

DROOGH TROMMELEN EN PARTNERS



Detailhandelsstructuurvisie Veendam





Opdrachtgever: Gemeente Veendam
Contactpersoon: Mevrouw A. Wijninga

Projectteam DTNP: Mevrouw L. Dicou
De heer W. Frielink

Projectnummer: 1288.0313

Datum: 20 juni 2013

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Graafseweg 109 6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83 **F** 024 - 378 06 53

E info@dtnp.nl **W** www.dtnp.nl

Detailhandelsstructuurvisie Veendam



Inhoudsopgave

1	Inleiding	1	Bijlage 1	Begeleidingscommissie	27
2	De nieuwe winkelmarkt	2	Bijlage 2	Begrippenlijst	27
2.1	Landelijke trends in de detailhandel	2			
2.2	Verschillen per gebied en locatie	5	Bijlage 3	Branche-indeling detailhandel	29
3	Uitgangssituatie	7	Bijlage 4	Winkelaanbod Veendam	30
3.1	Inwoners en ligging	7			
3.2	Detailhandelsstructuur	8	Bijlage 5	Distributieve mogelijkheden	31
3.3	Positie in de regio	12			
3.4	Winkelplannen	13	Bijlage 6	SWOT per winkelgebied	34
3.5	Indicatie distributieve mogelijkheden	14			
3.6	Conclusie analyse	14			
4	Visie winkelstructuur	16			
4.1	Ambities en uitgangspunten	16			
4.2	Beoogde hoofdwinkelstructuur	18			
4.3	Centrum Veendam	19			
4.4	Wijkwinkelstructuur	19			
4.5	PDV-zone	21			
4.6	Overige winkellocaties	21			
5	Beleidskader	22			
5.1	Beleidsregels	22			
5.2	Beoordelingsschema	25			

1 Inleiding

Aanleiding

Het huidige ruimtelijke detailhandelsbeleid van de gemeente Veendam stamt uit 2001 en is in 2007 geactualiseerd. Sindsdien hebben zich diverse ontwikkelingen in de winkelmarkt voorgedaan (o.a. landelijke trends en lokale ontwikkelingen in supermarktbranche). Bovendien is de gemeente Veendam bezig met het actualiseren van bestemmingsplannen. De gemeente heeft daarom behoefte aan een geactualiseerd ruimtelijk detailhandelsbeleid.

Doel- en vraagstelling

Het doel is te komen tot een actuele en goed onderbouwde visie op de gewenste detailhandelsstructuur in Veendam, op basis waarvan initiatieven van marktpartijen getoetst kunnen worden en besluiten kunnen worden gemotiveerd. Om hiertoe te komen worden de volgende vragen beantwoord:

1. Hoe ziet de huidige vraag- en aanbodstructuur van Veendam en de omliggende regio eruit?

2. Welke trends en ontwikkelingen spelen er in de detailhandel, in de regio en in Veendam, en welke invloed hebben deze op de detailhandel in Veendam?
3. Wat zijn per (toekomstig) winkelgebied de zwakke en sterke punten? Waar liggen de kansen en bedreigingen?
4. Wat is de gewenste en haalbare positie van de afzonderlijke (toekomstige) winkelgebieden, wat is het (beoogde) type winkelgedrag, wat is de verzorgingsfunctie en -bereik en welk programma aan winkels horen hierbij?
5. Hoe kan de gewenste structuur verankerd worden in het (ruimtelijk) beleid? Hoe kunnen toekomstige initiatieven worden getoetst?

Werkwijze

De totstandkoming van dit rapport is begeleid door een commissie (bijlage 1), waarmee verschillende keren tussentijds is teruggekoppeld. Aan de raadscommissie VROM is een presentatie gegeven over algemene trends en ontwikkelingen in de detailhandel. Ook heeft er terugkoppeling plaatsgevonden met de Veendamse en Wildervankse ondernemers.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op actuele landelijke trends en ontwikkelingen in de detailhandel.

Hoofdstuk 3 geeft een beschrijving en beoordeling van de uitgangssituatie: het huidige aanbod, bevolking, marktruimte, plannen, etc.

Hoofdstuk 4 gaat in op ambities en keuzes voor de toekomstige structuur. Dit leidt uiteindelijk tot een visie op de beoogde winkelstructuur in Veendam.

In hoofdstuk 5 wordt de visie uitgewerkt in beleidregels. Het hoofdstuk sluit af met een toetsingskader voor nieuwe initiatieven.

In bijlage 2 is een overzicht van de belangrijkste begrippen uit deze detailhandelsstructuurvisie opgenomen.

2 De nieuwe winkelmarkt

2.1 Landelijke trends in de detailhandel

Van groei naar verdringing

De winkelmarkt in Nederland is sterk aan het veranderen. Waar in het verleden sprake was van een steeds maar groeiende markt vindt nu verdringing plaats. Deze wijzigende markt is ook in Veendam zichtbaar. Om de toekomstige kansen voor detailhandel in Veendam te kunnen bepalen, is het dan ook goed inzicht te krijgen in de belangrijkste trends en de gevolgen daarvan. Naast de recessie speelt een aantal autonome (structurele) trends, die elkaar versterken.

Enorme toename winkelaanbod

Het totale winkeloppervlak in Nederland is tussen 2001 en 2012 met 25% gegroeid tot ± 28 miljoen m² winkelvloeroppervlak (wvo). Daarnaast staat ± 3 miljoen m² wvo leeg (bijna 10%). Deze enorme toename van winkeloppervlak is het gevolg van schaalvergroting van winkels (kostenreductie, ruimer assortiment) en realisatie van veel nieuwe winkelprojecten (vooral op perifere locaties).

Schaalvergroting op alle fronten

De schaalvergroting in de detailhandel leidt tot grote veranderingen in het winkellandschap.

- De omvang van de gemiddelde winkel groeide van ± 215 naar ± 275 m² wvo: nieuwe winkelruimte is gemiddeld groter dan voorheen, terwijl kleine winkels vaker verdwijnen.
- Het aandeel filiaalbedrijven nam toe van 26% in 2002 tot 37% in 2012. Filialisering is een vorm van schaalvergroting.
- Het aantal m² winkel per inwoner is in tien jaar tijd met ± 20% toegenomen, doordat de omvang van het winkelaanbod sneller groeide dan de omvang van de bevolking.
- Ook in de winkelstructuur vindt schaalvergroting plaats: door het groeiende winkelaanbod is de concurrentie tussen winkelcentra groot. Grote centra worden groter, ten koste van kleinere winkelcentra. Kleine centra staan steeds meer onder druk en verdwijnen soms zelfs.

