambities. Aanvullend kan de ontwikkeling van Emmen als werk-, onderwijs- en voorzieningenstad kansen bieden voor extra draagvlak. Het versterken van onderwijs-, zorg-, en leisure-functies versterkt de aantrekkelijkheid van Emmen als centrumstad en vergroot hiermee op termijn het draagvlak.



Bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2019



Bouwsteen 3: Detailhandel Emmen in beeld

3.1 Opbouw detailhandelsstructuur

Binnen de detailhandelsstructuur worden de winkelgebieden opgedeeld in drie typen winkelgebieden. De indeling die in de gemeente Emmen gebruikt wordt is:

Recreatief winkelgebied (het hoofdwinkelgebied)

Dit is een compleet winkelgebied gericht op 'winkelen', ontspanning en vermaak. Horeca, evenementen in combinatie met het winkelaanbod maakt dat bezoekers hier langere tijd kunnen verblijven (vaak > 45 min). Deze centra hebben ook een functie voor frequente, dagelijkse aankopen door centrumbezoekers en -bewoners.

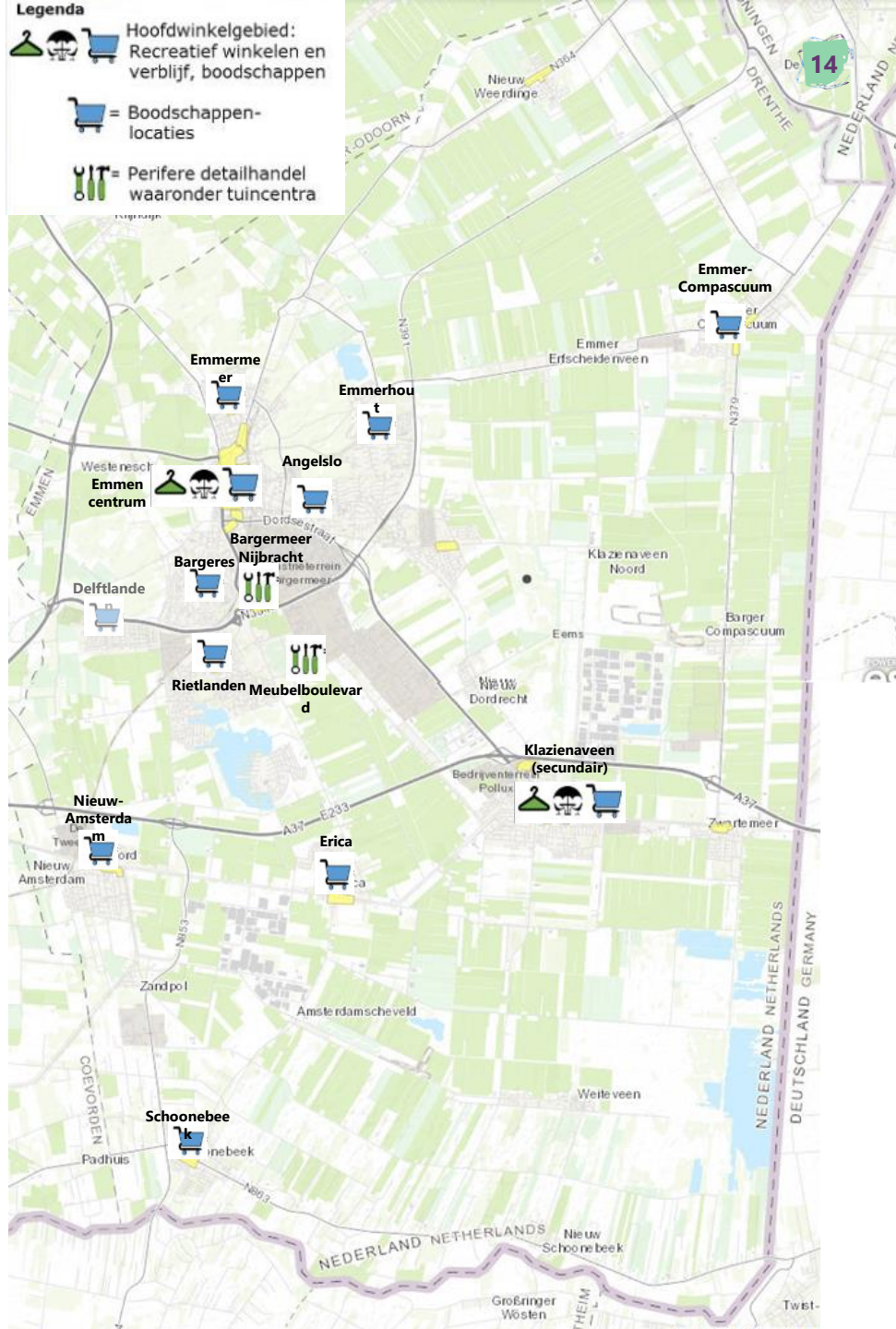
Ondersteunende winkelcentra: Dorpscentra (5) en Wijkcentra (5, op termijn 6)

Dit zijn idealiter complete winkelcentra wat betreft frequente aankopen. In het kader van de leefbaarheid is een goede spreiding gewenst. Naast deze aankopen vervullen ze een bredere centrumfunctie buiten de detailhandel. Er is onderscheid naar:

A. Dorpscentra[2] : Klazienaveen (secundair recreatief winkelgebied), Nieuw-Amsterdam, Emmer-Compascuum, Schoonebeek en Erica
B. Wijkcentra: Angelslo, Emmerhout, Emmermeer, Rietlanden, Bargeres, in toekomst mogelijk Delftlanden.

Doelgerichte, perifere winkelgebieden

Deze zijn gericht op volumineuze en doelgerichte aankopen. Hierbij valt te denken aan doe-het-zelfartikelen, woninginrichting, keukens / badkamers en tuinartikelen. Goede bereikbaarheid is hier belangrijk, daar waar sfeer minder een rol speelt. *2 centra: Nijbracht en Meubelboulevard.*



2 *Binnen de detailhandelsstructuur zijn de kernen meegenomen die beschikken over >1000m2 dagelijkse sector en > 20 verkooppunten in totaal.*







Circa 35% van de verkooppunten ligt verspreid

Het verspreide aanbod ligt buiten bovengenoemde winkelgebieden. Circa 35% van de verkooppunten valt onder verspreide detailhandel. Hieronder valt Wilhelminastraat-Zuid, Noordbargerstraat, Weerdingerstraat-Noord / Autorama, de kleinere kernen en verspreide detailhandelslocaties als Pollux, Parc Sandur, Nieuw-Weerdinge en enkele supermarktlocaties.

In verband met het behoud van leefbaarheid in kleine kernen is extra aandacht voor verspreid aanbod in het dagelijkse segment noodzakelijk (denk aan dagelijks aanbod in Zwartemeer, Nieuw-Dordrecht, Barger-Compascuum en Weiteveen). Hiermee kan de leefbaarheid behouden blijven.

3.2 Ontwikkeling detailhandel per type winkelgebied

Gemeentebreed

Toegenomen leegstand in gemeente Emmen

De ontwikkeling van het detailhandelsaanbod (verkooppunten) in gemeente Emmen is inzichtelijk gemaakt in de tabel rechts. Hieruit komt naar voren dat de leegstand (in verkooppunten) op gemeentelijk niveau is toegenomen met 2% en anno 2020 circa 31.000 m2 bedraagt. Hierbij is het aanbod mode & luxe sterk afgenomen in verkooppunten. Ook Vrije Tijd en In/Om Huis is afgenomen.

Aandeel horeca neemt toe. Aandeel detailhandel loopt terug

Anderzijds is er een sterke toename te zien in aantal verkooppunten voor de sector Leisure. Het aantal verkooppunten Diensten loopt terug. Zowel Leisure als Diensten vallen niet onder detailhandel specifiek. Het merendeel van de Leisure is horeca. De horeca kent een eigen dynamiek en er ligt dan ook een opgave om de bezoeker (mede door een aantrekkelijk horeca-aanbod) te binden aan bijvoorbeeld het centrum, waarvan ook de detailhandel profiteert. De (concept-)horecavisie geeft een richtinggevend kader hiervoor. Per saldo staat de detailhandelsfunctie onder druk. Het aandeel detailhandel t.o.v. de sectoren Leisure en Diensten is afgenomen en de leegstand is toegenomen. Dit beeld blijkt ook uit de werkgelegenheid 2015-2019: in detailhandel -16%, in horeca +7% (bron Koopstromenonderzoek).

TOTAALAANBOD GEMEENTE EMMEN	2019		T.O.V. 2008	
	WVO	VKP	VKP 2008	VERSCHIL
00-LEEGSTAND	31.419	148 (11%)	122 (9%)	+26 (+2%)
11-DAGELIJKS	49.876	181	189	-8
22-MODE & LUXE	49.567	190	245	-55
35-VRIJE TIJD	8.625	42	66	-24
37-IN/OM HUIS	135.710	212	232	-20
38-DETAILH OVERIG	11.735	38	35	+3
59-LEISURE	40.160	304	264	+40
65-DIENSTEN	12.631	234	254	-20
EINDTOTAAL	339.723	1.349	1.285	+64

3 *Vanwege een aangepaste meetmethode is het enkel mogelijk om enkel verkooppunten te vergelijken met 2008*

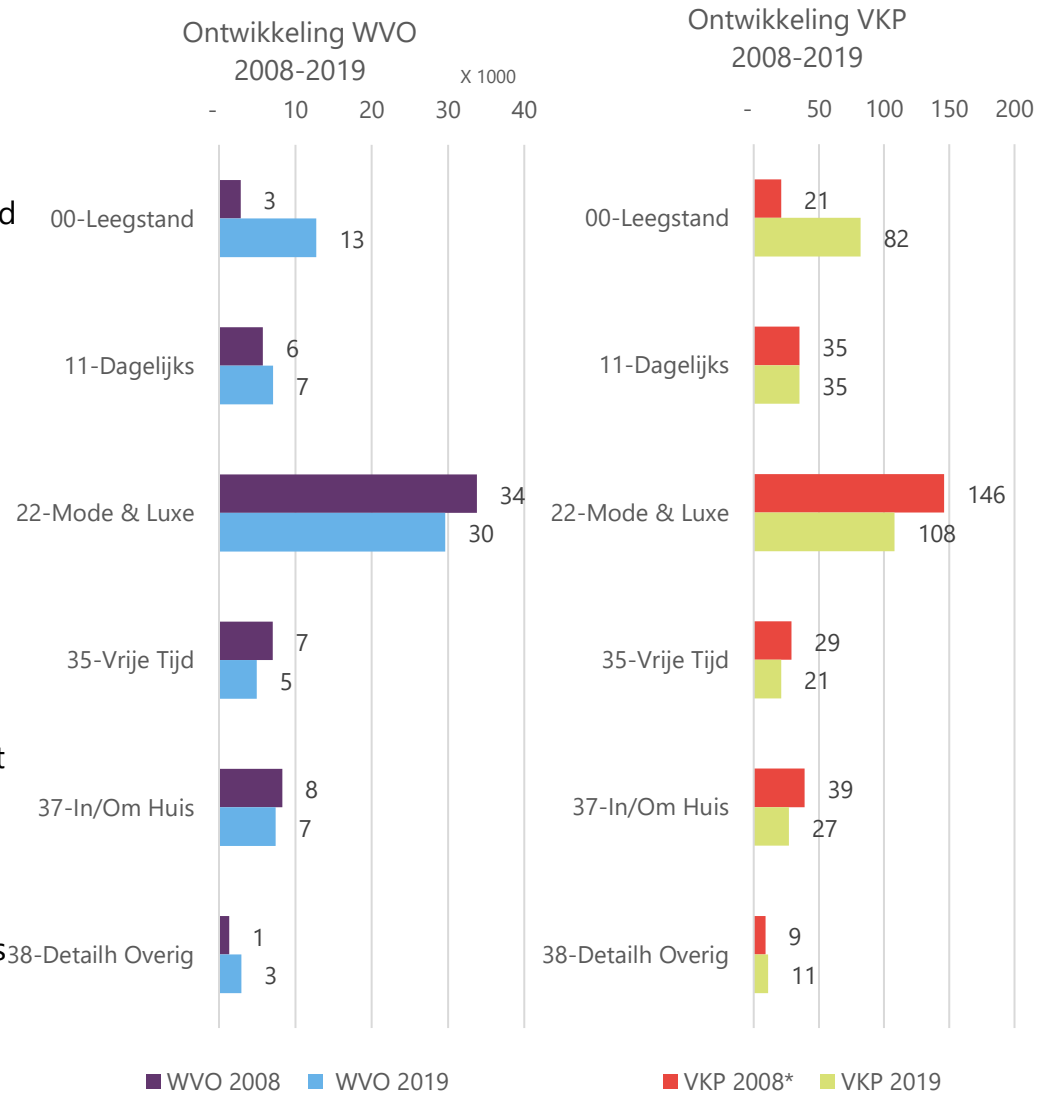
Recreatief winkelgebied: Emmen-centrum

Toename leegstand en afname aantal passanten

De afgelopen jaren heeft het centrum diverse veranderingen ondergaan, wat betreft bereikbaarheid, parkeren, aanbod en beleving. Over de periode 2008-2019 is de leegstand met bijna 10.000 m2 wvo enorm toegenomen[4]. Het aanbod Mode & Luxe is sterk afgenomen, zowel qua oppervlakte (o.a. V&D) als verkooppunten. Het gemeten aantal centrumbezoekers is gedaald van 169.800 (2010) naar 106.800[5]. Landelijk kan de vergelijking gemaakt worden met de passanten op het drukste punt: - 21%. in Emmen is de daling -45%: mogelijk veroorzaakt door veranderde passantenstromen omdat de dierentuin verhuisd is. De omzet over de periode 2015-2019 is wel gestegen (bron: Koopstromenonderzoeken).

Ruimtelijk functionele structuur en belevingswaarde zijn aandachtspunten

Emmen kent een tweedeling in het kernwinkelgebied. De noordzijde is het historische, dorpse deel, de zuidzijde het planmatige (overdekte) deel. Het Marktplein ligt centraal, het Raadhuisplein is nieuw toegevoegd. Met uitzondering van deze (groene) pleinen blijft de belevingswaarde in de winkelstraten achter. In Noord moet de openbare ruimte nog aangepakt worden. In zuid zijn (half) lege passages of tijdelijke invullingen niet te vermijden. Nieuwe winkels in de Westerstraat sluiten niet aan op het gewenste circuit. In bereikbaarheid en parkeren is fors geïnvesteerd, naast natuurlijk WILDLANDS en het Atlas Theater. De Weekmarkt op vrijdag is een begrip in de regio, daarnaast worden in het centrum nog meer evenementen georganiseerd.