Meer zelfstandigen met pensioen

Het dalende aantal zelfstandigen komt niet alleen door de opkomst van filialen. Er vindt ook een autonome afname plaats door vergrijzing en afname van de beroeps-



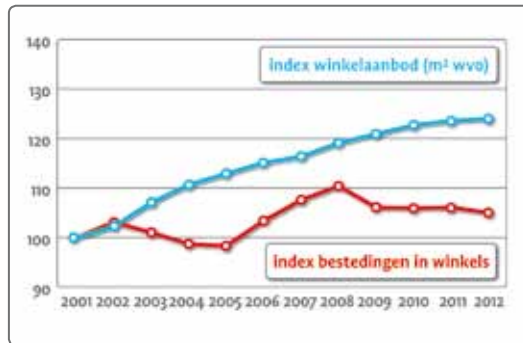
Omvang per winkel is toegenomen



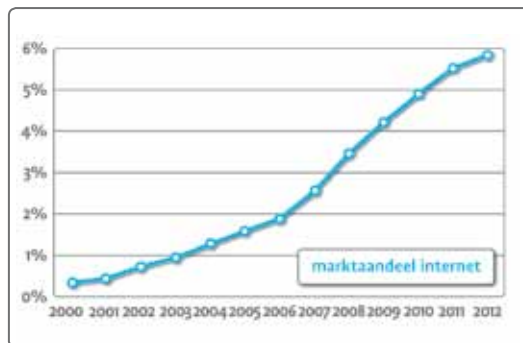
Aandeel filiaalbedrijven nam toe



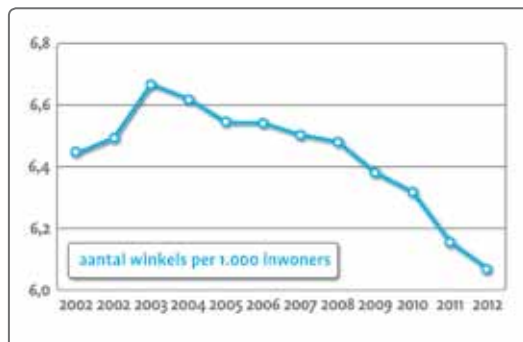
Flinke toename van winkelaanbod per inwoner



Balans tussen vraag en aanbod is verstoord



Marktaandeel internet neemt snel toe



Daling van aantal winkels per inwoner

bevolking. De komende tien jaar gaat een groeiend deel van de bevolking met pensioen. Dit geldt ook voor de zelfstandige winkeliers. Circa 40% van hen is ouder dan 50, eenzesde zelfs ouder dan 60 jaar. Meer dan voorheen gaan zelfstandigen stoppen. Zij worden minder opgevolgd door starters. Veel winkels sluiten zonder opvolger.

Consumentenbestedingen blijven achter

De groei van de bestedingen blijft achter bij de groei van het aanbod. Tot 2008 namen de bestedingen in winkels per inwoner toe, maar daarna zien we een daling, mede door de economische recessie. De balans tussen vraag en aanbod is hierdoor verstoord.

De schaalvergroting in de detailhandel in combinatie met gelijkblijvende of dalende bestedingen leiden tot een afname van de gemiddelde omzet per m² in winkels.

Verschuiving bestedingen naar internet

Bestedingen nemen niet alleen af, er vindt ook een verschuiving plaats naar webwinkels. In de totale detailhandel is de rol van internet tot op heden nog bescheiden en groeide van 1% naar 6% marktaandeel. In bepaalde branches

is het marktaandeel al veel hoger (bijv. 24% in vrije tijd, 17% in elektronica)*.

Naar verwachting komt internet als volwaardig aankoopkanaal de komende jaren verder op gang; techniek en logistiek ontwikkelen zich, generaties consumenten groeien op met internet. Het marktaandeel van internet in non-food detailhandelsbestedingen bedraagt inmiddels circa 10% en zal dit decennium toenemen. Ook is een toename van dagelijkse aankopen via internet te verwachten. Internet biedt bestaande winkels kansen op meer omzet (multichannel). In belangrijke mate zal dit vooral leiden tot een verschuiving van omzet en per saldo een afname van het winkeloppervlak.

Versterkte trends in woon- en DHZ-branchen

Overaanbod en afnemende en stagnerende vraag zijn versterkt aanwezig bij woon- en doe-het-zelfzaken. Dit is niet alleen het gevolg van de woningmarktcrisis. Met name in de eerste helft van de jaren '00 zijn er veel woonboulevards gebouwd. Dat heeft geleid tot een zeer sterke stijging van het aanbod, terwijl

* I&O, Koopstromenonderzoek Randstad 2011

de bestedingen in woonzaken sindsdien alleen maar zijn gedaald. Ook in de doe-het-zelfbranche zijn vraag en aanbod veel sterker uit elkaar gegroeid dan gemiddeld in de detailhandel. Het overaanbod in de woon- en DHZ-branches is naar verwachting structureel, mede doordat ook in deze branches bestedingen steeds meer via internet lopen.



Woonbranche: overaanbod, dalende bestedingen



Trends ook in doe-het-zelfbranche aanwezig

Conclusie: minder behoefte aan fysieke winkels

De gevolgen van de ontwikkelingen zijn groot in de winkelmarkt. De groei van internet en demografische ontwikkelingen (o.a. vergrijzing, stagnatie van groei/krimp) leiden tot een afnemende behoefte aan fysieke winkels. Formules met een groot oppervlak en/of veel vestigingen verdringen kleinschalige spelers. Naar verwachting zal het winkelaanbod hierdoor de komende jaren afnemen, met structurele leegstand tot gevolg. Landelijk bedraagt de gemiddelde leegstand al 9,8%.



De integratie van offline ('bricks') en online ('clicks') wordt steeds belangrijker ('multichannel')

Bezoekmotieven van consumenten



Recreatief winkelen

Ontspanning, vermaak en beleving in een sfeervolle ambiance: 'een dagje stad, ik zie wel of ik iets koop'.



Vergelijkend winkelen

Oriëntatie, aankoop van een smaak- of keuzegevoelig artikel: 'op zoek naar een nieuwe bank, jas, flatscreen, etc.'



Boodschappen doen

Frequent gekochte artikelen, deels vers, gemak en nabijheid belangrijk: 'handig, dichtbij, alles bij elkaar'.



Doelgericht aankopen

Artikel al in het hoofd, snelheid, efficiëntie en verkrijgbaarheid bepalend: 'snel ... halen' (runshoppen).

2.2 Verschillen per gebied en locatie

Verschillen per winkelgebied

De ontwikkelingen in de winkelmarkt hebben verschillende gevolgen per type winkelgedrag en type winkelgebied. Per saldo zullen winkels op goede locaties winkels op zwakke locaties verdringen. Dit betekent bedreigingen (toename van structurele leegstand) voor het ene winkelgebied, en kansen voor het andere.

Het gedrag van consumenten bepaalt in belangrijke mate de kansen voor winkelgebieden. De consument kiest elke keer weer zijn winkel of winkelgebied (online en offline), afhankelijk van zijn motief op dat moment. Vier typen gedrag domineren: recreatief winkelen, vergelijkend winkelen, boodschappen doen en doelgericht aankopen (zie kader 'bezoekmotieven van consumenten').

Kansrijke gebieden: beleving en boodschappen

Grote hoofdcentra (binnensteden) hebben een sterke uitgangspositie door het grote aanbod. Zij kunnen zich met sfeer en beleving blijven onderscheiden van internet. Ook boodschappencentra blijven kansrijk, mits het

aanbod compleet is en keuze biedt in de nabijheid van de consument (gemak).

Kwetsbare gebieden: kleinschalig en 'run'

Kwetsbaar zijn centra die te klein zijn (buurt- en kleine dorpscentra) en/of centra met weinig onderscheidend vermogen (middelgrote centrumgebieden). Uit recent onderzoek van DTNP blijkt dat veel landelijke winkelformules niet meer investeren (vestigen, uitbreiden) in dit type centra. Op termijn zullen hier formules gaan verdwijnen. Ook kwetsbaar zijn centra, die zich specifiek richten op prijs en 'run' (grootschalige locaties in de periferie). Deze functie is door internet overgenomen (meest makkelijke en goedkope aankooplocatie).

Conclusie

Van de groei gedachte van de afgelopen jaren moet definitief afscheid worden genomen. Dit betekent echter niet dat nergens meer geïnvesteerd kan worden. Wel zijn selectieve keuzes in de structuur noodzakelijk: alleen nog op die locaties investeren die de detailhandelsstructuur kwalitatief versterken. In deze actuele detailhandelsstructuurvisie voor Veendam worden deze keuzes duidelijk gemaakt en nader onderbouwd.

Kansrijke winkelgebieden



Sfeer en beleving

Consumenten blijven de behoefte houden om recreatief te winkelen. Zij kiezen voor winkelgebieden met de meeste sfeer en beleving.



Dagelijks en gemak

Snel de boodschappen doen. Er is voldoende keuze (aanbod), de locatie is goed bereikbaar en er zijn voldoende parkeerplaatsen.

Kwetsbare winkelgebieden



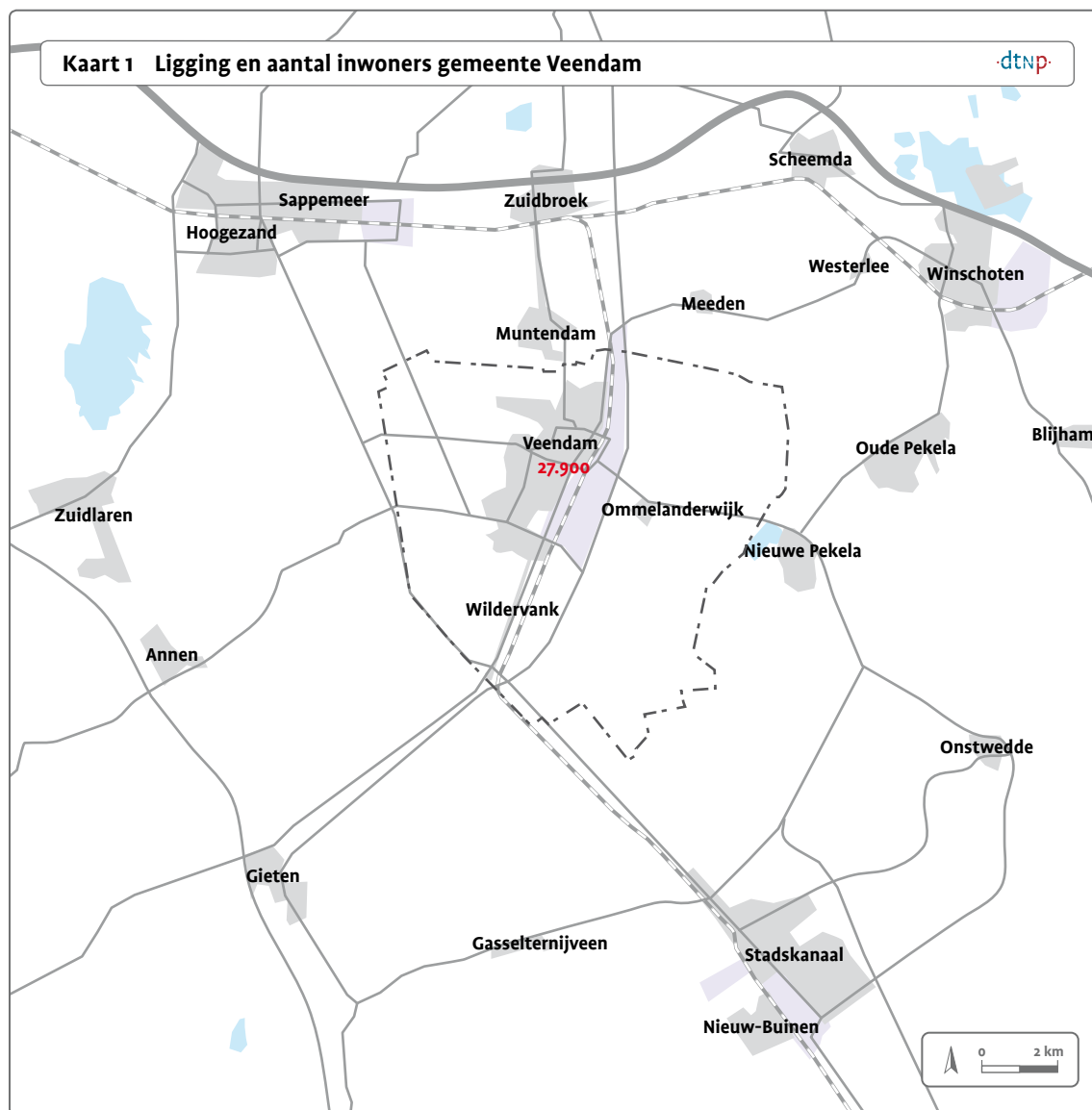
Klein en kleurloos

Onaantrekkelijke gebieden door weinig keuze (weinig aanbod) en/of onvoldoende onderscheidende winkels ('dertien in een dozijn').



Prijs en run

Deze winkelgebieden kunnen zich slecht onderscheiden van internet. Internet biedt meer keuze en de laagste prijs.



3 Uitgangssituatie

3.1 Inwoners en ligging

Aantal inwoners en prognose

De gemeente Veendam ligt in de regio Oost-Groningen, tegen de grens met Drenthe. De gemeente heeft ongeveer 27.900 inwoners, waarvan het grootste deel in de kern Veendam (± 20.000) en in Wildervank (± 5.700) woont*. In de komende jaren zal het inwonertal ongeveer stabiel blijven. De prognose van het CBS gaat uit van een beperkte groei tot circa 28.900 inwoners in 2020*, de Primos-prognose van een beperkte krimp tot circa 27.240 (-2,4%)**.

Ligging in de regio

Rondom Veendam liggen de plaatsen Winschoten (± 18.000 inwoners), Stadskanaal (± 20.000 inwoners) en Hoogezand-Sappemeer (± 30.000 inwoners). Het tussengebied is relatief dunbevolkt, met onder andere Oude Pekela (± 8.000 inwoners) en Muntendam (± 4.600 inwoners). Op grotere afstand van Veendam liggen de steden Groningen en Assen.