4 *Correctie 2008: Wilhelminastraat wordt in 2019 niet meer als kernwinkelgebied Emmen-centrum gerekend*
5 *Locatus winkelpassantentellingen*

Ondersteunende centra

Emmen beschikt over een goede spreiding dagelijkse voorzieningen

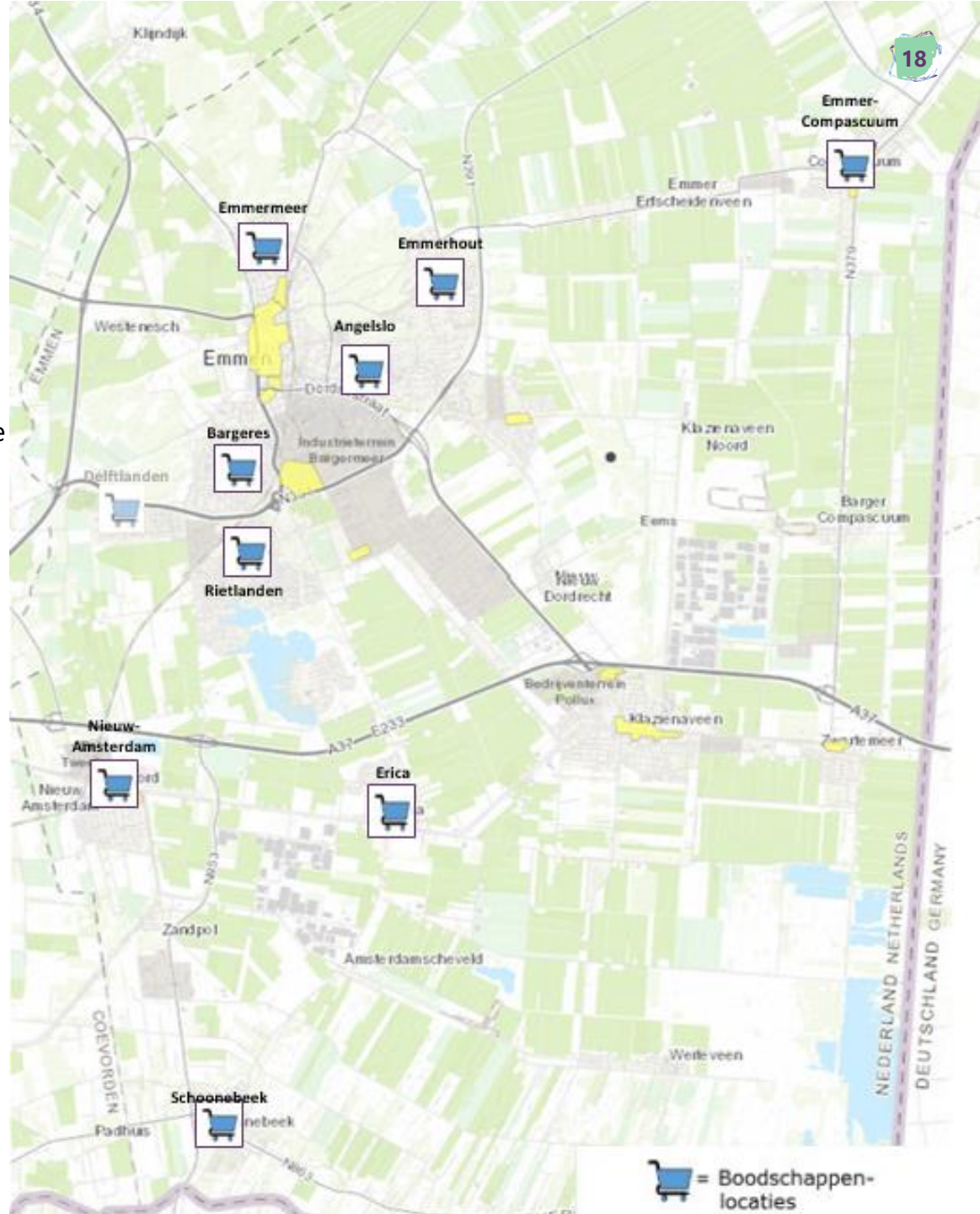
Deze type centra vervullen een ondersteunende rol en een dorps/wijkfunctie voor de dagelijkse boodschappen. In de verschillende dorps- en wijkcentra wordt in deze functie voorzien. Voor de wijkcentra geldt dat er een gezonde onderlinge concurrentie plaatsvindt (bijvoorbeeld tussen Angelslo en Emmerhout). Met name voor dorpscentra geldt dat, behalve de boodschappen, ook overige centrum-functies (zorg, diensten, ambulant, horeca e.d.) belangrijk zijn voor het dorpshart.

Klazienaveen als secundair recreatief winkelgebied doet het relatief goed

Klazienaveen is het grootste dorp. Zij neemt een sterke concurrentiepositie in ten opzichte van Emmen-centrum. Goede bereikbaarheid (gratis parkeren), een ruim aanbod en investeringen in de ruimtelijke kwaliteit zorgen ervoor dat consumenten in Klazienaveen een boodschappen-plus bezoek brengen (weekmarkt op zaterdag). Leegstand vraagt toenemende aandacht.

Merendeel ondersteunende centra zijn sterk en up-to-date

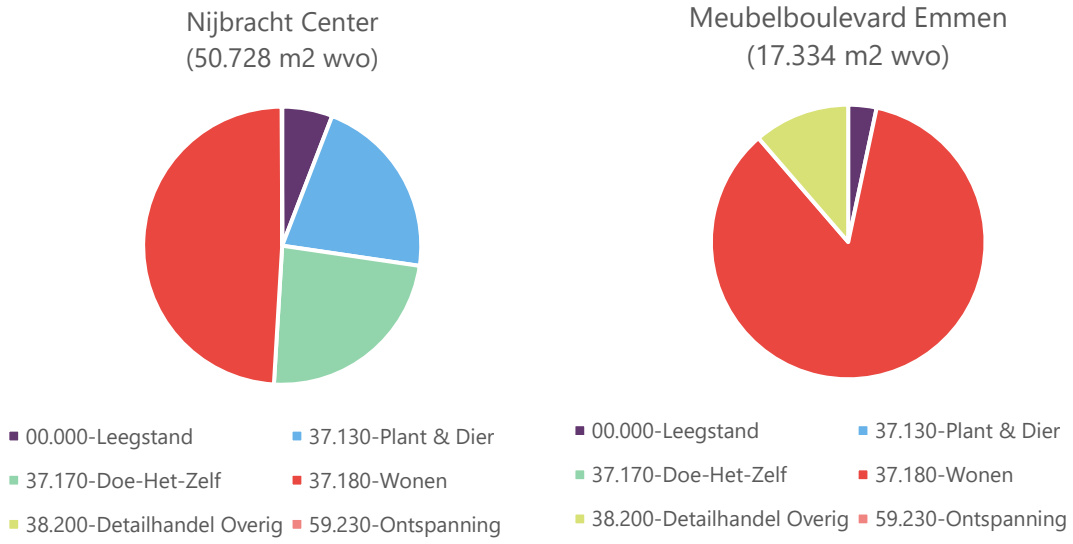
In de factsheets is per winkelgebied de kwaliteit nader in beeld gebracht. Over de gehele linie zien we dat ondersteunende centra sterk en up-to-date zijn. Dit houdt in dat de bereikbaarheid en ruimtelijke kwaliteit op orde is en sprake is van een gezonde marktwerking. De toekomstbestendigheid van de centra mag echter niet uit het oog worden verloren. Voor enkele centra (zoals Emmermeer of Bargeres) geldt dat er sprake is van structurele leegstand. Het up-to-date houden van de ondersteunende centra vraagt om maatwerk per centrum.



Doelgerichte winkelgebieden

Twee doelgerichte winkelgebieden met een verschillend profiel en ruim aanbod

Twee PDV-locaties zijn opgenomen in de detailhandelsstructuur: Nijbracht Center en Meubelboulevard. Pollux Klazienaveen is een kleinere concentratie (6.345 m2 wvo) en behoort tot het verspreide aanbod. Nijbracht Center en Meubelboulevard liggen op enige afstand van elkaar en hebben duidelijk een verschillend profiel qua branchering en propositie. Nijbracht Center wordt gezien als een reguliere PDV-locatie. Het aanbod is breed en divers en onsamenhangend qua ruimtelijke opzet en uitstraling. De samenwerking is beperkt. In 2020 is een deel van de leegstand opgevuld met leisurefuncties (Urban Jump-square en Soccer Plaza). De Meubelboulevard is een concentratie met een duidelijke vergelijkend woonwinkel-profiel voor de grotere aankopen in de woninginrichting. De concentratie beperkt zich tot de hoofdbranche Wonen (Slaapkamer/Bedden; Keukens en Meubelen). Daarnaast is er een kringloopwinkel gevestigd. Deze heeft weinig meerwaarde voor het profiel. Op de meubelboulevard is sprake van goede samenwerking en gezamenlijke promotie.



Figuur: Branchering PDV-locaties. Mutaties Jumpsquare en Soccer Centre (Ontspanning) zijn van 2020 en derhalve niet opgenomen in de cijfers die eind 2019 geïnventariseerd zijn. Metrage leegstand is in werkelijkheid lager.



Hierbij is gekozen voor Assen, Deventer, Doetinchem en Venlo

3.3 Benchmark

Door het huidige aanbod in beeld te krijgen, wordt inzichtelijk hoe het detailhandelsaanbod verspreid is, zowel ruimtelijk als binnen de verschillende branches. Door dit aanbod in perspectief te plaatsen met behulp van een benchmark, wordt een goede indruk verkregen hoe het aanbod detailhandel in Emmen zich verhoudt tot vergelijkbare gemeenten en steden. Het metrage aan detailhandel (inclusief horeca) wordt in deze paragraaf vergeleken met vergelijkbare gemeenten.

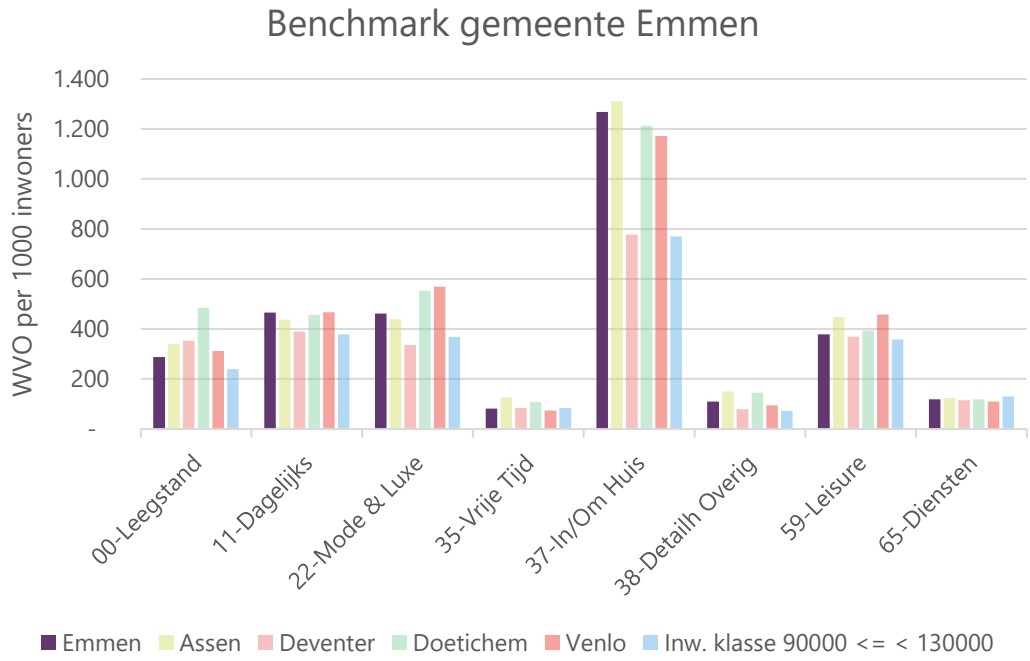
De selectie van benchmarkgemeenten vond plaats op basis van het profiel, opgebouwd uit het verzorgingsgebied, de regionale ligging en het inwoneraantal, en de structuur en het voorzieningenniveau. Hierbij is gekozen voor Assen, Deventer, Doetinchem en Venlo. Aanvullend is het landelijk gemiddelde wvo van gemeenten tussen de 90.000 – 120.000 inwoners toegevoegd. Tenslotte worden de winkelgebieden Emmen-centrum en Klazienaveen nader in beeld gebracht.

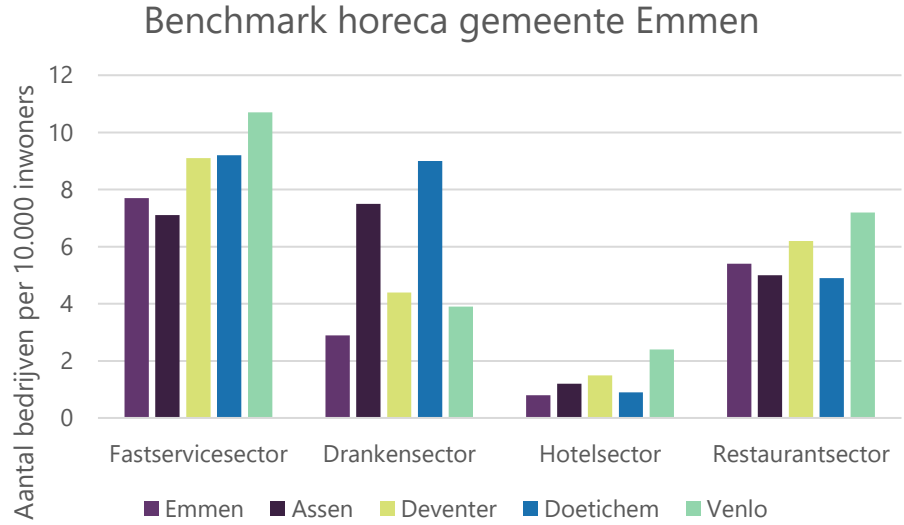
Gemeente Emmen heeft bovengemiddeld aantal WVO

Qua profiel is gemeente Emmen sterk vergelijkbaar met de gemeenten Venlo en Assen. De groepen Dagelijks, Mode & Luxe en In/Om Huis zijn relatief sterk vertegenwoordigd. Met name het aanbod In/Om Huis is erg omvangrijk. Op het gebied van Vrije Tijd blijft Emmen achter. Het metrage leegstand is aan de hoge kant, zeker in vergelijking met het landelijk gemiddelde.

Horeca geen heilige graal voor aanpak leegstand

Binnen Leisure is horeca de belangrijkste hoofdbranche voor winkelgebieden. Kijkend naar het aanbod (bijgaande figuur) zien we dat het aantal horecabedrijven binnen de gemeente per 10.000 inwoners achterblijft op de benchmarkgemeenten: namelijk in de dranken- en de hotelsector. Van Spronsen[6] concludeert dat horeca te gemakkelijk als dé oplossing wordt gezien voor de aanpak van leegstand, zeker in tijden van hoogconjunctuur. Dit zorgt voor risico op toekomstige leegstand en verschraling van de horeca door overaanbod. Dit beïnvloedt de investeringsmogelijkheden van ondernemingen. De ontwikkeling van horeca dient in samenhang gezien te worden met die van de winkelgebieden en de detailhandel. Deze dienen elkaar te versterken.





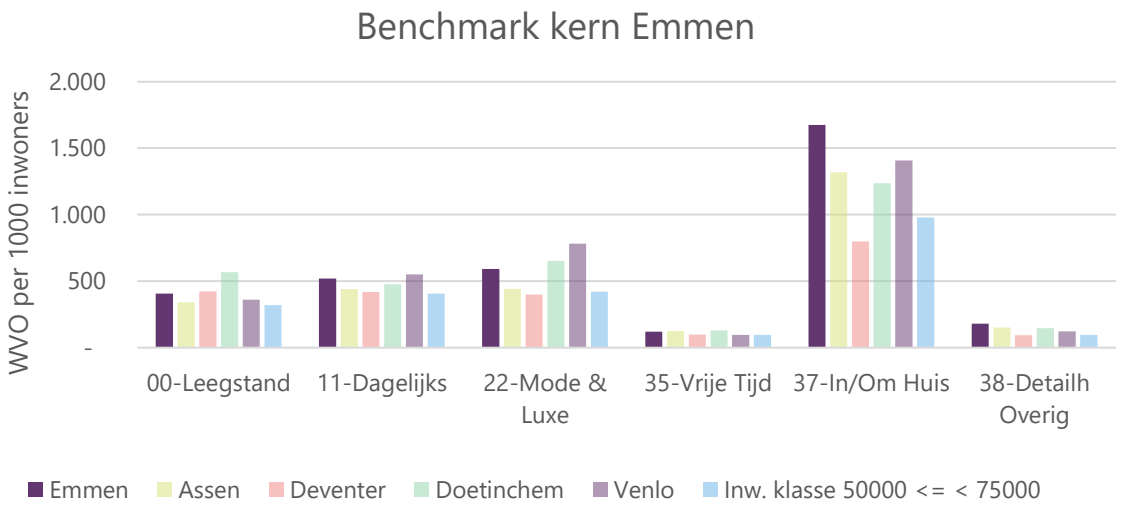
6 *Concept-horecavisie*

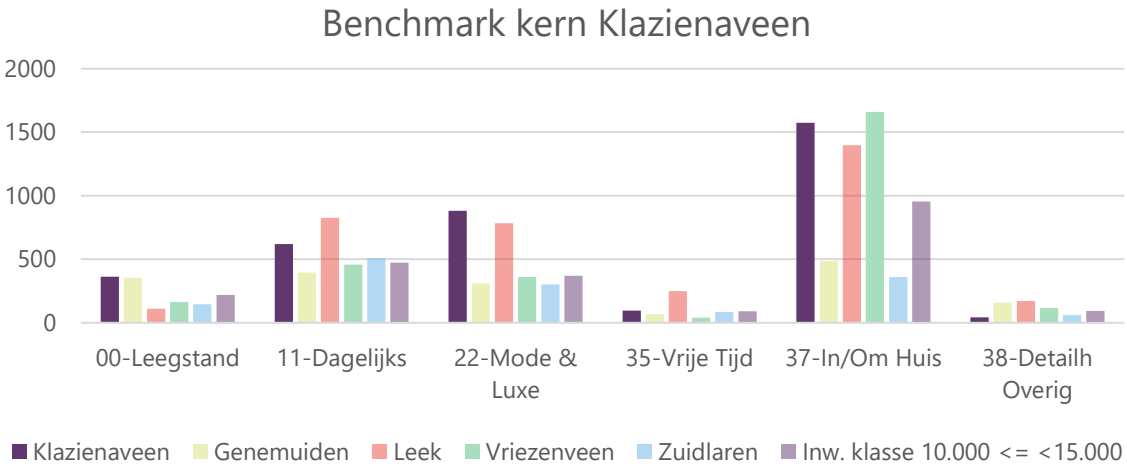
De kern Emmen beschikt over een relatief groot metrage WVO

De benchmark voor Emmen laat logischerwijs een vergelijkbaar beeld zien als de benchmark op gemeentelijk niveau. Desondanks valt een aantal zaken op. Emmen steekt er (samen met Venlo en Doetinchem) bij vrijwel alle groepen bovenuit, zeker vergeleken met het landelijke gemiddelde van vergelijkbare steden qua inwoners. Dit geldt helaas ook voor de leegstand. De leegstand in de gemeente concentreert zich dus vooral in de kern Emmen zelf. Ook het aanbod Dagelijks, Mode & Luxe, In/Om Huis is relatief ruim. Kijkend naar de benchmark valt niet anders te concluderen dat Emmen-centrum wat betreft metrage detailhandel ruim in z'n jasje zit.