* CBS (2012), 'Kerncijfers wijken en buurten'

** ABF Research, 'Primos Prognose 2011'

3.2 Detailhandelsstructuur

Omvang winkelaanbod

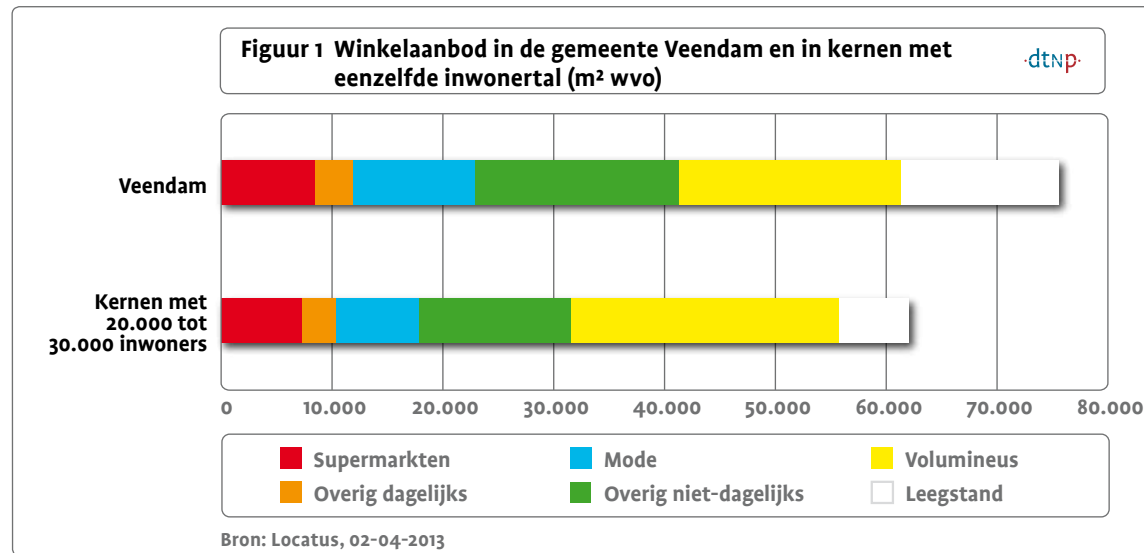
Het winkelaanbod in de gemeente Veendam is in totaal circa 62.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo) groot (figuur 1). Daarnaast staat ruim 14.000 m² wvo leeg (voor een groot deel buiten reguliere winkelcentra)*. Ten opzichte van kernen met eenzelfde aantal inwoners heeft Veendam een uitgebreid winkelaanbod. Vooral het aanbod in de niet-dagelijkse sector (mode en overig niet-dagelijks) is relatief sterk**.

Centrum Veendam

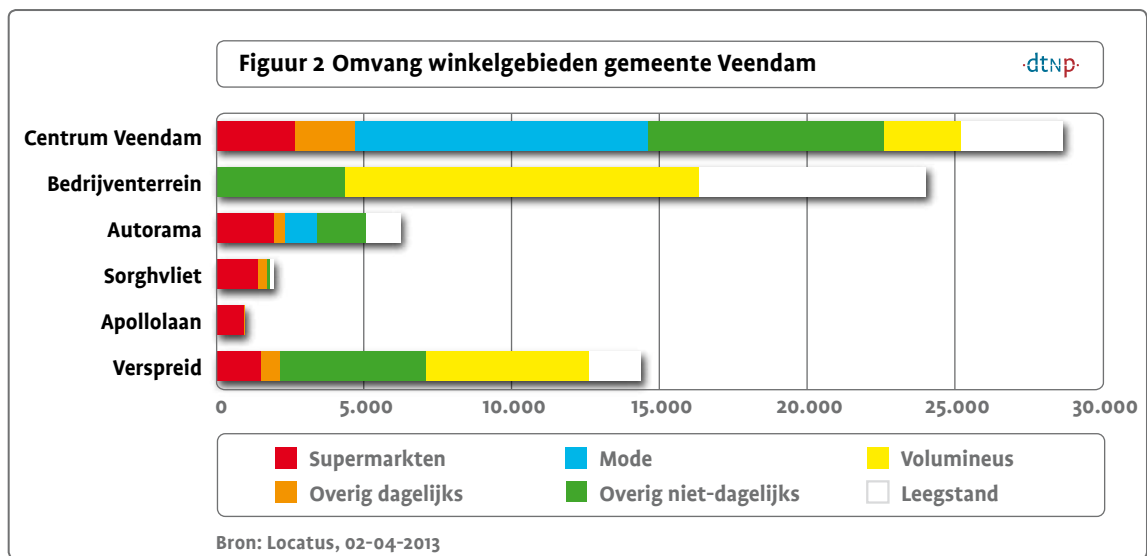
Het grootste winkelgebied van de gemeente is het centrum van Veendam. Het winkelaanbod is ruim 25.000 m² wvo groot (figuur 2). Daarnaast staat circa 3.400 m² wvo leeg. Het grootste deel van het aanbod bestaat uit winkels met een niet-dagelijks assortiment (bijna 18.000 m² wvo). Vooral binnen de modebranche is bijna al het Veendamse

* Met leegstand wordt bedoeld al het leegstaand commercieel vastgoed (te koop/te huur) waar detailhandel mag vestigen.

** In bijlagen 3 en 4 is een overzicht van de gehanteerde branche-indeling en van het aanbod per winkellocatie in Veendam opgenomen.

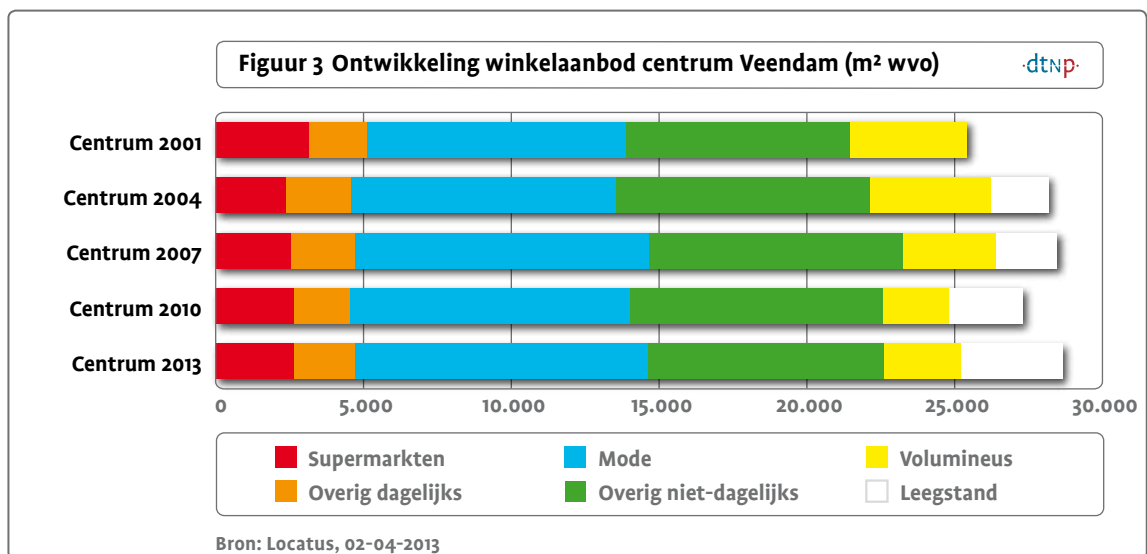


Winkelaanbod in Veendam is relatief groot



aanbod in het centrum gevestigd. Bovendien heeft het centrum, binnen Veendam, het grootste en meest gevarieerde dagelijkse aanbod (twee supermarkten: Albert Heijn en Jumbo, een breed scala aan (vers)speciaalzaken en diverse drogisten).

De diversiteit van het winkelaanbod, gecombineerd met een verscheidenheid aan andere functies (horeca, dienstverlening, ambachten) maakt dat het centrum inspeelt op diverse bezoekmotieven. Inwoners van Veendam kunnen er niet alleen hun dagelijkse boodschappen doen, ook voor veel niet-dagelijkse aankopen kunnen zij in het centrum terecht. Daardoor heeft het centrum een sterke positie in de winkelstructuur van Veendam.