Klazienaveen heeft een zeer ruim Mode & Luxe aanbod

Klazienaveen vormt als (secundair) recreatief winkelgebied een bijzondere kern binnen de detailhandelsstructuur in Emmen. Mede door de bouw van de 'schepen', haar bereikbaarheid vanuit de regio en het uitgebreide aanbod is Klazienaveen een alternatieve koopbestemming ten opzichte van Emmen-centrum. De benchmark met vergelijkbare kernen (inwoneraantal, ligging t.o.v. een primair winkelgebied) bevestigt dat het aanbod in Klazienaveen omvangrijk is. Dit geldt voor Dagelijks, Mode & Luxe, In/Om Huis (o.a. Pollux), maar ook de leegstand is omvangrijk. Vooral het oppervlak Mode & Luxe en Leegstand schieten er bovenuit. Het aanbod Mode & Luxe laat zien dat Klazienaveen een bovenlokale verzorgingsfunctie vervult. De leegstand is een indicatie dat het beschikbare wvo detailhandel aan de hoge kant is.





3.4 Koopstromen

Van de gemeente Emmen zijn van 2010, 2015 en 2019 koopstroomgegevens bekend vanuit de regionale koopstroomonderzoeken Oost-Nederland. De cijfers zijn beschikbaar voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector, en binnen de gemeente voor de grootste kernen en winkelgebieden.

- **Dagelijkse sector**: de binding is 88%, en de toevloeiing 10%. Dat de binding niet hoger ligt heeft te maken met de uitgestrektheid van het grondgebied van de gemeente. Hierdoor is er enige afvloeiing vanuit haar randen naar Ter Apel en Coevorden. 10% van de dagelijkse omzet is te danken aan klanten van Emmen.
- **Niet-dagelijkse sector:** hier ligt de koopkrachtbinding wel op een redelijk maximaal niveau met 85%. Er is enige afvloeiing naar Coevorden, Groningen, Zwolle. De laatste twee zijn echte winkelsteden. Coevorden ligt voor het zuidwestelijke deel van de gemeente Emmen relatief dichtbij. De toevloeiing bedraagt 29%. Deze bovenregionale verzorgingsfunctie is bescheiden maar sinds 2005 niet heel veel veranderd:
    - 25% toevloeiing uit de grensgemeenten, 4% dankzij toerisme incl. Duitsland.
    - 32% toevloeiing bij Mode & Luxe
    - 24% bij In/Om Huis (Meubelboulevard kent 40% toevloeiing).
- **Afvloeiing online in gemeente:** die is 2% in de dagelijkse sector, en 19% in de niet-dagelijkse sector. In Oost-Nederland liggen deze cijfers op 2% en 21%. Het beeld van Emmen wijkt dus weinig af. Het aandeel online is in de loop der jaren flink gegroeid. De cijfers van 2015 en 2019 zijn niet helemaal hetzelfde (2015 exclusief en 2019 inclusief toerisme). De afvloeiing naar online was in 2015 1% in de dagelijkse sector (2010 0%) en 10% in de niet-dagelijkse sector (2010 6%). Aan de cijfers is te zien dat de marktaandelen online geleidelijk blijven groeien.



3.5 Distributieve verkenning

Dagelijkse sector: Geen marktruimte

De norm in Oost-Nederland ligt 10-15% onder het landelijke gemiddelde. In de gemeente Emmen functioneert de sector onder de regionale norm. Deze conclusie blijkt uit de linkse cijferkolom in de tabel. Dit geldt voor alle deelgebieden in de gemeente. Alleen in Klazienaveen scoort de sector rond de norm in Oost-Nederland.
Voor de sector in het geheel geldt dat marktruimte om aanbod uit te breiden ontbreekt. De algemene conclusie is dat er ingezet moet worden op verplaatsing of hooguit uitbreiding van bestaand aanbod: en geen nieuw aanbod, met name de supermarkten. Op kern- of wijkniveau kan het beeld afwijken als aangetoond wordt dat het aanbod beter functioneert of gaat functioneren dan op dit moment.

Niet-dagelijkse sector: Marktruimte afhankelijk van branche

Op gemeenteniveau scoort de sector rond de regionale norm. De landelijke norm is in Oost-Nederland 20% naar beneden bijgesteld. Dat Emmen rond het regionale gemiddelde scoort blijkt uit de bijgaande tabel. Het centrum van Emmen scoort de hoogste omzet per m2 wvo. In dit soort centrumgebieden is het gebruikelijk dat de omzet per m2 wvo hoger ligt vanwege het hoge aandeel Mode & Luxe en Vrije Tijd: de branches met een hogere omzet per m2 wvo. Gezien leegstand, trends en de branches met krimp is er geen sprake van uitbreidingsruimte. De laagste omzetten per m2 wvo gelden voor de perifere detailhandelsclusters Nijbracht en Meubelboulevard en het verspreide aanbod. Dat ligt redelijk rond de norm voor perifere detailhandel. Op Nijbracht moet rekening gehouden worden met het relatief ruime aanbod tuincentra met een lage omzet per m2 wvo. Hooguit voor uitzonderlijke (groei)branches (bijv. fiets) is er sprake van uitbreidingsruimte.

OMZET PER M2 WVO INCL. BTW	DAGELIJKS	NIET-DAGELIJKS
GEMEENTE EMMEN	€ 5.873	€ 1.473
KERN EMMEN	€ 5.833	€ 1.611
CENTRUM EMMEN	€ 5.622	€ 2.938
NIJBRACHT (PERIFERE DETAILHANDEL)		€ 707
MEUBELBOULEVARD (PERIFERE DETAILHANDEL)		€ 1.133
OVERIG EMMEN	€ 5.902	€ 1.117
KLAZIENAVEEN	€ 7.377	€ 1.314
CENTRUM KLAZIENAVEEN	€ 7.289	€ 1.645
OVERIG KLAZIENAVEEN		€ 845
OVERIG GEMEENTE EMMEN	€ 5.048	€ 955
NORMEN OOST-NEDERLAND		
SECTORNIVEAU	€ 7.300	€ 1.590
NORM CENTRUMGEBIED EMMEN		€ 2.500-3.000
NORM PERIFERE DETAILHANDEL EMMEN		€ 1.000

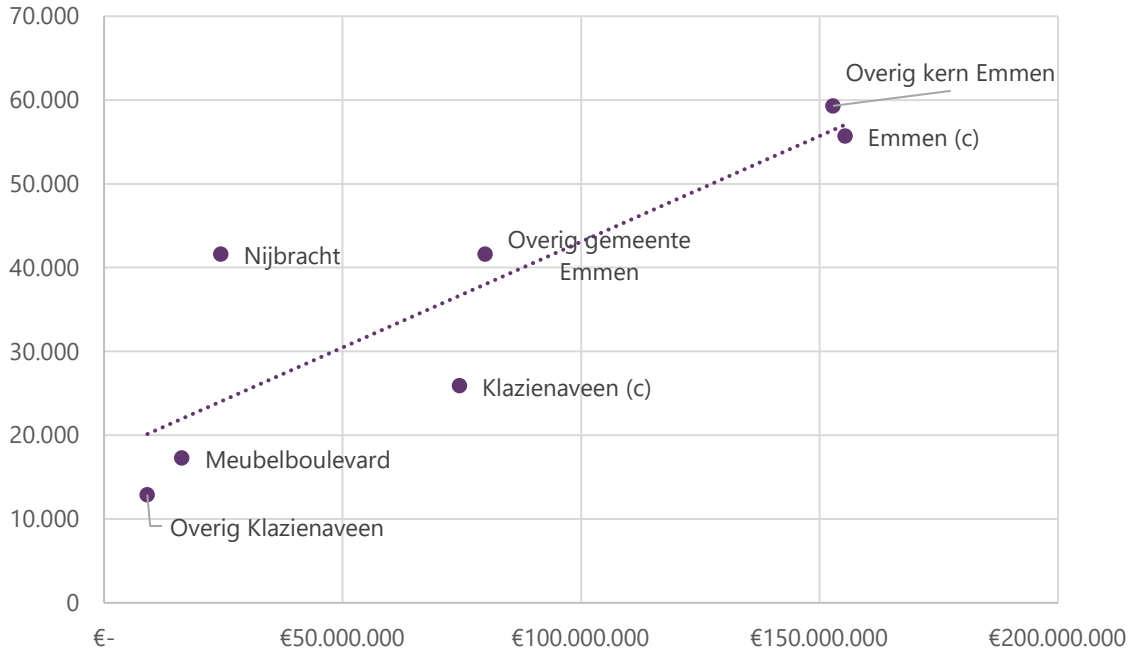
Figuur: Omzet per m2 wvo per sector en deelgebied in de gemeente Emmen
Bron: Koopstromenonderzoek Oost-Nederland 2019, april 2020

Onderlinge verhoudingen winkelgebieden naar omzet en aanbod

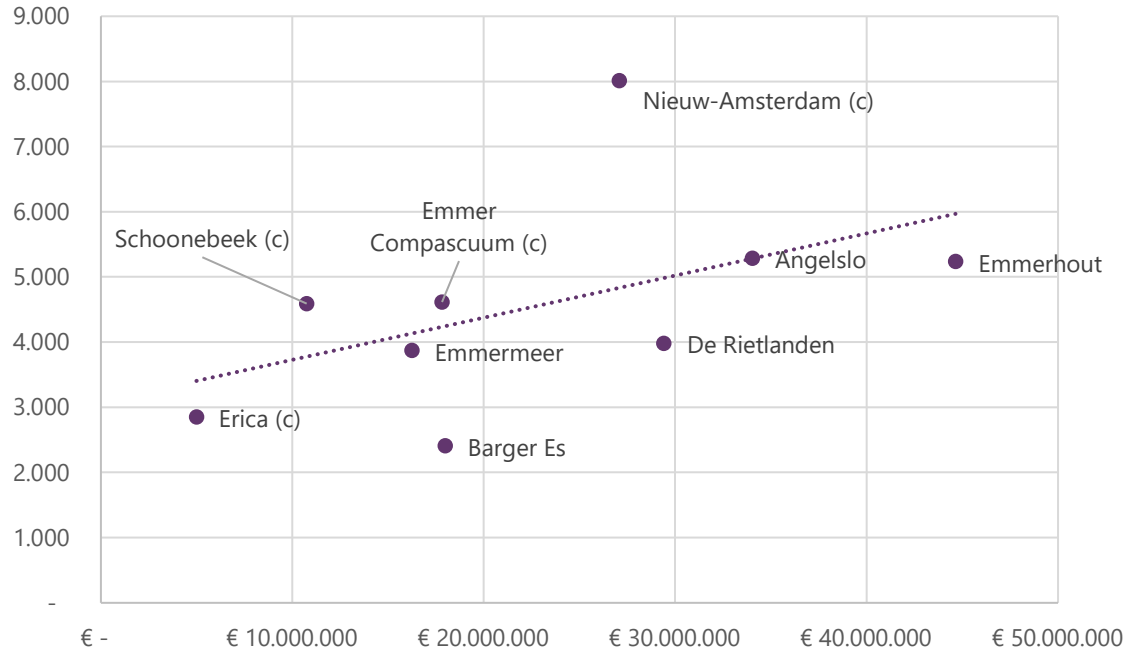
Onderstaande figuur geeft inzicht in de verhouding omzet / aanbod. Hoe verder het gebied verticaal onder de trendlijn zit, hoe beter het presteert, de omzet per m2 is dan hoger. Hierbij zijn de dagelijkse en niet-dagelijkse sector bij elkaar opgeteld. Goed zichtbaar is dat de hoogste omzet gescoord wordt door Emmen-centrum. Al het overige detailhandelsaanbod in de kern Emmen, waaronder de wijkcentra, scoren een vergelijkbaar omzetniveau. Klazienaveen-centrum scoort de helft van de omzet van Emmen-centrum.

Nijbracht en Meubelboulevard scoren beide een lager omzetniveau. Dat komt mede door hun aanbod aan grootschalige branches en daarmee een lagere omzet per m2 wvo. Dat geldt met name voor Nijbracht met haar tuincentrum, dat is de branche met landelijk de laagste omzet per m2 wvo. Bij de kleinere winkelgebieden liggen de dorpskernen (excl. Klazienaveen) meestal boven de trendlijn en de wijkcentra eronder. Bij de laatste ligt het aandeel supermarkten in het aanbod wat hoger, dat verklaart hun hogere omzet per m2 wvo. De omzet in de meeste wijkcentra ligt wat hoger bij een gelijk metrage.

Grootste (winkel)gebieden naar omzet en aanbod



Kleinere winkelgebieden naar omzet en aanbod





Bouwsteen 4: Trends en ontwikkelinge

4.1 Markttrends

Online winkelen belangrijkste trend om rekening mee te houden

Er zijn diverse markttrends van invloed op de detailhandel. Onderstaand wordt op hoofdlijnen de invloed van met name online winkelen op de verschillende branches toegelicht, op basis van omzet- en aandeelontwikkeling. Bijlage 2 geeft een compleet overzicht van relevante trends op maatschappelijk vlak (macro) en de detailhandels-sector (dagelijks, niet-dagelijks en PDV) specifiek, welke betrekking hebben op de detailhandel in Emmen.

Fysieke en digitale detailhandel raken steeds meer met elkaar vervlochten

Regelmatig verschijnen er berichten over de groei van de online bestedingen en de mogelijke gevolgen voor sluiting van winkels, leegstand en teruglopende bezoekersaantallen. De **online bestedingen** ontwikkelen zich niet alleen bij de pure webwinkels. We zien steeds meer platforms waarop bedrijven hun producten aanbieden (Bol, Wehkamp, Marktplaats, Beslist en recent Amazon). En fysieke winkels kunnen niet meer zonder een digitale etalage of een webshop met bijbehorende distributie, ook wel **omnichanneling** geheten. Sommige winkels hebben een distributiefunctie voor uitlevering of inname van pakketten. Deze markt groeit zo snel, met honderden miljoenen over 2019, dat de verspreidingsfunctie bij winkels onder druk staat. Het kost teveel ruimte en arbeid. Pakketautomaten op makkelijk bereikbare plekken kunnen in een deel van de vraag voorzien. Het laat zien dat in de detailhandel fysiek en digitaal niet meer los van elkaar te zien zijn.

Kader: invloed Corona op detailhandel

Corona leidt tot een versnelling van de trends en ontwikkelingen. Dat geldt met name voor de groei van online winkelen met haar bezorging en afhalen. De sluiting van de horeca veroorzaakte een versnelde groei van de omzetten in de dagelijkse sector. Binnen de niet-dagelijkse sector waren in eerste instantie grote verschillen tussen branches, met een sterke groei van In/Om Huis en ten koste van de recreatieve (mode)branches. Sinds december 2020 heeft het onderscheid tussen essentiële en niet-essentiële detailhandel een nog veel grotere impact. Steunmaatregelen van de overheid zullen cruciaal zijn hoe de detailhandel Corona gaat overleven, evenals het meebewegen van verhuurders en financiers.

Onzekerheden voor detailhandel zijn groot

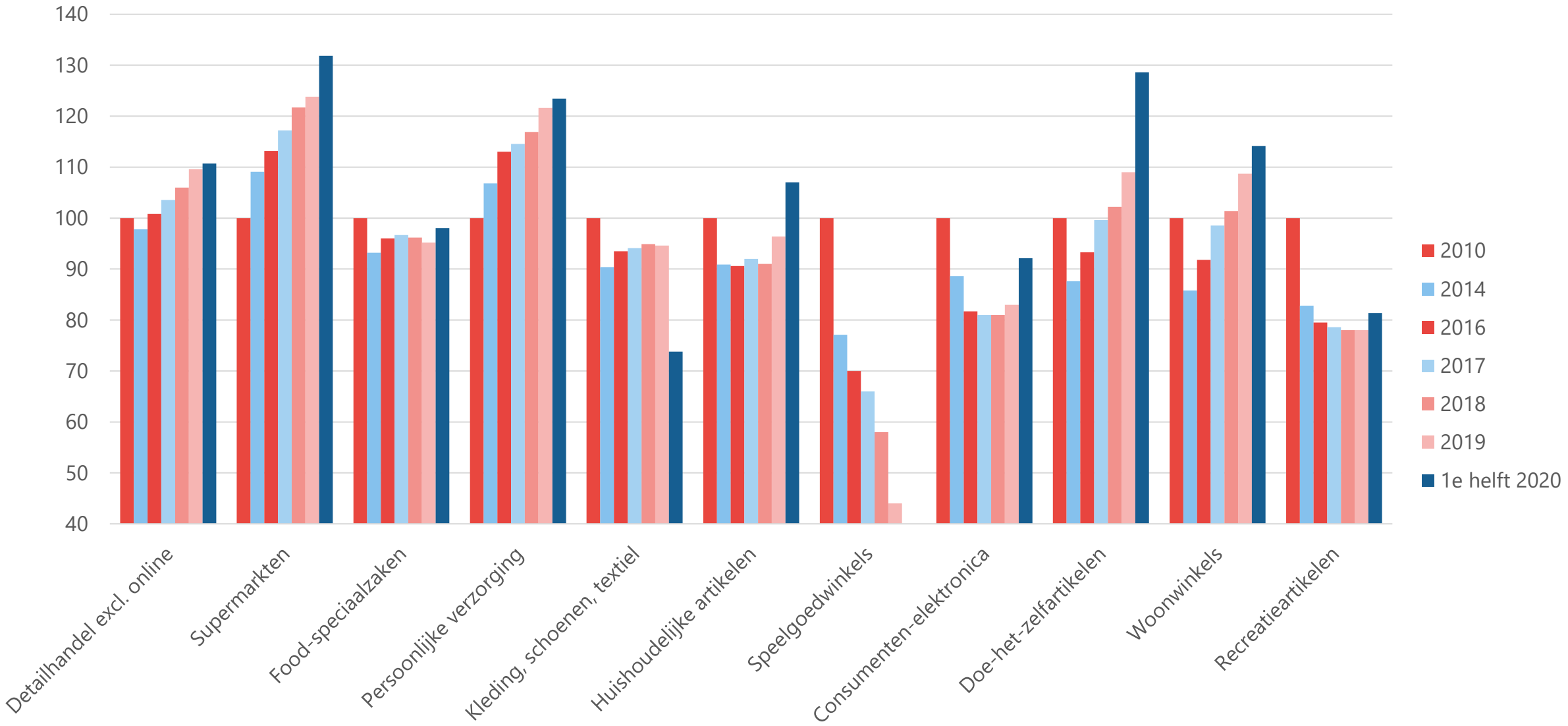
In het jaar 2019 is 3% van het totale aantal winkels gesloten. Dat is veel hoger dan de jaren daarvoor. Per saldo zijn de **onzekerheden** voor de detailhandel op de langere termijn groot. De grootste effecten van het veranderende consumentengedrag zijn te herleiden uit de kwantitatieve trends in de omzet, zie de figuur rechts en op de volgende pagina inzichtelijk maken (ontwikkeling omzet en aanbod per hoofdbranche). Te zien is dat de omzet van de webwinkels sterk stijgt, die in de food-detailhandel nog steeds blijft stijgen, en de non-food detailhandel het oude niveau van 2006-2007 niet haalt.

Verschil in omzetontwikkeling is groot tussen de verschillende branches

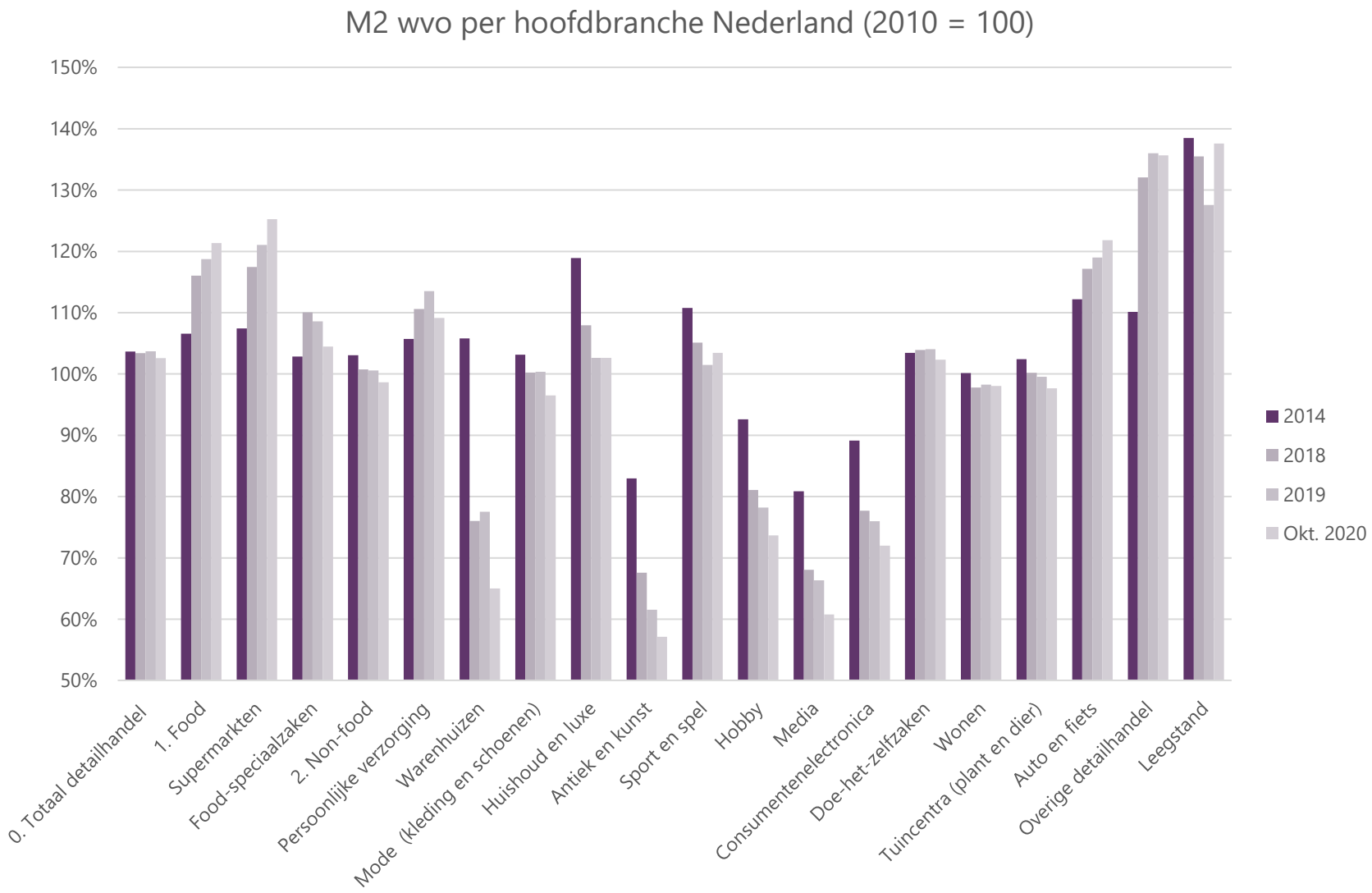
In de figuur op de volgende pagina wordt inzichtelijk dat er relatief grote verschillen zijn tussen de verschillende branches. Ten opzichte van 2010 is er een sterke groei in food en persoonlijke verzorging. Recreatieve non-food branches staan onder druk. Kleding/schoenen groeide nauwelijks en heeft vanwege corona een sterke terugval. Met name de recreatieve winkelgebieden zoals Emmen (en in mindere mate Klazienaveen) ondervinden hiervan de gevolgen. Wat betreft perifere branches (doe-het-zelf en wonen) is er na een terugval halverwege dit decennium sprake van een stevig herstel. Corona zorgde mede voor een sterke omzetstijging in 2020, waardoor detailhandel in deze branches goed presteerden.



Figuur: Omzetontwikkeling in de sectoren food, non-food en webwinkels. Bron: CBS, bewerkt door Seinpost Adviesbureau



Figuur: Omzetontwikkeling per hoofdbranche. Bron: CBS, bewerkt door Seinpost Adviesbureau



Aanbod ontwikkelt zich parallel aan omzet

Zo vindt er over de periode 2010-2020 een verschil in aanbodontwikkeling plaats. Voor de branches warenhuizen (faillissement V&D), kleding-schoenen, huishoudelijk, sport/spel/hobby, media en consumentenhoreca is het netto aanbod afgenomen. Met andere woorden geldt voor deze branches dat het krimpbranches zijn wat betreft fysieke winkelmeters.

Voor de perifere branches blijkt het aanbod stabiel over de afgelopen jaren. Branches die groeien in aantal meters (schaalvergroting of meer winkels) zijn supermarkten, persoonlijke verzorging, auto & fiets en overige detailhandel. Ook de leegstand is in 2020 sterk toegenomen en dit aantal zal naar verwachting in 2021 nog verder toenemen.

Effecten op de detailhandel in de centrumgebieden van Emmen en in mindere mate Klazienaveen per saldo negatief

De effecten van de markttrends op de omzet en winstgevendheid van branches zijn het grootst bij de genoemde branches in de niet-dagelijkse sector. Landelijk staat in kernen de koopkrachtbinding in de niet-dagelijkse sector onder druk. Er is steeds meer **koopkracht-afvloeiing** naar de grote recreatieve binnensteden. Dat komt door hun kritische massa, langere openingstijden zoals op zondag en 's-avonds, en de bekendheid met hun aanbod dankzij alle informatie die beschikbaar is via internet. Hier liggen kansen voor Emmen-centrum om op in te spelen. Echter is die opgave groot omdat er ingezet wordt op een compact en aantrekkelijk centrumgebied. Er zal nog rekening gehouden moeten worden met **non-foodketens die failliet gaan** of die hun winkelnetwerk verkleinen. Ze kunnen hun klanten fysiek en online bereiken en behouden dan vaak hun vestigingen in de grotere steden. Ook Klazienaveen-centrum zal geconfronteerd worden met formules of branches die onder druk staan, maar in mindere mate dan in Emmen-centrum. Met name het hogere aandeel MKB in Klazienaveen zorgt ervoor dat het aanbod minder afhankelijk is van grote formules. Het is van groot belang dat de centrumgebieden van Emmen en Klazienaveen in hun verzorgingsfunctie niet te afhankelijk worden van de niet-dagelijkse sector. **Functieverbreding** is een aandachtspunt, inclusief het behoud van hun boodschappenfunctie voor de dagelijkse trekkracht.

Effecten op de boodschappencentra blijven positief

De boodschappencentra weten hun positie goed vast te houden. Dat is te danken aan de trekkracht van de aanwezige supermarkten en persoonlijke verzorging die beide al jaren een positieve omzetontwikkeling doormaken, in combinatie met het aanbod food-speciaalzaken. Dat boodschappencentra zich versterken heeft ook te maken met de verruiming van de openingstijden van de supermarkten in de avond en iedere zondag. Een uitzondering is het niet-dagelijks aanbod in de boodschappencentra. Branches als textiel, media, huishoudelijk en speelgoed staan ook hier onder druk, net als in Emmen-centrum.

Effecten op de perifere detailhandel neutraal tot positief

Na enkele slechte jaren in de periode 2008-2013 vertoont een aantal branches in de perifere detailhandel weer een **omzetgroei**. Dat geldt voor de branches Doe-het-zelf, Wonen en Tuinartikelen. Deze branches kennen de laatste jaren een relatief stabiele marktpositie. Er zijn veel minder berichten over faillissementen en overnames van dergelijke winkels dan enkele jaren terug.

Marktvraag brancheverbreding PDV-locaties

Tegelijkertijd vindt er ook een marktvraag plaats voor vestiging van aanpalende branches op PDV-locaties waarbij schaalvergroting plaatsvindt (ABC / Fietsen, Outdoor/Sport). Ook functiemenging (zoals Leisure of horeca op een bedrijventerrein) vindt vaker plaats.

4.2 Beleidsmatige trends

Naast trends en ontwikkelingen in de markt, vinden er ook beleidsmatig belangrijke ontwikkelingen plaats.

Omgevingswet vraagt om participatie, integrale afweging en het behoud van afwegingsruimte

Bij het actualiseren van het detailhandelsbeleid dient rekening te worden gehouden met de beleidsmatige trends en met recente jurisprudentie. De nieuwe **Omgevingswet** wordt naar verwachting na 2021 ingevoerd. Naast participatie bij visie- en planvorming zijn de aandachtspunten divers: een gebiedsgerichte en integrale aanpak, meer flexibiliteit en afwegingsruimte in het beleid, minder onderzoekslasten, saldering van functies en monitoring.

Dienstenrichtlijn: Niet coherent en systematisch handelen brengt risico's met zich mee

De **Dienstenrichtlijn** is van toepassing indien (territoriale) beperkingen worden opgelegd voor detailhandelsvestigingen. In principe zijn beperkingen conform de Dienstenrichtlijn niet toegestaan, tenzij kan worden onderbouwd dat wordt voldaan aan de volgende eisen:

- Brancheringsregels mogen niet-discriminatoir zijn: daarvan zal geen sprake zijn omdat dienstverrichters niet uitgesloten worden afhankelijk van hun nationaliteit, vestigingsplaats of verblijfplaats;
- Brancheringsregels moeten noodzakelijk zijn: er moet een dwingende reden van algemeen belang zijn die de territoriale beperking rechtvaardigt;
- De brancheringsregels moeten evenredig zijn: de eisen moeten geschikt zijn om het nagestreefde doel te bereiken. zij gaan niet verder dan nodig. En dat doel kan niet met minder beperkende maatregelen worden bereikt. Het doel wordt op coherente en systematische wijze nagestreefd.

Brancheringsregels zijn niet-discriminatoir, noodzakelijk en evenredig

Het niet naleven van brancheringsregels, niet coherent en systematisch handelen of ruimte voor discussie laten, leidt tot onduidelijkheden in het ondernemings- en investeringsklimaat. Dit vraagt om actueel beleid, integraal maar ook flexibel. De ladder voor duurzame verstedelijking is hierbij de basis volgens provinciaal beleid: Dit betekent inbreiding van bestaande locaties. Ook dient het beleid in overeenstemming te zijn met de Retailagenda.



Bouwsteen 5: Factsheets winkel-gebieden



Factsheets geven bondig de huidige situatie van de verschillende winkelgebieden weer

5.1 Inleiding factsheets

Op de volgende pagina's worden de winkelgebieden binnen de detailhandelsstructuur weergegeven in de vorm van factsheets.

Per winkelgebied is het volgende in beeld gebracht: korte beschrijving van het gebied, recente ontwikkelingen, branchering (zowel ruimtelijk als aantal verkooppunten en winkelvloeroppervlakte), de kwalitatieve beoordeling van het winkelgebied, (toekomstige) knelpunten en tenslotte kenmerken van de wijk waarin het winkelgebied is gelegen. De kenmerken zijn aantal inwoners, indicatie toekomstige ontwikkeling aantal inwoners, aantal huishoudens, huishoudensdichtheid en gemiddeld besteedbaar inkomen per huishouden[7]. De situatie geldt per voorjaar 2020 ten tijde van de schouw met De Koepel en de gemeente. De volgorde is als volgt:

- Emmen-centrum, de transformatiegebieden en de erbuiten liggende Noordbargerstraat
- Vijf wijkcentra Angelslo, Bargeres, Emmerhout, Emmermeer, Rietlanden
- Vijf dorpscentra: Emmer-Compascuum, Erica, Klazienaveen, Nieuw-Amsterdam, Schoonebeek
- De grootschalige concentraties Meubelboulevard en Nijbracht Center.