Autorama

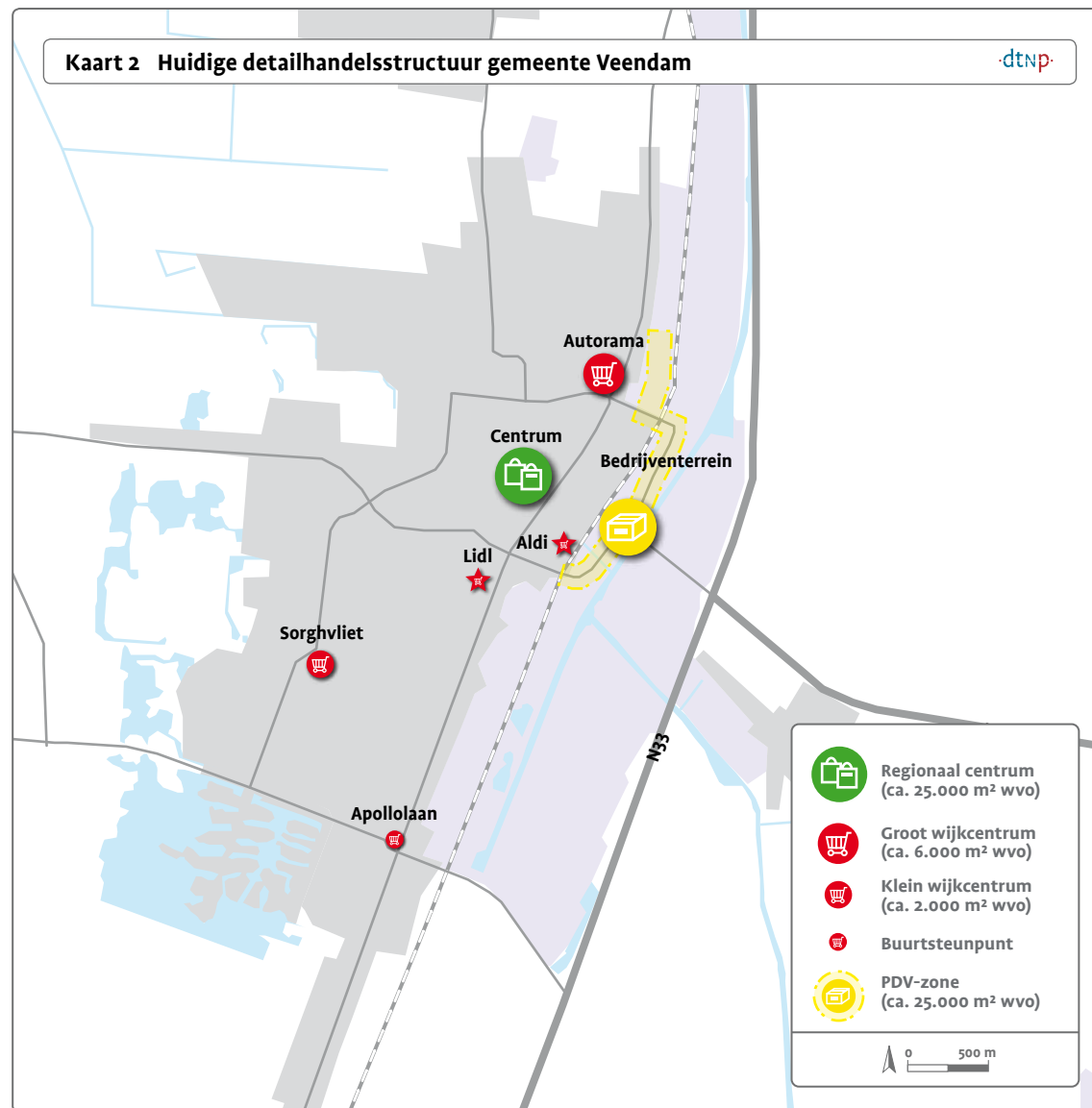
In Veendam-Noord ligt Autorama: een sterk naar binnen gericht overdekt winkelcentrum dat recent intern is gemoderniseerd. In totaal is het winkelaanbod circa 5.000 m² vvo groot. Daarnaast staat circa 1.200 m² vvo leeg. Behalve een ruim pakket aan dagelijkse winkels (één grote supermarkt (Albert Heijn van bijna 2.000 m² vvo), bakker, vishandel,

kaashandel, slijterij, drogist) zijn er diverse winkels met een frequent benodigd niet-dagelijks assortiment (o.a. huishoudelijke artikelen, textiel, boeken en tijdschriften en dierbenodigdheden).

Autorama heeft op de eerste plaats een functie voor Veendam-Noord. Door de omvang van het winkelaanbod, de aanwezigheid van belangrijke trekkers zoals de grootste supermarkt van de gemeente (Albert Heijn van bijna 2.000 m² vvo) en Action (voorheen in het centrum gevestigd), én de goede bereikbaarheid en ruime parkeermogelijkheden heeft Autorama echter ook een functie die Veendam-Noord overstijgt.

Sorghvliet

Wijkwinkelcentrum Sorghvliet (bijna 2.000 m² vvo) ligt centraal in de gelijknamige wijk (ruim 8.000 inwoners) en heeft een belangrijke functie voor het zuiden van Veendam en Wildervank. Het winkelaanbod bestaat uit één recent uitgebreide en gemoderniseerde supermarkt (C1000), enkele overig dagelijkse winkels (bakker, groenteboer, drogist, slijterij) en een winkel in dierbenodigdheden. De bereikbaarheid en parkeermogelijkheden zijn





Autorama sterke concurrent voor centrum Veendam



Sorghvliet heeft compleet pakket dagelijks aanbod



Ruimtelijke samenhang PDV-zone ontbreekt

goed. Een relatief groot deel van het winkelcentrum heeft (intern en extern) een verouderde uitstraling.

Apollolaan

Het buurtsteunpunt Apollolaan ligt in Wildervank. Er is één supermarkt (Supercoop) van ruim 900 m² vwo. Daarnaast zijn er enkele overige commerciële publieksgerichte functies, zoals een snackbar en kapsalon. De bereikbaarheid is goed en er is voldoende parkeergelegenheid. De ontsluiting van het parkeerterrein is niet optimaal.

Bedrijventerrein (PDV-zone)

De Van Stolbergweg (vanaf het spoor), Lloydsweg en Transportweg vormen samen een zone waarin detailhandel is gevestigd die vanwege hun aard en omvang minder geschikt is voor vestiging in een regulier winkelgebied. Het winkelaanbod (circa 24.000 m² vwo) bestaat voor een belangrijk deel uit grootschalige winkels in volumineus aanbod (woninginrichting en doe-het-zelfartikelen). Er zijn onder andere twee bouwmarkten (Praxis en Gamma) en enkele keuken- en meubelwinkels gevestigd. Overige winkels in de zone zijn onder andere Welkoop, twee

winkels in automaterialen, een ruitersport-winkel en een buitensportwinkel. Daarnaast staat circa 7.700 m² vwo leeg. Dit is ruim de helft van de totale leegstand in Veendam.

Het winkelaanbod is verspreid gevestigd in de PDV-zone, waardoor een ruimtelijke samenhang tussen de winkels ontbreekt. Dit wordt nog versterkt doordat de bebouwing in de zone onderbroken wordt door enkele braakliggende percelen.

Een samenvatting van de sterke en zwakke punten van bovengenoemde winkellocaties is opgenomen in bijlage 6.

Verspreid aanbod

Buiten de reguliere winkelgebieden en de PDV-zone is nog circa 12.600 m² vwo verspreid gelegen winkelaanbod aanwezig. Er zijn onder andere twee solitair gelegen discountsupermarkten (Aldi en Lidl). Aan het Boven- en Beneden Oosterdiep liggen relatief veel winkels (ongeveer eenderde van de verspreid gelegen winkels). Het zijn hoofdzakelijk kleinschalige winkels. De totale omvang van het verspreid gelegen aanbod wordt echter in belangrijke mate bepaald door

enkele grootschalige aanbieders, zoals de drie supermarkten, de kringloopwinkel Wedeka en Meertens Meubelen in Ommelanderswijk. Ongeveer 1.800 m² wvo verspreid aanbod staat leeg.

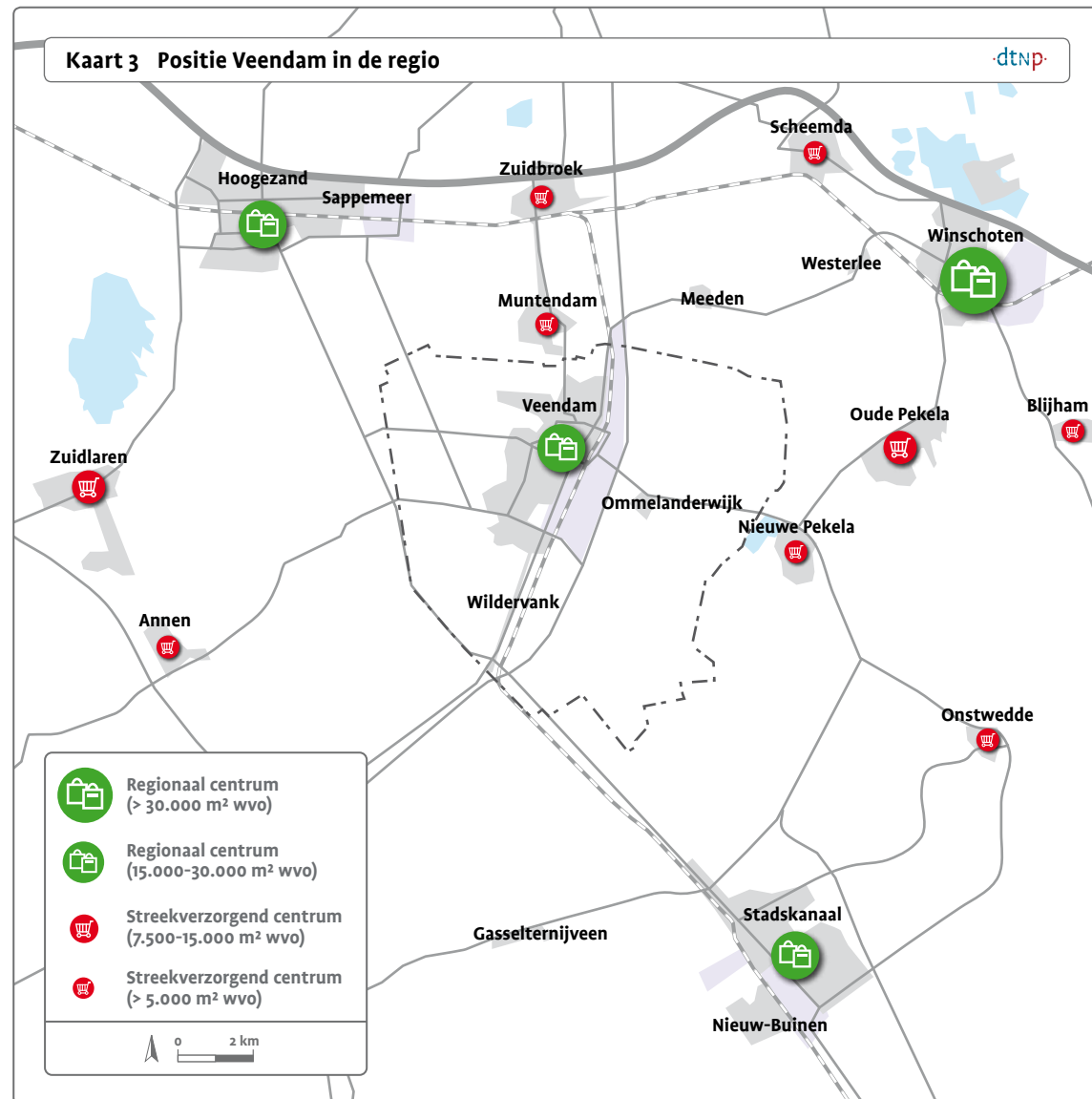
3.3 Positie in de regio

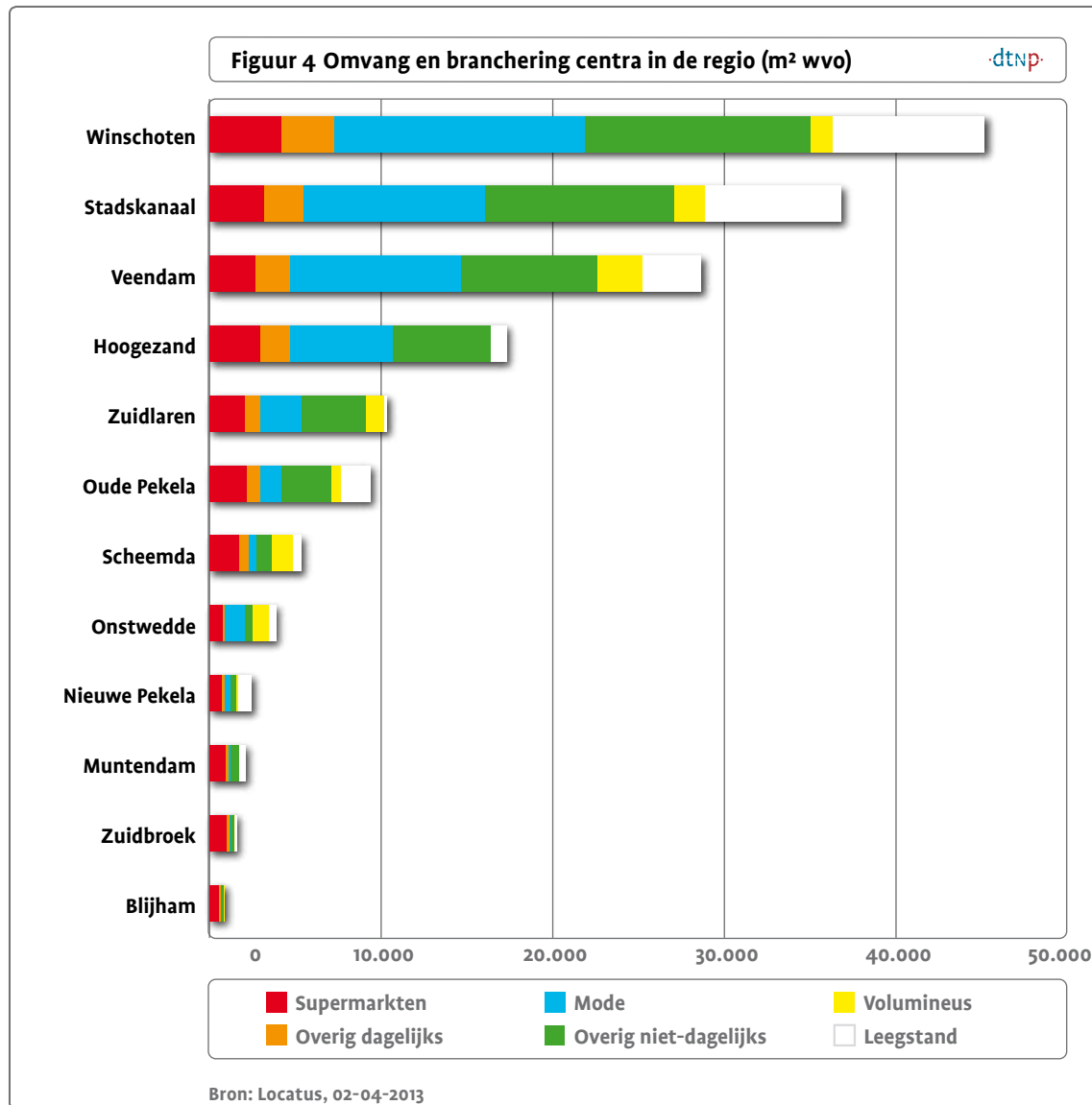
Aanbod in de regio

In 2005 is geconstateerd dat Veendam een beperkte regiofunctie heeft (o.a. vanuit Menterwolde en Pekela)*. Gelet op de omvang en samenstelling van het aanbod in Veendam en in de omliggende plaatsen, vervult Veendam deze functie naar verwachting nog steeds.

De dorpen in de omliggende gemeenten (o.a. Oude en Nieuwe Pekela, Muntendam) hebben overwegend een beperkt winkelaanbod. De centra zijn vooral gericht op boodschappen doen. Voor een uitgebreider (niet-dagelijks) winkelaanbod zijn inwoners uit deze plaatsen aangewezen op Veendam (circa 25.000 m² wvo) of één van de andere grote centra in de regio: Winschoten (circa 36.000 m² wvo),

* Goudappel Coffeng (2005), 'Detailhandelsmonitor'





Stadskanaal (circa 29.000 m² wvo) en Hoogezand De Hooge Meeren (ruim 16.000 m² wvo).