7 *Op basis van schouws, Locatus, MMMeter Emmen en evaluatie beleid gemeente (2020)*

Emmen centrum

Type: Recreatief winkelcentrum

Beschrijving: Het winkelhart van de gemeente Emmen met een sterke mix van aanbod (MKB vs. filiaal, detailhandel, horeca, leisure, dienstverlening, grote weekmarkt op vrijdag). Meerdere trekkers liggen verspreid in het centrum en het centrumgebied vervult een (boven)regionale functie. Wordt naast bewoners van Emmen en haar regio bezocht door toeristen (dankzij o.a. Wildlands) en werkzame personen.

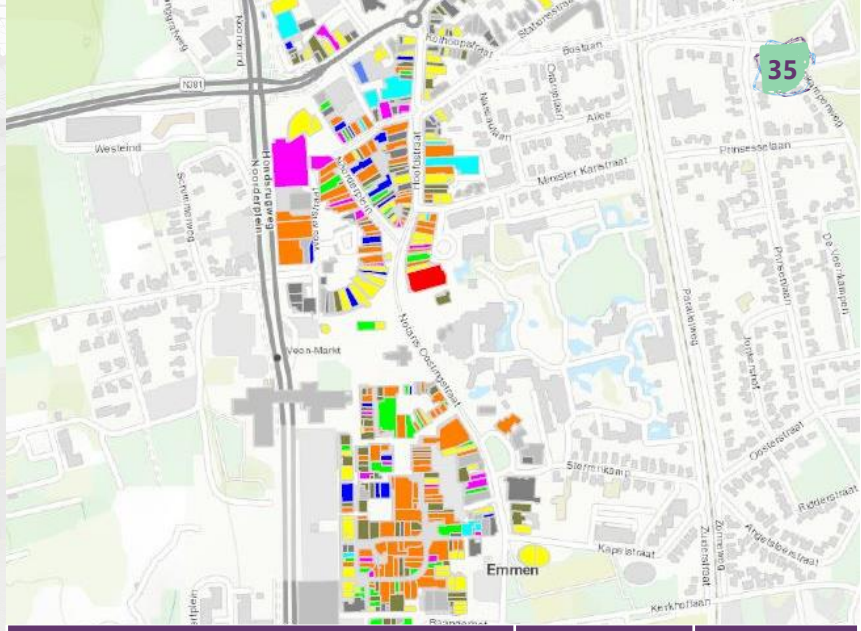
Ontwikkelingen

- Constante ontwikkeling en dynamiek van winkelhart
- Meerdere ontwikkelingen (toeristisch-recreatief: Fletcher, Wildlands en supermarkt (Willinkplein), 2021 aanpak openbare ruimte deel Centrum-Noord
- Rensenpark in ontwikkeling en sloop bebouwing

Knelpunten

- Omvangrijke leegstand
- Centrum langdurig in verbouwing (geweest)
- Routing en verbinding noordelijke, historische deel met zuidelijke, planmatige deel. En verbinding Markt Raadhuisplein
- Sfeer en beleving, waaronder verouderd vastgoed (lege winkelpassages) en openbare ruimte (bestrating / groen, straatmeubilair, uitstraling puien e.d.)

KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	-
COMMERCIËLE UITSTRALING	-
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+/-
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	+



Centrum 3.979 personen
(Kern 56.500 personen)

€ 33.700 gemiddeld p.j.

2.535 huishoudens

1,5 personen gemiddeld

EMMEN-CENTRUM	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	82 (18%)	12.744
11.010-LEVENSMIDDELEN	22	3.734
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	13	3.348
22.030-WARENHUIS	1	1.429
22.040-KLEDING & MODE	67	17.873
22.050-SCHOENEN & LEDERWAREN	12	4.468
22.060-JUWELIER & OPTIEK	17	1.670
22.070-HUISHOUDELIJKE- & LUXE AR	10	4.070
22.080-ANTIEK & KUNST	1	132
35.100-SPORT & SPEL	7	2.866
35.110-HOBBY	9	852
35.120-MEDIA	5	1.245
37.130-PLANT & DIER	2	250
37.150-BRUIN & WITGOED	14	4.215
37.160-AUTO & FIETS	2	787
37.170-DOE-HET-ZELF	1	53
37.180-WONEN	8	2.130
38.200-DETAILHANDEL OVERIG	11	2.943
59.210-HORECA	85	1.0354
59.220-CULTUUR	6	3.445
59.230-ONTSPANNING	8	983
65.260-AMBACHT	43	2.444
65.280-FINANCIËLE INSTELLING	11	1.153
65.290-PARTICULIERE DIENSTVERLEN	18	1.354
TOTAAL	455	84.542

Emmen centrum: transformatiegebieden



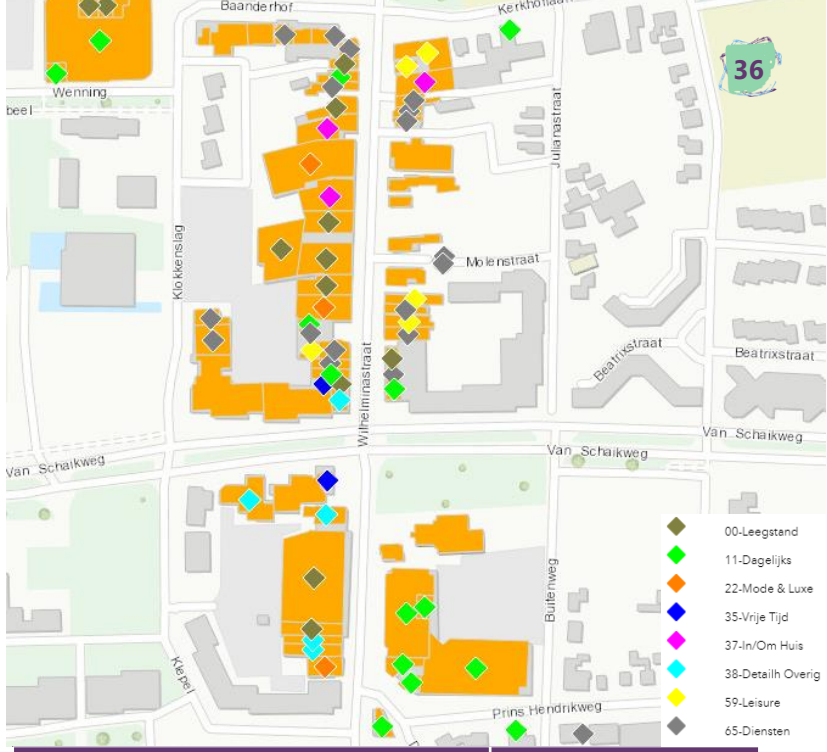
Autorama / Weerdingerstraat

Type: Transformatiegebied centrum
Beschrijving: Dit winkelgebied hoorde oorspronkelijk tot het centrumgebied. Echter is in de centrumvisie Emmen richting gegeven aan compactisering van het centrumgebied, waarbij de detailhandelslocaties aan de Weerdingerstraat getransformeerd zullen worden tot andere functies. Autorama met hierin supermarkt zal voorlopig functie behouden. Anno 2020 wordt Jumbo verbouwd, waarbij de parkeergelegenheid wordt vergroot.

AUTORAMA / WEERDINGERSTRAAT		
HOOFDBRANCHE	**VKP**	**WVO**
00.000-LEEGSTAND	4 (13%)	373
11.010-LEVENSMIDDELEN	4	1.907
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	2	169
22.040-KLEDING & MODE	0	0
35.100-SPORT & SPEL	2	188
35.110-HOBBY	1	60
35.120-MEDIA	0	0
37.130-PLANT & DIER	1	28
37.150-BRUIN & WITGOED	1	1.584
37.160-AUTO & FIETS	3	684
37.170-DOE-HET-ZELF	0	0
38.200-DETAILHANDEL OVERIG	0	0
59.210-HORECA	4	321
59.230-ONTSPANNING	1	55
65.260-AMBACHT	8	402
65.280-FINANCIËLE INSTELLING	0	0
65.290-PARTICULIERE DIENSTVERLEN	1	40
TOTAAL	**32**	**5.811**

Wilhelminastraat

Type: Transformatiegebied centrum
Beschrijving: Ook het gebied rondom de Wilhelminastraat behoorde oorspronkelijk tot het centrumgebied. Dit gebied is een aangewezen transformatiegebied, waardoor op termijn de detailhandelsfunctie zal komen te vervallen. Het aanbod (waaronder de supermarkten) behoort tot de verspreide bewinkeling. Mogelijk verplaatsing van supermarkt.



WILHELMINASTRAAT EMMEN		
HOOFDBRANCHE	**VKP**	**WVO**
00.000-LEEGSTAND	2 (11%)	2.230 (41%)
11.010-LEVENSMIDDELEN	6	2.230
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	1	146
22.040-KLEDING & MODE	1	185
35.100-SPORT & SPEL	0	0
35.110-HOBBY	0	0
35.120-MEDIA	1	75
37.130-PLANT & DIER	0	0
37.150-BRUIN & WITGOED	0	0
37.160-AUTO & FIETS	1	35
37.170-DOE-HET-ZELF	0	0
38.200-DETAILHANDEL OVERIG	5	426
59.210-HORECA	0	0
59.230-ONTSPANNING	0	0
65.260-AMBACHT	2	64
65.280-FINANCIËLE INSTELLING	0	0
65.290-PARTICULIERE DIENSTVERLEN	0	0
TOTAAL	**19**	**5.391**

8 Wilhelminastraat: VKP (en WVO) komt niet overeen met aantal VKP op kaartbeeld vanwege andere indeling Locatus. Hele gebied ten zuiden van Baanderhof en Kerkhoflaan behoort tot transformatiegebied

Noordbargerstraat

Type: Verspreide bewinkeling

Beschrijving: Relatief langgerekte straat met winkels, gelegen dichtbij het kernwinkelgebied en transformatiegebied van Emmen-centrum. Met de ligging aan uitvalswegen en een ruime (gratis) parkeergelegenheid vormt het aanbod in dit centrum een ondersteunende boodschappenlocatie binnen de kern Emmen. Met een Boni en recent beperkt uitgebreide Lidl is er een ruim supermarktaanbod.

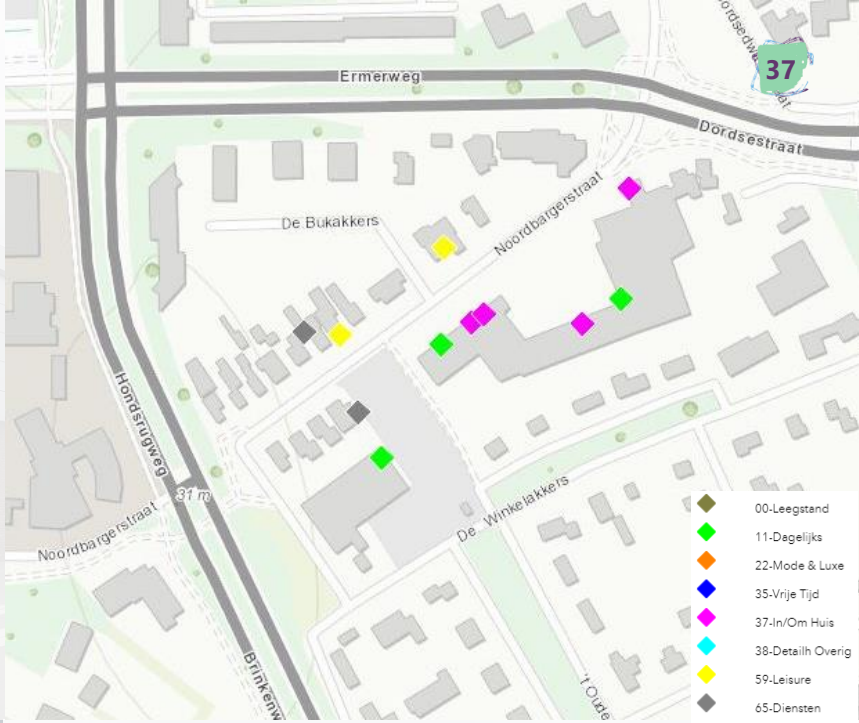
Ontwikkelingen

- Recent beperkt uitgebreide Lidl (2019)
- Toevoeging Boni en vernieuwing fietsenwinkel

Knelpunten:

- Ontwikkeling winkelgebied in relatie tot centrum Emmen
- Uitstraling van enkele winkelpanden
- Verkeersveiligheid en opstopping door beperkte capaciteit verkeerslicht. Via één kruising moet al het verkeer erin / eruit.

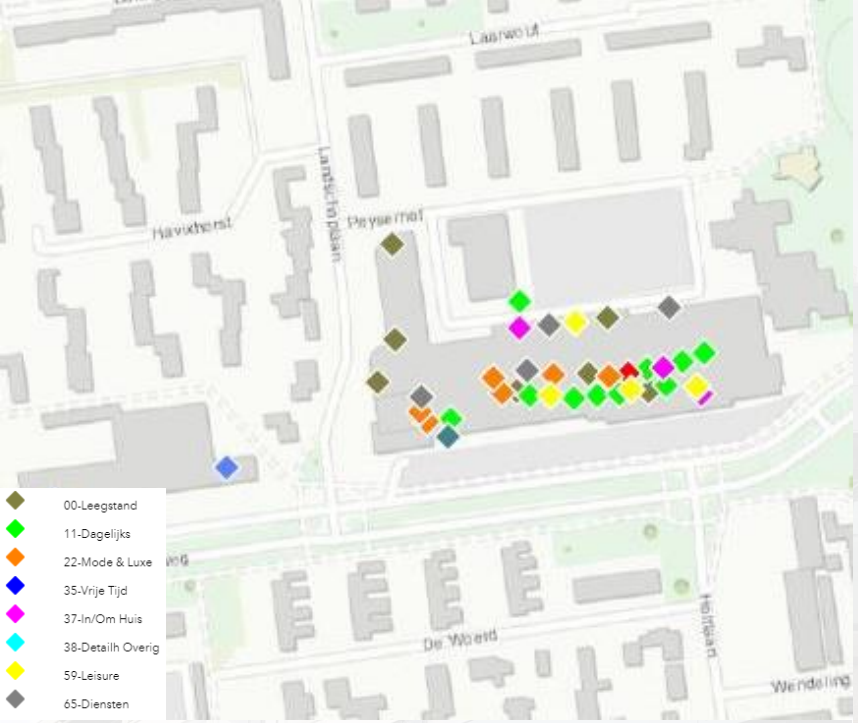
KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	+
COMMERCIËLE UITSTRALING	-
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	-/+
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	-/+
BEREIKBAARHEID	-/+
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	-





NOORDBARGERSTRAAT	VERSPREID	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
11.010-LEVENSMIDDELEN	3	2.840
37.130-PLANT & DIER	2	592
37.160-AUTO & FIETS	1	389
37.170-DOE-HET-ZELF	1	733
59.210-HORECA	1	70
59.230-ONTSPANNING	1	100
65.260-AMBACHT	1	30
65.280-FINANCIËLE INSTELLING	1	25
TOTAAL	11	4.779

Angelslo



KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	+/-
COMMERCIËLE UITSTRALING	+/-
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+/-
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	+

ANGELSLO	WIJKCENTRUM GROOT	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	7 (20%)	1.376
11.010-LEVENSMIDDELEN	9	2.478
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	1	284
22.030-WARENHUIS	1	341
22.040-KLEDING & MODE	4	828
22.060-JUWELIER & OPTIEK	1	74
22.070-HUISHOUDELIJKE- & LUXE AR	1	737
37.130-PLANT & DIER	3	331
59.210-HORECA	4	215
65.260-AMBACHT	4	224
TOTAAL	35	6.888

7.692 personen

€ 29.400 gemiddeld p.j.

3.850 huishoudens

2,0 personen gemiddeld

Type: Wijkcentrum groot

Beschrijving: Wijkwinkelcentrum middenin wijk Angelslo met compleet aanbod dagelijkse speciaalzaken, diversiteit aan branches en mix tussen MKB en filiaal. Wel is er sprake van een leegstandsopgave. Het centrum heeft een verouderde uitstraling (laag plafond, gesloten karakter) maar is wel deels vernieuwd van binnen.

Ontwikkelingen

- Recent nieuwe parkeercapaciteit toegevoegd bij sporthal: voor langparkeren.
- Vertrek van enkele trekkers (Etos, Blokker)
- Verplaatsing Action naar locatie in passage
- Herinrichting locatie wijkcentrum

Knelpunten

- Leegstand, met name buiten de passage. Groot aanbod aan vierkante meters
- Uitstraling (gedateerd), gesloten karakter, geen duidelijke voor- en achterkant
- Ontbreken ruimte voor uitbreidingswens ALDI
- Verkeersonveilige situaties
- Marktruimte en onttrekking winkel m2

Bargeres

Type: Wijkwinkelcentrum klein
Beschrijving: boodschappensteunpunt in de wijk Bargeres, opgedeeld in twee zijdes van een kanaal. Dit zorgt voor beperkte samenhang en een tweedeling met ieder een eigen karakter en kwaliteit. Westzijde functioneert goed (BONI en Kruidvat), oostzijde heeft last van leegstand. Hier is ook onvoldoende parkeergelegenheid en een lastige autobereikbaarheid omdat het verkeer om moet rijden via smalle woonstraten.