Voor uitgebreid recreatief winkelen ('een dagje shoppen') zijn inwoners uit de regio Oost-Groningen gericht op de grote binnensteden van Groningen (circa 125.000 m² wvo) en Assen (circa 70.000 m² wvo).

3.4 Winkelplannen

Binnen de gemeente Veendam bestaan de volgende plannen voor winkelontwikkelingen:

- Kerkstraat-West: project in het centrum van Veendam (hoek Kerkstraat, J.G. Pinksterstraat en Kerkplein). Met het project wordt een passage naar het parkeerterrein gerealiseerd waarin Jumbo (aanpassing huidige pand) en een discounter (verplaatsing van elders in Veendam) een plek krijgen. De benodigde bestemmingsplanwijziging is reeds door de gemeente vastgesteld. Er loopt op het moment van schrijven een beroepsprocedure bij de Raad van State.
- Uitbreiding Supercoop: de supermarkt heeft een vergunning voor een uitbreiding

van circa 200 m² vvo. De uitbreiding vindt binnen de huidige bebouwing plaats.

- Poort van Veendam: plan om volumineuze detailhandel te concentreren (verplaatsingen vanuit huidige PDV-zone en nieuwvestigers) aan de Geert Veenhuizenweg, een van de belangrijkste toegangswegen van Veendam.
- Lloyd's Poort: winkelcomplex met volumineuze detailhandel aan Loydsweg. De bouw van de eerste fase is reeds gestart.

3.5 Indicatie distributieve mogelijkheden

Geen uitbreidingsruimte in huidige situatie

Op basis van de meest actuele beschikbare lokale gegevens en algemene kengetallen is een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve ruimte voor dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod in Veendam anno 2013 (voor de berekening en toelichting, zie bijlage 5). Uit deze berekening komt naar voren dat er op dit moment sprake lijkt te zijn van overaanbod, zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector.

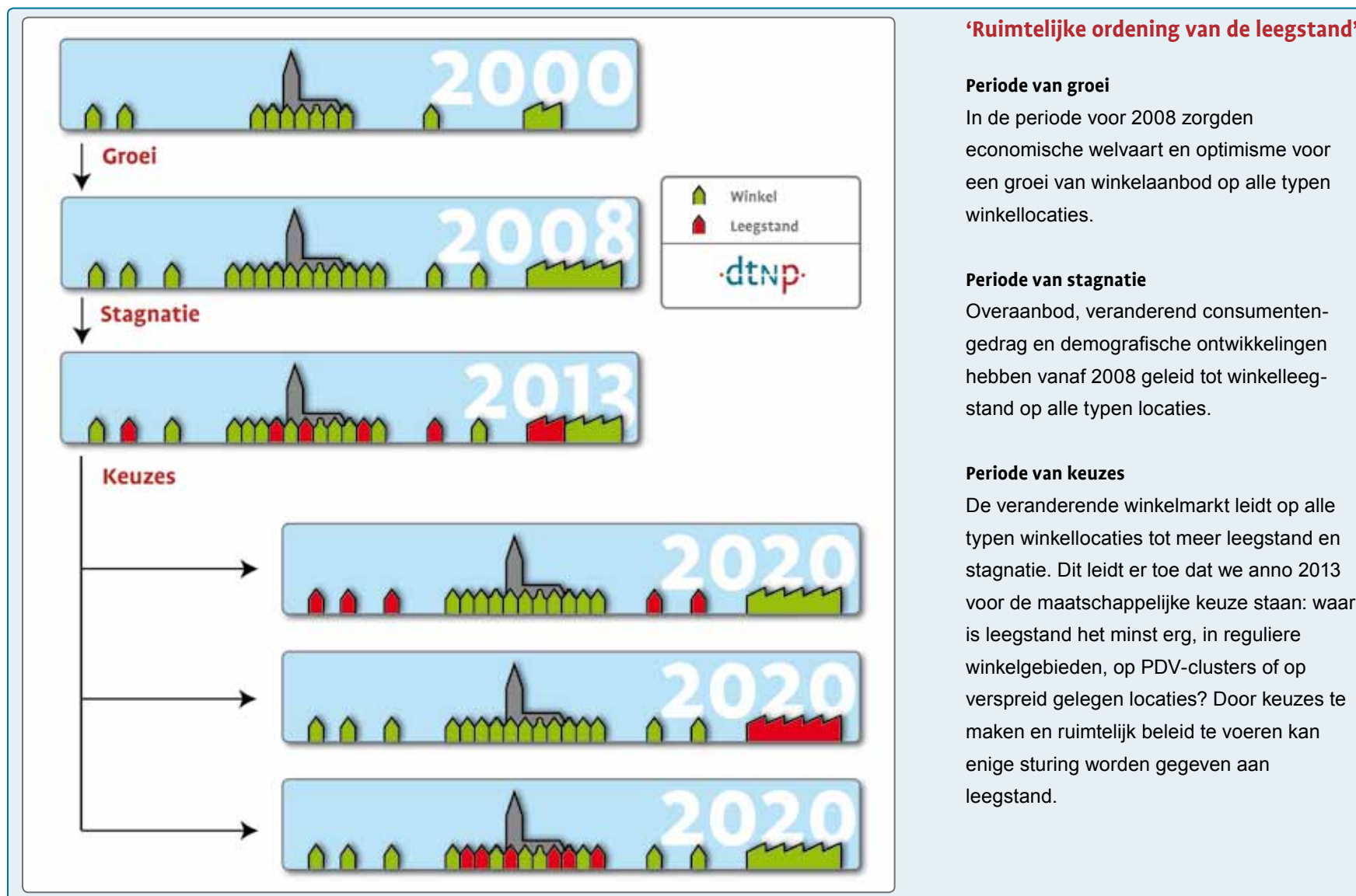
Vooraf richten op kwalitatieve versterking