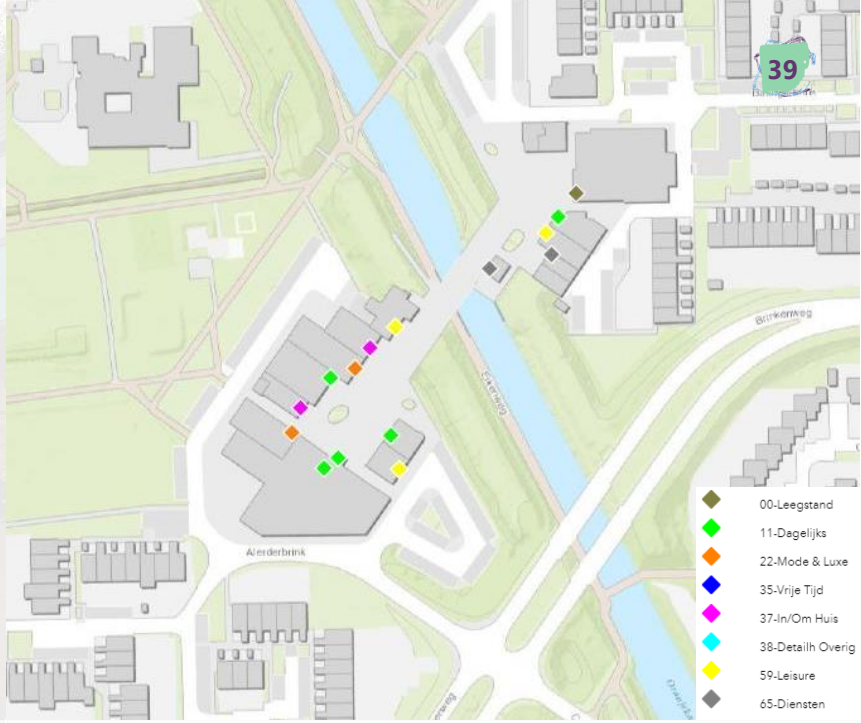
Ontwikkelingen

- (Tijdelijke) invulling Op = op voor grootste pand aan oostzijde.

Knelpunten

- Geen concentratie door tweedeling West - Oost
- Uitstraling en invulling van panden oostzijde
- Mogelijke transformatieopgave voor oostzijde.
- Te kleine panden (Primera en Kwalitaria) aan de westzijde.

KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+/-
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	+/-
COMMERCIËLE UITSTRALING	+/-
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	-
PARKEREN	+/-
OVERIGE VOORZIENINGEN	-



8.927 personen

€ 32.900 gemiddeld p.j.

4.340 huishoudens

2,0 personen gemiddeld

BARGERES	WIJKCENTRUM KLEIN	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	1 (7%)	788
11.010-LEVENSMIDDELEN	4	1.252
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	1	237
22.040-KLEDING & MODE	1	243
22.070-HUISHOUDELIJKE- & LUXE AR	1	219
37.130-PLANT & DIER	1	94
37.160-AUTO & FIETS	1	171
59.210-HORECA	3	191
65.260-AMBACHT	2	95
TOTAAL	15	3.290

Emmerhout

Type: Wijkwinkelcentrum klein
Beschrijving: Recent gerenoveerd steunpunt in geherstructureerde woonwijk Emmerhout en voor de kern Emmerschans. Met weinig leegstand, een aantal goede trekkers (LIDL, Jumbo, Big Bazar) functioneert dit winkelcentrum goed voor dagelijkse boodschappen plus. Parkeren is goed geregeld om winkelcentrum heen en er is een aantal aanvullende voorzieningen zoals horeca, zorg, sport en cultuur.

Ontwikkelingen

- Recent gerenoveerd winkelcentrum (2012), daarna Lidl versterkt met entree dichter bij de parkeerplaatsen

Knelpunten

- Toekomstbestendigheid van centrum mogelijk onder druk door beperkt draagvlak. Centrum is afhankelijk van toevloeiing vanuit andere wijken en dat lukt tot op heden op basis van haar trekkracht, gemak en uitstraling.
- In constante 'wedloop' wat betreft binding en afvloeiing met vooral Angelslo.

KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	+
COMMERCIËLE UITSTRALING	+
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+/-
OVERIGE VOORZIENINGEN	-/+



7.123 personen

€ 30.900 gemiddeld p.j.

3.630 huishoudens

2,0 personen gemiddeld

EMMERHOUT		
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	2 (7%)	106
11.010-LEVENSMIDDELEN	6	3.074
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	2	298
22.030-WARENHUIS	1	1
22.040-KLEDING & MODE	1	311
22.070-HUISHOUDELIJKE- & LUXE AR	1	427
37.130-PLANT & DIER	2	209
37.160-AUTO & FIETS	2	334
59.210-HORECA	7	320
59.220-CULTUUR	1	225
59.230-ONTSPANNING	1	38
65.260-AMBACHT	1	63
TOTAAL	27	5.406

Emmermeer



KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	-
TREKKERSBEELD	+/-
ROUTING EN OPZET	-
COMMERCIËLE UITSTRALING	+
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+/-
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+/-
PARKEREN	+/-
OVERIGE VOORZIENINGEN	+

EMMERMEER		
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	5 (18%)	460
11.010-LEVENSMIDDELEN	6	2.232
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	2	327
22.040-KLEDING & MODE	1	248
35.120-MEDIA	1	113
37.130-PLANT & DIER	3	399
37.170-DOE-HET-ZELF	1	106
38.200-DETAILHANDEL OVERIG	1	65
59.210-HORECA	5	326
59.230-ONTSPANNING	1	55
65.260-AMBACHT	2	107
TOTAAL	28	4.438

6.049 personen

€ 29.900 gemiddeld p.j.

3.125 huishoudens

1,9 personen gemiddeld

Type: Wijkwinkelcentrum klein
Beschrijving: Relatief langgerekt en versnipperd wijkwinkelcentrum. Dit zorgt voor relatief grote afstanden tussen aanbod en maakt het moeilijk in een oogopslag te zien welke winkels aanwezig zijn. Het gebied heeft geen goede ontsluiting/duidelijke aanrijroutes. Twee trekkers in de vorm van supermarkten aan weerszijden van centrum. Aanvullende voorzieningen in de vorm van twee basisscholen, een wijkcentrum en sportcomplex in de directe omgeving. Enkele panden staan structureel leeg.

Ontwikkelingen

- Winkelcentrum is enkele jaren terug vernieuwd
- Vernieuwing aan de achterzijde van COOP
  - Parkeercapaciteit wordt uitgebreid
  - Ontwikkeling woontoren en opknappen omliggende straten (verbetering bereikbaarheid) winkelcentrum

Knelpunten:

- Beperkte uitstraling en beleving winkelcentrum
- Structurele leegstand(ontwikkeling)
- Aanbod ligt erg verspreid en deels eenzijdig waardoor combinatiebezoek onaantrekkelijk is

Rietlanden

Type: Wijkwinkelcentrum klein

Beschrijving: Opgeknapt wijkwinkelcentrum met twee recent vernieuwde en uitgebreide supermarkten in een verschillend segment. Het centrum ligt middenin haar verzorgingsgebied, heeft veilige aanrijroutes en recent uitgebreide parkeercapaciteit. Het gebied heeft een open karakter en is aantrekkelijk voor een bezoek. Om het winkelgebied liggen aanvullende voorzieningen zoals een tandartsenpraktijk, sportvoorziening en een zorgcentrum. Ook beschikt het centrum over enkele horecavoorzieningen. Er is geen leegstand.

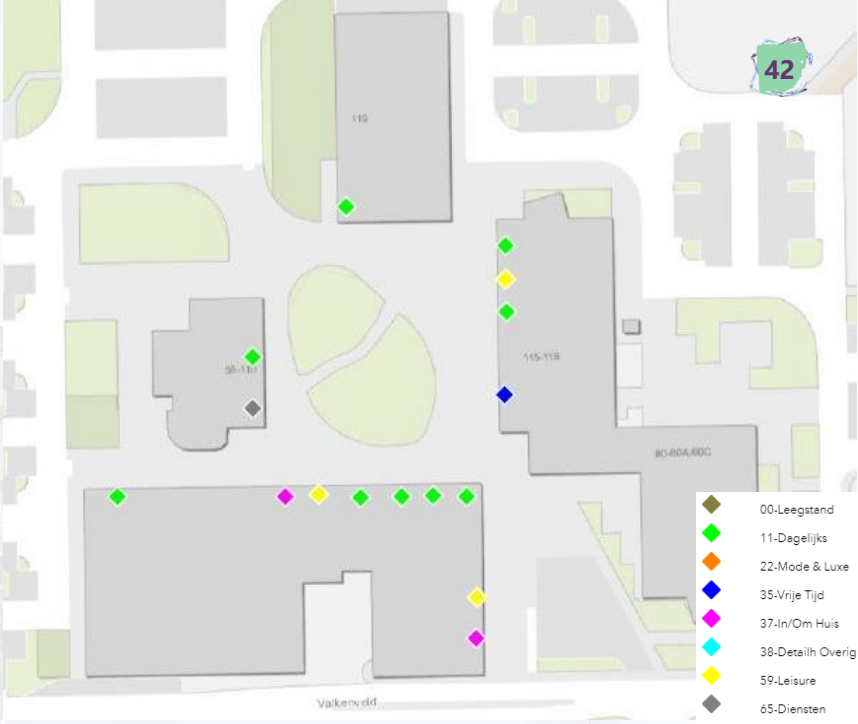
Ontwikkelingen:

- Recent opgeknapt: uitgebreide parkeercapaciteit (+ 75 parkeerplaatsen), uitbreiding supermarkten, verbetering uitstraling binnenterrein

Knelpunten:

- Geen. Monitoren van het functioneren ten opzichte van de verwachtingen. Aanpak van mogelijke (onvoorziene) knelpunten.

KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	+
COMMERCIËLE UITSTRALING	+
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	+/-



9.336 personen

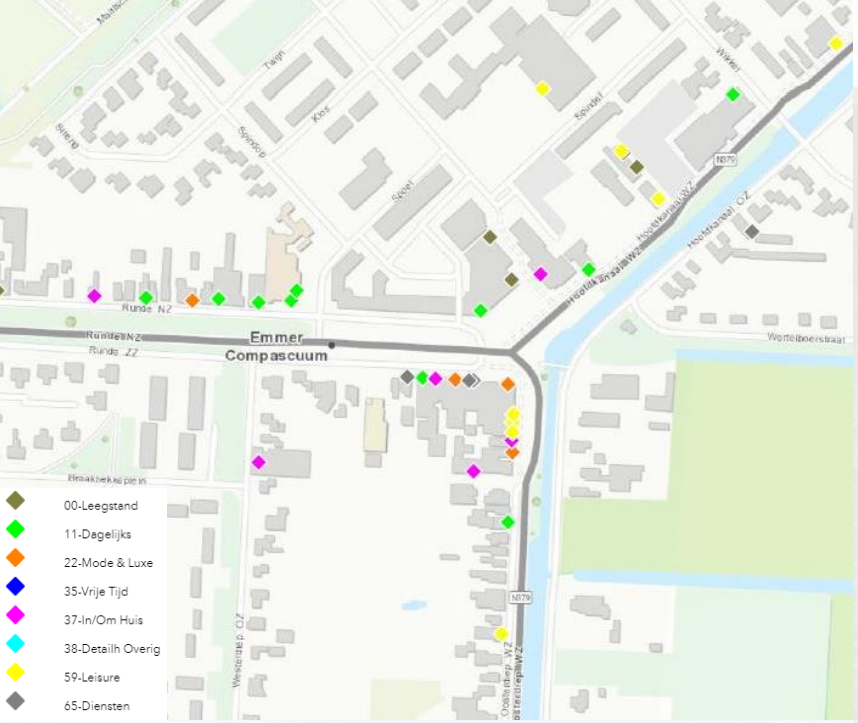
€ 43.000 gemiddeld p.j.

3.920 huishoudens

2,4 personen gemiddeld

RIETLANDEN	WIJKCENTRUM KLEIN	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
11.010-LEVENSMIDDELEN	8	3.342
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	1	115
35.120-MEDIA	1	141
37.130-PLANT & DIER	1	97
37.160-AUTO & FIETS	1	146
59.210-HORECA	2	100
59.230-ONTSPANNING	1	41
65.260-AMBACHT	1	68
TOTAAL	16	4.050

Emmer-Compascuum



KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+/-
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	-
COMMERCIËLE UITSTRALING	+/-
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+/-
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	+

EMMER COMPASCUUM	KERNVERZORGEND CENTRUM KLEIN	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	5 (13%)	1.047
11.010-LEVENSMIDDELEN	8	2.326
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	2	274
22.040-KLEDING & MODE	3	575
22.050-SCHOENEN & LEDERWAREN	1	116
22.070-HUISHOUDELIJKE- & LUXE AR	1	539
37.130-PLANT & DIER	3	192
37.150-BRUIN & WITGOED	1	186
37.160-AUTO & FIETS	1	181
37.180-WONEN	2	223
59.210-HORECA	7	282
59.220-CULTUUR	1	460
65.260-AMBACHT	1	52
65.280-FINANCIËLE INSTELLING	1	55
65.290-PARTICULIERE DIENSTVERLEN	1	55
TOTAAL	38	6.563

7.736 personen

€ 36.800 gemiddeld p.j.

3.355 huishoudens

2,3 personen gemiddeld

Type: Kernverzorgend centrum klein

Beschrijving: Langgerekt typisch veendorp op enige afstand van Emmen. Het aanbod heeft een lokale verzorgingsfunctie. De kern heeft een compleet dagelijks aanbod in verschillende segmenten. Zowel het dagelijkse als het niet-dagelijkse aanbod ligt sterk verspreid. Emmer Compascuum heeft een weekmarkt op zaterdagmorgen.

Ontwikkelingen:

- Recent centrum-ontwikkelplan opgeleverd (2018)
- Aanbouw nieuwe Aldi, dorpshuis, gezondheidscentrum, sporthal en brede school

Knelpunten:

- Beperkte clusterontwikkeling centrum
- Spreiding van detailhandel over meerdere deellocaties
- Invulling achterblijvende locaties bij verplaatsing functie naar centrum

Erica

Type: Kernverzorgend centrum klein

Beschrijving: Het centrum vormt een belangrijke ondersteunende functie voor met name bewoners van de dorpskern Erica. Het aanbod sluit hier dan ook op aan. Het centrumgebied/Havenstraat is recent heringericht, waarbij er veel aandacht is geweest voor de inrichting van openbare ruimte en (veilig) parkeren. De dynamiek in het aanbod in Erica is relatief laag. Het aanbod concentreert zich deels rondom de trekker COOP, maar ook deels verspreid aan weerszijden van de centrale parkeergelegenheid

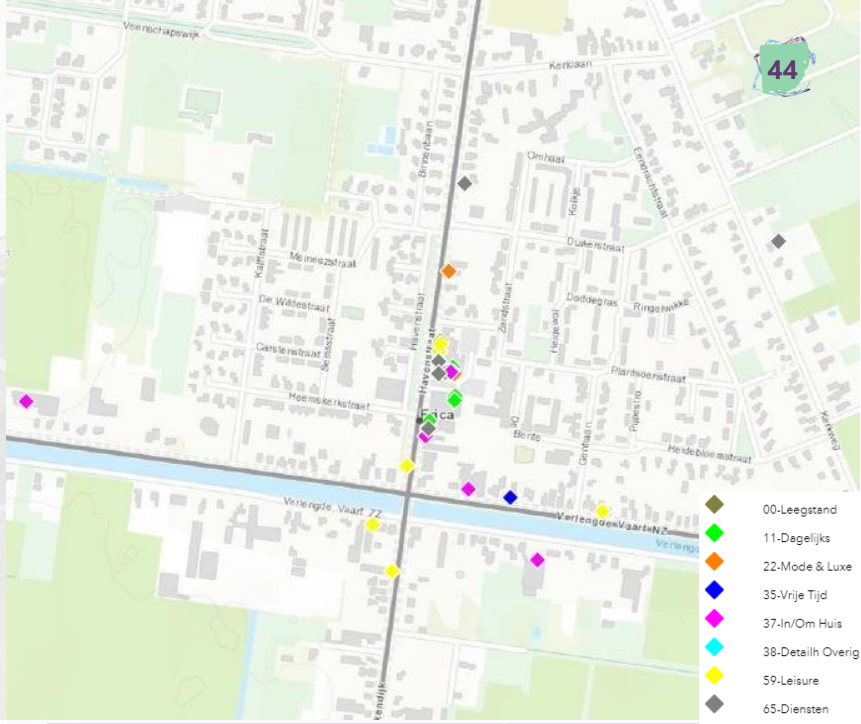
Ontwikkelingen

- Centrumgebied/Havenstraat heringericht
- Realisatie van gezondheidscentrum in het centrum niet van de grond gekomen

Knelpunten:

- Aanbod ligt relatief verspreid door de kern
- Verouderde uitstraling enkele panden en vitaliteit onder druk door beperkt draagvlak

KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+/-
TREKKERSBEELD	+/-
ROUTING EN OPZET	+/-
COMMERCIËLE UITSTRALING	+/-
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	+/-



4.758 personen

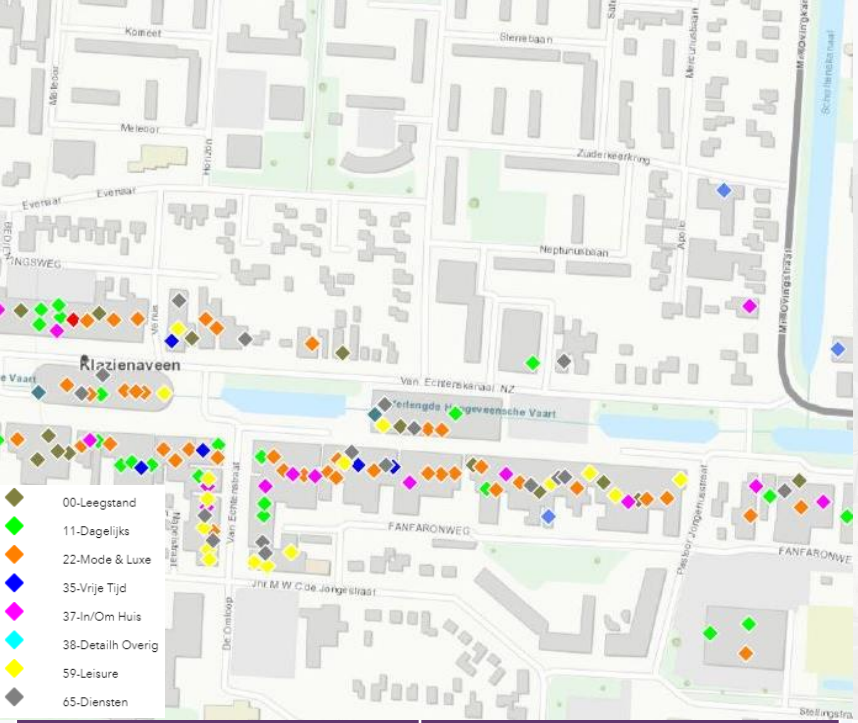
€ 42.000 gemiddeld p.j.

2.005 huishoudens

2,4 personen gemiddeld

ERICA	KERNVERZORGEND CENTRUM KLEIN	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	1 (4%)	77
11.010-LEVENSMIDDELEN	3	1.117
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	2	202
22.040-KLEDING & MODE	1	42
22.070-HUISHOUDELIJKE- & LUXE AR	1	151
35.100-SPORT & SPEL	1	110
37.130-PLANT & DIER	1	38
37.160-AUTO & FIETS	1	201
37.170-DOE-HET-ZELF	1	905
37.180-WONEN	1	38
38.200-DETAILHANDEL OVERIG	1	25
59.210-HORECA	6	352
65.260-AMBACHT	3	155
65.290-PARTICULIERE DIENSTVERLEN	1	12
TOTAAL	24	3.425

Klazienaveen



KLAZIENAVEEN	KERNVERZORGEND CENTRUM GROOT	
HOOFDBRANCHE	**VKP**	**WVO**
00.000-LEEGSTAND	16 (11%)	3.154
11.010-LEVENSMIDDELEN	21	6.684
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	4	757
22.030-WARENHUIS	1	451
22.040-KLEDING & MODE	26	5.389
22.050-SCHOENEN & LEDERWAREN	4	2.027
22.060-JUWELIER & OPTIEK	6	430
22.070-HUISHOUDELIJKE- & LUXE AR	7	2.396
35.100-SPORT & SPEL	2	721
35.110-HOBBY	2	106
35.120-MEDIA	1	217
37.130-PLANT & DIER	3	538
37.150-BRUIN & WITGOED	4	548
37.160-AUTO & FIETS	4	736
37.170-DOE-HET-ZELF	2	486
37.180-WONEN	6	4.453
59.210-HORECA	16	1.126
59.220-CULTUUR	1	300
59.230-ONTSPANNING	1	55
65.260-AMBACHT	13	736
65.280-FINANCIËLE INSTELLING	5	251
65.290-PARTICULIERE DIENSTVERLEN	5	212
TOTAAL	**150**	**31.773**

KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	+
COMMERCIËLE UITSTRALING	+
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+/-
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	+/-

12.079 personen

€ 36.300 gemiddeld p.j.

5.225 huishoudens

2,3 personen gemiddeld

Type: Kernverzorgend centrum groot
Beschrijving: Winkelgebied met bovenlokale functie en sterke binding. Heeft concurrerende positie ten opzichte van Emmen-centrum vanwege ruim aanbod (veel MKB en filialen) en meerdere trekkers verspreid over centrum. Het gebied heeft duidelijke routing, open karakter en gratis maaiveldparkeren en ondergronds, op korte afstand van de winkels. Weekmarkt op zaterdagmiddag is een trekker.

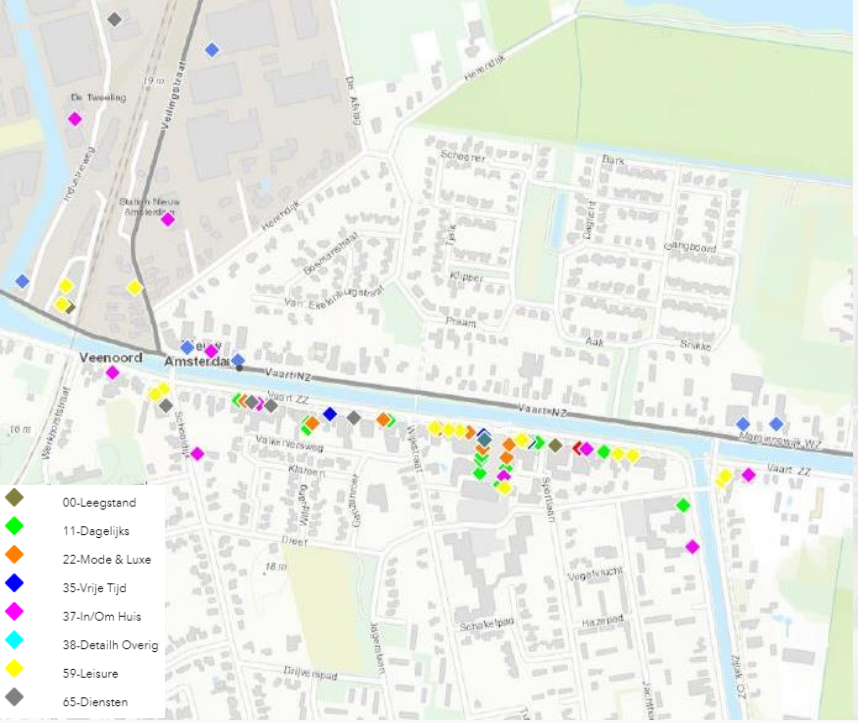
Ontwikkelingen:

- Ontwikkeling van ‘Schip I’ en ‘Schip II’ hebben impuls gegeven aan aantrekkelijkheid centrum
- Ontwikkelingen en discussie rondom dempen en/of benutten van kanaal in winkelgebied

Knelpunten:

- Geen duidelijke begrenzing kernwinkelgebied en aanloopstraten, zeer langgerekt
- Oversteekbaarheid Van Echtenskanaal NZ, beleving voor- en achterkanten van Schip I en II
- Matig onderhoud vastgoed
- Sfeer, beleving en uitstraling beperkt, weinig horeca.
- Verborgen leegstand door ontbreken van opvolging. Leegstand vraagt toenemende aandacht
- Ontbreken van ruimte voor uitbreiding ALDI en Lidl met onzekerheid over verplaatsing

Nieuw-Amsterdam 46



KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	+/-
COMMERCIËLE UITSTRALING	+
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+/-
OVERIGE VOORZIENINGEN	+/-

NIEUW-AMSTERDAM	KERNVERZORGEND CENTRUM KLEIN	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	1 (2%)	539
11.010-LEVENSMIDDELEN	12	4.693
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	2	236
22.030-WARENHUIS	1	399
22.040-KLEDING & MODE	4	810
22.050-SCHOENEN & LEDERWAREN	1	183
22.060-JUWELIER & OPTIEK	2	122
22.070-HUISHOUDELIJKE- & LUXE AR	1	231
35.100-SPORT & SPEL	1	74
35.110-HOBBY	1	35
35.120-MEDIA	1	111
37.130-PLANT & DIER	3	332
37.180-WONEN	2	789
59.210-HORECA	7	633
59.220-CULTUUR	1	295
65.260-AMBACHT	2	93
65.290-PARTICULIERE DIENSTVERLEN	1	21
TOTAAL	43	9.596

6.944 personen

€ 36.400 gemiddeld p.j.

3.070 huishoudens

2,3 personen gemiddeld

Type: Kernverzorgend centrum klein
Beschrijving: Deze recent opgeknapte dorpskern beschikt over een compleet aanbod dagelijks (4 supermarkten) plus overige winkels en functies. Het gebied heeft een verzorgde uitstraling, goede ontsluiting en verspreide parkeergelegenheid. Het is langgerekt en eenzijdig, met grote afstanden tussen het aanbod. Behalve een lokale+ functie is Nieuw-Amsterdam dé ingang van Emmen voor de vaart.

Ontwikkelingen:

- Centrumplan (2013) tot uitvoering gebracht, o.a. COOP is verplaatst naar het centrum
- Professionalisering van ondernemersvereniging / samenwerking tot stand gebracht
- Bibliotheekruimte komt leeg in centrum
- Verzilveren toeristisch potentieel (horeca, pleziervaart, museum)

Knelpunten:

- Concentratie en compactisering van winkelgebied (afronden centrumplan)
- Aandacht voor eventuele verborgen plancapaciteit en versnipperde eigendomssituatie waardoor detailhandelsaanbod alsnog groeit
- Geen duidelijke verbinding

Schoonebeek



KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+/-
TREKKERSBEELD	-
ROUTING EN OPZET	+/-
COMMERCIËLE UITSTRALING	-
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	+/-

SCHOONEBEEK	KERNVERZORGEND CENTRUM KLEIN	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	5 (19%)	672
11.010-LEVENSMIDDELEN	4	1.071
11.020-PERSOONLIJKE VERZORGING	1	172
22.040-KLEDING & MODE	1	101
37.130-PLANT & DIER	2	230
37.180-WONEN	2	3.016
59.210-HORECA	5	695
59.220-CULTUUR	1	150
59.230-ONTSPANNING	1	35
65.260-AMBACHT	2	95
65.280-FINANCIËLE INSTELLING	1	12
65.290-PARTICULIERE DIENSTVERLEN	2	46
TOTAAL	27	6.295

4.857 personen

€ 39.700 gemiddeld p.j.

2.080 huishoudens

2,3 personen gemiddeld

Type: Kernverzorgend centrum klein

Beschrijving: Dit winkelgebied is gelegen in de kern Schoonebeek en vervult ook voornamelijk een ondersteunende functie hiervoor. Met de Wingerd beschikt Schoonebeek over een (voormalig) winkelcentrum met nu nog een COOP en dagelijks aanbod. Dit aanbod is afzijdig gelegen ten opzichte van het Pallertplein, met beperkte samenhang tussen de twee deelgebieden. Het centrum van Schoonebeek is recent opnieuw ingericht, waarbij duidelijk is gekozen voor groen en uitstraling (eigen DNA), waardoor o.a. het Pallertplein prettig aan doet.

Ontwikkelingen:

- Herinrichting centrum o.b.v. structuurvisie centrum Schoonebeek (2013), o.a. sloop middenblok en herinrichting Pallertplein. Onderzoek COOP naar zuidzijde van het plein.

Knelpunten:

- Verbinding de Wingerd en Pallertplein
- Functie en invulling de Wingerd
- Parkeergelegenheid bij verplaatsing COOP
- Dreigend niveau van leegstand, mede door beperkt draagvlak

Meubelboulevard

Type: Grootschalige concentratie
Beschrijving: Deze monofunctionele detailhandelslocatie voor volumineuze goederen beschikt over (voornamelijk) verkooppunten in de branche 'wonen'. Het solitair gelegen terrein ligt middenin een industrieel gebied maar staat met bebording goed aangegeven. Het aanbod bestaat uit verschillende segmenten wat betreft prijscategorie en is met elkaar verbonden (shop-in-shop). Door de sterke samenwerking profileert ze zich goed met gezamenlijke marketing en promotie, en is er voldoende parkeercapaciteit op eigen terrein.

Ontwikkelingen:

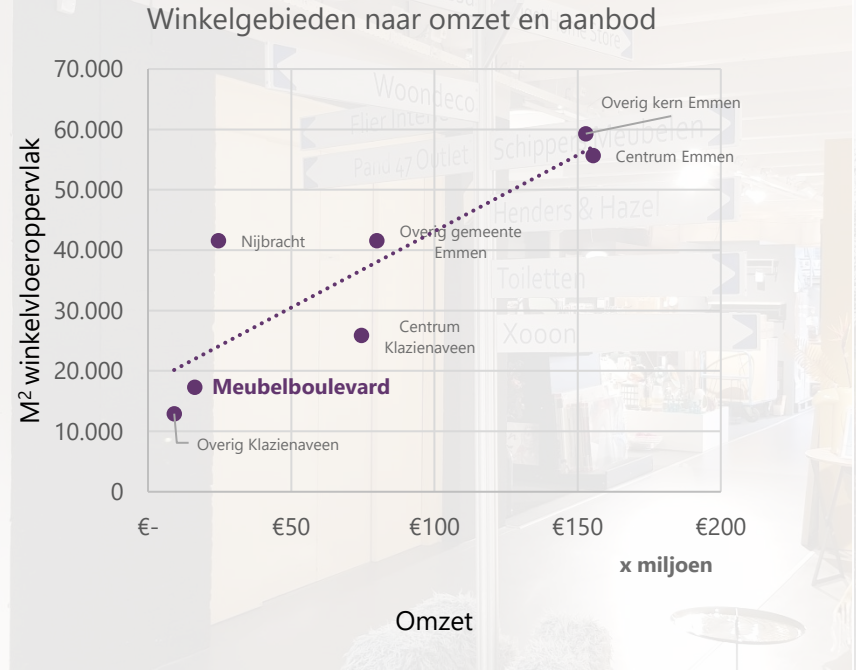
- Verplaatsing naar Nijbracht (beleid 2008) is niet van de grond gekomen
- Vestiging kringloopwinkel, wat betreft meubelen gerelateerd aan branche wonen

Knelpunten:

- (Toekomstige) leegstand en uitbreidingswens
- Beleving Cornelis Houtmanstraat en bedrijvigheid
- Uitstraling en bezoekmotief kringloop vult leegstand maar doet afbreuk aan meubelboulevard
- Veiligheid en zakelijk verkeer is een thema vanwege omliggende categorie-5 industrie

KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+/-
TREKKERSBEELD	+
ROUTING EN OPZET	+/-
COMMERCIËLE UITSTRALING	+
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+/-
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	-
BEREIKBAARHEID	+/-
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	-





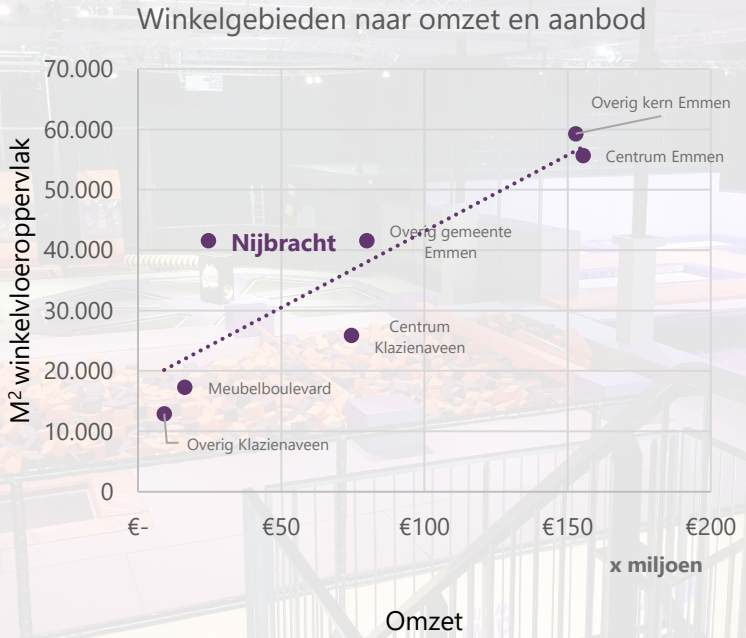
MEUBELBOULEVARD	GROOTSCHALIGE CONCENTRATIE	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	1 (11%)	578 (3%)
37.180-WONEN	7	14.791
38.200-DETAILHANDEL OVERIG	1	1.965
TOTAAL	9	17.334

Nijbracht Center



KWALITATIEVE ANALYSE	- | -/+ | +
BRANCHERING/AANBOD	+
TREKKERSBEELD	+/-
ROUTING EN OPZET	-
COMMERCIËLE UITSTRALING	+/-
INRICHTING OPENBARE RUIMTE	+
LIGGING IN VERZORGINGSGEBIED	+
BEREIKBAARHEID	+
PARKEREN	+
OVERIGE VOORZIENINGEN	+/-

BARGERMEER NIJBRACHT	GROOTSCHALIGE CONCENTRATIE	
HOOFDBRANCHE	VKP	WVO
00.000-LEEGSTAND	2 (8%)	2.970 (6%)
37.130-PLANT & DIER	3	10.889
37.170-DOE-HET-ZELF	4	11.988
37.180-WONEN	16	24.856
59.230-ONTSPANNING	1	25
TOTAAL	26	50.728



Type: Grootschalige concentratie
Beschrijving: Functionele detailhandelslocatie voor volumineuze goederen met enkele (sub)trekkers (tuin, bouwmarkten, woonwarenhuizen). Een grote trekker als Ikea ontbreekt. Goed bereikbare locatie, dicht bij de stad en uitvalswegen (met bebording Nijbracht Center) en met veel parkeergelegenheid. Aanbod ligt wat ver uit elkaar en is onsamenhangend. Eenderde van de verkooppunten is kleiner dan 1.000 m2 wvo.

Ontwikkelingen

- Recente toevoeging van leisurefuncties (Urban Jump en Playground en ProfitGym) in leegstaande units (nog niet in cijfers Locatus). KFC is nieuw bij gebiedsentree.

Knelpunten

- Beperkte samenwerking (gezamenlijke promotie, sfeer en beleving, schoon, heel en veilig)
- Beperkte ruimtelijke samenhang, opzet niet ingericht voor direct combinatiebezoek (auto verplaatsen)
- Met meerdere locaties met In/Om Huis-thema (Meubelboulevard) is er geen concentratie (enige spreiding doe-het-zelf en tuin wel gewenst)
- Veiligheid en beleving is een thema vanwege omliggende categorie-5 industrie (Emmtec) en andere bedrijvigheid, met (doordeweeks) menging van consumenten- en zakelijk verkeer.



Bijlagen

Bijlage 1: Overzicht procesaanpak

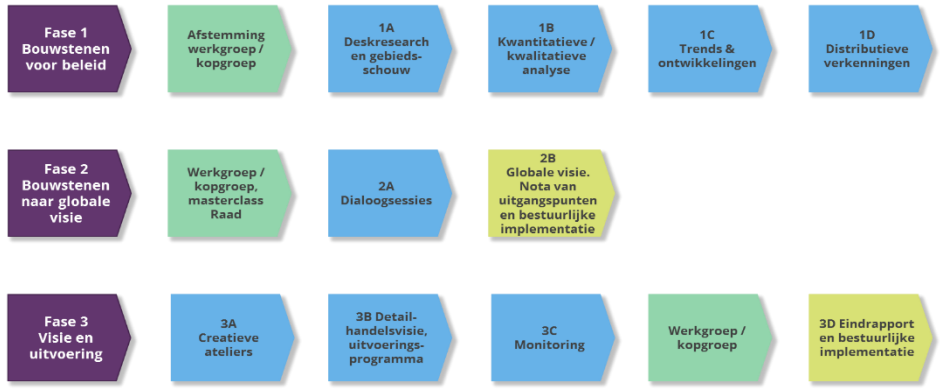
De volgende stappen zijn ondernomen om tot de bouwstenen te komen, waarbij bij bijeenkomsten de maand is genoemd waarin de bijeenkomst heeft plaatsgevonden:

Fase 1:

- Startbijeenkomst werkgroep en kopgroep (De Koepel) (feb.)
- 2-daagse schouw (feb.)
- Individueel gesprek wethouder Rink en van der Weide (feb-mrt)
- Evaluatie huidige beleidskader
- Kwalitatieve/kwantitatieve analyse
- Benchmark branchering
- Draagvlakanalyse
- Opstellen factsheet per detailhandelslocatie
- Trends en ontwikkelingen
- Tussentijdse bijeenkomst werkgroep en kopgroep (twee keer) (apr.-mei)
- Analyse koopstromenonderzoek en distributieve vergelijking (op basis van omvang en omzet)

Fase 2:

- Bijeenkomst afstemming resultaten fase 1 met werkgroep en kopgroep (jun.)
- Aanscherpen analyses op basis van bijeenkomst
- Formuleren kernopgaven en scenario-ontwikkeling
- Dialoogsessie Perifere detailhandelslocaties (jun.)
- 1e Dialoogsessie Koepel+ (jun.)
- Werksessie college van Burgemeester en Wethouders (okt.)
- Delen informatieve brief met ondernemers (nov.)
- Masterclass met de Raad (digitaal) (nov.)
- 2e Dialoogsessie Koepel+ (nov.)
- Rapportage Nota van Uitgangspunten
- Besluitvorming Nota van Uitgangspunten in gemeenteraad



Bijlage 2: Trends en ontwikkelingen (macro en sectorspecifiek)







Tijd is een schaarste

We leven in een hectische samenleving waarin de druk om te presteren en een grote keuzevrijheid voor stress kunnen zorgen. Hierbij is tijd een schaarste: De verwachting van de consument is dat behoeften steeds sneller bevredigd (kunnen) worden. Deze toenemende vluchtigheid en vergankelijkheid gaat samen met een stijgende wens voor meer gemak in aankoopprocessen.

Denk aan: 'Just-walk-out' shops, waar m.b.v. slimme technologie je product automatisch wordt afgerekend

Diverse markt

De (producten)markt wordt steeds diverser. De consument heeft een enorme keuze aan producten, diensten en belevingen. Unieke en onderscheidende concepten zijn daardoor noodzakelijk om de concurrentie aan te kunnen. Aanbieders zoeken naar mogelijkheden om de consument fan van hun merk te maken. Online en offline steeds sterker in elkaar vervlochten.

Denk aan: Persoonlijke aandacht, waar medewerkers ambassadeur van het merk of product zijn

Diversiteit en socialisering

We verwachten steeds meer dat organisaties nadenken over sociale issues en hier een standpunt over innemen. Ondertussen willen we verbinding met onze naasten en met elkaar. Dit zorgt ervoor dat we de diversiteit (generatieverschillen, afkomstverschillen, huishoudensverschillen, stad-platteland) meer herkennen, omarmen en diensten op de verschillende behoeften afstemmen.

Denk aan: Slow-lanes of -hours in de supermarkt waar senioren op hun gemak kunnen winkelen en afrekenen

Trends en ontwikkelingen: Detailhandel



Onderscheidend zijn

In de detailhandel zijn onderscheidende concepten steeds belangrijker. Onder andere door de komst van online winkelen is de concurrentie groot. Een beleving toevoegen aan het winkelconcept kan hierin belangrijk zijn.

Ondernemers in Emmen horen elkaar te inspireren om deze beleving toe te voegen aan het aanbod. Anderzijds kunnen experience-shops ook kansrijk zijn voor bijvoorbeeld Emmen-centrum.



Winkelen als recreatie

Winkelen wordt steeds vaker gezien als een dagje uit. Vaak wordt het gecombineerd met een café- of restaurantbezoek.. Consumenten gaan weer naar de binnenstad toe voor een leuk uitje. Ze vinden er zaakjes die een unieke beleving bieden en die kleur en smaak geven aan de winkelstraat. Daarnaast komt er meer ruimte voor cultuur, sport en entertainment.

Met name voor Emmen-centrum geldt dat dit als belangrijke ontwikkeling. Voldoende horeca in verschillende segmenten moet de consument van een hapje en drankje kunnen voorzien.



Persoonlijke aandacht

Steeds meer winkels zetten in op hospitality en niet op sales. Ze trainen medewerkers om de interactie aan te gaan met de klant, waardoor je als klant geen druk voelt om iets te kopen. Werknemers zijn echte merkambassadeurs, hebben passie voor het merk en weten alles van de producten. De klant mag alles proberen of wordt ter plekke gedemonstreerd.

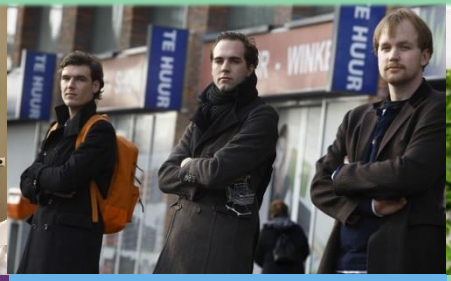
Het inspireren van ondernemers in Emmen om ze in deze mindset te krijgen biedt kansen voor aanbieders om de kwaliteit van het winkelproduct Emmen te versterken. Leren van elkaar, en dit leren faciliteren als overheid zijnde is hierin absoluut kansrijk



Branchevervaging

Winkels verkopen steeds meer branchevreemd aanbod: supermarkten verkopen computers en huishoudelijke artikelen, bouwmarkten verkopen (tuin)meubels, drogisterijen worden meer warenhuizen et cetera.
Een verdergaande vorm van branchevervaging bestaat uit (nieuwe) combinaties van detailhandel, diensten-ambacht en/of horeca in één ruimte, waaronder de shop-in-shop-concepten.

Deze branchevervaging biedt kansen maar ook uitdagingen voor gemeente Emmen. Duidelijke afbakeningen, flexibel beleid (niemand weet wat plaats vindt over 5 jaar) en het benoemen van specifieke ontwikkelrichtingen en -locaties is belangrijk om kaders te bieden voor deze trend.



Minder zelfstandige retailondernemers

Vergrijzing van het ondernemersbestand zonder bedrijfsopvolging leidt er toe dat steeds meer zelfstandige ondernemers stoppen. Zelfstandige winkeliers krijgen het steeds moeilijker hun positie te verdedigen, onder andere vanwege de beperkte investeringsmogelijkheden in vergelijking met winkelketens en hun ruime openingstijden.

Gedurende het proces bleek dat bedrijfsopvolging of aantrekken van nieuw ondernemerschap in de retail een belangrijk knelpunt is. Belangrijke vraag is dan ook: Hoe zorgen we dat het voor ondernemers aantrekkelijk wordt/blijft om binnen de detailhandel aan de slag te gaan. Ruimte voor ondernemer-schap vormt een belangrijke randvoorwaarde in het beleid



Doorgroei webwinkels

Het internetaandeel webwinkels varieert sterk per branche, maar neemt in vrijwel alle branches toe. In de non-food ligt het marktaandeel op circa 10%, in de food op 1 tot maximaal 2%. Fysiek en online verkoop gaan volledig integreren. In sectoren waar het fysieke product door technologische ontwikkelingen volledig verdwijnt, zullen winkels verdwijnen of hun functie zien verschuiven naar persoonlijke service, afhaal en beleving. Anderzijds vormen webwinkels met een fysieke winkel ook weer voor nieuwe kansen, zoals fysieke winkels van Coolblue.

Het is evident dat in het beleid kaders moeten worden geboden om deze integratie van fysiek en online ruimte te bieden.

Trends en ontwikkelingen

Dagelijks

Niet-Dagelijks













Toename omzet en bezoekfrequentie

De bestedingen in de dagelijkse sector nemen jaarlijks (nominaal) toe met 1 tot 2%. In 2020 stijgt de omzet van supermarkten naar verwachting met 5%-10% (Corona), Er wordt vanuit gegaan dat een positieve ontwikkeling voortduurt. Dit in tegenstelling tot de bestedingen in de niet-dagelijkse sector, waar tussen globaal 2009 en 2019 er sprake was van een teruggang en daarna een lichte groei.

Goede bereikbaarheid, voldoende parkeergelegenheid en het stimuleren van combinatiebezoek blijven kritische randvoorwaarden voor met name wijk- en kernwinkelcentra.

Combinatiebezoek meerdere supermarkten

Consumenten bezoeken meer formules dan vroeger. Zij hebben doorgaans een vaste servicesupermarkt als eerste aankoopplaats, maar bezoeken daarnaast (met een lagere frequentie) afwisselend andere supermarkten. Hier komt bij dat supermarkten steeds groter worden: van gemiddeld wvo 768 (2005) naar 1,087 (2019). Een grotere supermarkt kan beter voorzien in de behoeften van de kritische consument met hoge eisen aan gemak en service.

Supermarktaanbod de consument (en dus z'n inwoners) laten bedienen moet topprioriteit zijn van de gemeente

Groei online en offline

De online aankopen van voeding en andere dagelijkse producten groeien. Inmiddels ligt het marktaandeel van online dagelijkse boodschappen op meer dan 5% volgens Gfk. De verwachting is dat dit zal stijgen naar circa 7% in 2025. Dus hoewel het online aandeel stijgt, groeit ook het fysieke kanaal. Per saldo kunnen de fysieke bestedingen blijven groeien bovenop de verwachte prognose van het marktaandeel van de online bestedingen in de dagelijkse sector.

Voor Emmen houdt dit in dat het behouden en versterken van draagvlak (inwoneraantal) een belangrijke vereiste is om mee te liften in deze groei.

Multifunctionele PDV-locaties

Steeds vaker komt naar voren dat monofunctionele woonboulevards in bestaan afnemen. PDV-locaties hebben vaker het profiel van In/Om Huis, inclusief andere functies, zoals horeca en leisure. Deze integratie draagt positief bij aan het functioneren van PDV-locaties, maar ook aan de beleving en algehele kwaliteit van de locatie.

Een ontwikkeling die ook op Nijbracht Center al zichtbaar is in de vorm van Jumpsquare en het Soccer Center. Het is zeer de vraag in hoeverre dit een gewenste ontwikkeling op een shop-and-run-center zoals Nijbracht. Het is dan ook meer een welkome invulling voor leegstaande panden dan een gewenste situatie.

Bouwmarkten als trekkers PDV-locaties

Bouwmarkten fungeren steeds vaker als belangrijke trekker op PDV-locaties. Voornaamste reden hiervoor is hun bezoekersintensiteit en het diverse aanbod. Consumenten kunnen voor diverse producten bij bouwmarkten terecht, zo ook voor een woon-gerelateerd assortiment (keuken, vloeren, lampen, etc.).

Het aantrekken van bouwmarkten is een interessante mogelijkheid voor PDV-locaties in Emmen. Dit wordt gezien als een gewenste ontwikkeling, waarvoor ruimte moet worden geboden.

Afname aantal tuincentra

In tegenstelling tot de tuinartikelenbranche, neemt het aantal tuincentra geleidelijk steeds verder af. De afgelopen tien jaar is ruim een kwart van de tuincentra verdwenen. Het totale WVO neemt echter 'maar' met 7,8% af. De conclusie is dan ook dat het gemiddelde tuincentrum flink groter wordt. In 2010 was dat nog 2.416 m^2, terwijl dat nu 3.008 m^2 is. De grootste winkelformules naar totaal metrage zijn Intratuin (gemiddeld 8.000 m2 wvo per verkooppunt) en GroenRijk (gemiddeld 3.250 m2 wvo per verkooppunt, Locatus, 2019).

Met Intratuin heeft Emmen een tuincentrum van formaat in huis. Behoud van deze trekker is van groot belang voor Nijbracht Center

SEINPOST ADVIESBUREAU B.V.
Brugstraat 1A
5211 VS 's Hertogenbosch

088 - 210 02 00
info@seinpost.com
www.seinpost.com

Luc van den Boogaart
Rien Romijn
Ton Peters

SEINPOST
ADVIESBUREAU