Het aantal inwoners van Veendam zal volgens de prognoses nog beperkt groeien (tot circa 28.900 in 2020). Het aanwezige aanbod in Veendam kan van deze (beperkte) extra vraag profiteren. Gelet op de huidige situatie van overaanbod, in combinatie met de trends in de sector (afnemende bestedingen, toenemende invloed van internet, schaalvergroting en focus van winkelformules op de grootste centra) is er in algemene zin geen aanleiding voor het realiseren van nieuwe (grootschalige) winkelprojecten.

Dit betekent niet dat er geen nieuwe ontwikkelingen worden toegestaan. Ontwikkelingen die de kwaliteit van de detailhandelsstructuur versterken blijven gewenst. Winkelorganisaties kunnen hun positie versterken door in te spelen op het fenomeen multi- of cross-channeling (consumenten bewegen flexibel tussen fysieke winkels en internet): combinatie van 'bricks and clicks'. Daarnaast blijven schaalvergroting van bestaande winkels en aanvullingen in ondervertegenwoordigde branches mogelijk (bijvoorbeeld tuinentrum).

3.6 Conclusie analyse

- Het winkelaanbod in Veendam is relatief uitgebreid. Met name het modische en overig niet-dagelijkse aanbod is groter dan gemiddeld.
- Trends in de detailhandel leiden overal in Nederland tot een afname van het winkelaanbod. In Veendam is het aanbod sinds 2001 echter nagenoeg stabiel.
- In de volumineuze branches is het aanbod in Veendam de afgelopen jaren wel sterk teruggelopen (met toename van de leegstand als gevolg).
- Het centrum heeft tot nu toe een sterke positie in de detailhandelsstructuur (functie voor inwoners uit Veendam en omliggende gemeenten).
- Behoud van de positie van het centrum is echter niet vanzelfsprekend. Landelijke trends en lokale en regionale ontwikkelingen (Hoe gaat Autorama zich ontwikkelen? Welke perifere initiatieven worden ontwikkeld? Wordt er een Factory Outlet Center ontwikkeld in de regio?) kunnen hierbij een bedreiging vormen.



‘Ruimtelijke ordening van de leegstand’

Periode van groei

In de periode voor 2008 zorgden economische welvaart en optimisme voor een groei van winkelaanbod op alle typen winkellocaties.

Periode van stagnatie

Overaanbod, veranderend consumentengedrag en demografische ontwikkelingen hebben vanaf 2008 geleid tot winkelleegstand op alle typen locaties.

Periode van keuzes

De veranderende winkelmarkt leidt op alle typen winkellocaties tot meer leegstand en stagnatie. Dit leidt er toe dat we anno 2013 voor de maatschappelijke keuze staan: waar is leegstand het minst erg, in reguliere winkelgebieden, op PDV-clusters of op verspreid gelegen locaties? Door keuzes te maken en ruimtelijk beleid te voeren kan enige sturing worden gegeven aan leegstand.

4 Visie winkelstructuur

4.1 Ambities en uitgangspunten

Ambities

In deze detailhandelsstructuurvisie zijn de volgende algemene ambities geformuleerd:

- Een compact centrumgebied met een aantrekkelijk winkelvestigingsklimaat en een voor de consument aantrekkelijke entourage*;
- Een sterke en duurzame winkelstructuur met een zo compleet mogelijk aanbod voor inwoners van Veendam op loop-/fietsafstand (laagdrempelig, comfort en beperking onnodige automobiliteit);
- Een gezond ondernemersklimaat waar marktpartijen kunnen en willen investeren (ontwikkelingsgericht met ruimte voor kwaliteit en innovatie).

Blijven kiezen voor duurzame winkelstructuur

De gemeente Veendam zet sinds 2001 met het detailhandelsbeleid in op versterking van het centrum. Marktpotenties worden zo zoveel

* In aansluiting op de visie 'Veendam, Positie, inrichting en beeldkwaliteit Kerkstraat' (2008)

mogelijk geconcentreerd in de bestaande winkelgebieden (met name het centrum). Er wordt zeer terughoudend omgegaan met winkelontwikkelingen buiten centra. Voor de toekomst blijft dit voor de gemeente het uitgangspunt. Met dit uitgangspunt wordt prioriteit gegeven aan (het tegengaan van leegstand in) centra en wordt een duurzame winkelstructuur nagestreefd (zie kader 'ruimtelijke ordening van de leegstand').

Uit de analyse van trends en van de uitgangspositie van Veendam blijkt dat ook hier sprake is van een verdringingsmarkt (overaanbod). Behoud van de nu nog sterke positie van het centrum binnen de totale structuur is dan ook niet vanzelfsprekend. Investerings blijven nodig om het centrum van Veendam aantrekkelijk te houden voor bezoekers en marktpartijen. Tegelijk moet er rekening mee worden gehouden dat versterking van de ene locatie (op termijn) ten koste zal gaan van andere locaties.

Supermarkten zijn belangrijkste dragers

In alle winkelgebieden van Veendam (ook in het centrum) is frequente aankopen doen

(boodschappen) een belangrijk bezoekmotief. Supermarkten zijn hierbij de publiekstrekkers. Zij zorgen elke dag van de week voor grote bezoekersstromen, die de basis vormen voor versspeciaalzaken, drogisten en bij voldoende draagvlak voor overige winkels (huishoudelijke artikelen, bloemen, kleding, speelgoed, etc.) (zie kader 'Combinatiebezoek supermarkten en speciaalzaken').

Ambitie is een duurzame winkelstructuur met een compleet aanbod dicht bij de consument (in de eigen wijk). Tegenover deze wens van nabijheid staat echter het feit dat consumenten voor frequente aankopen bereid zijn een afstand af te leggen voor een ruimere keuze en kwalitatief goed aanbod. Om dit te kunnen bieden willen (en moeten) supermarkten uitbreiden. Het benodigde draagvlak per supermarkt neemt daardoor toe. Gevolg is dat winkels (o.a. supermarkten) in te kleine verzorgingsgebieden in toenemende mate verdwijnen. In Veendam verklaart dit het (gedeeltelijk) verdwijnen van de winkelfunctie van de Apollolaan (Wildervank) en De Brink (Veendam-Noord).

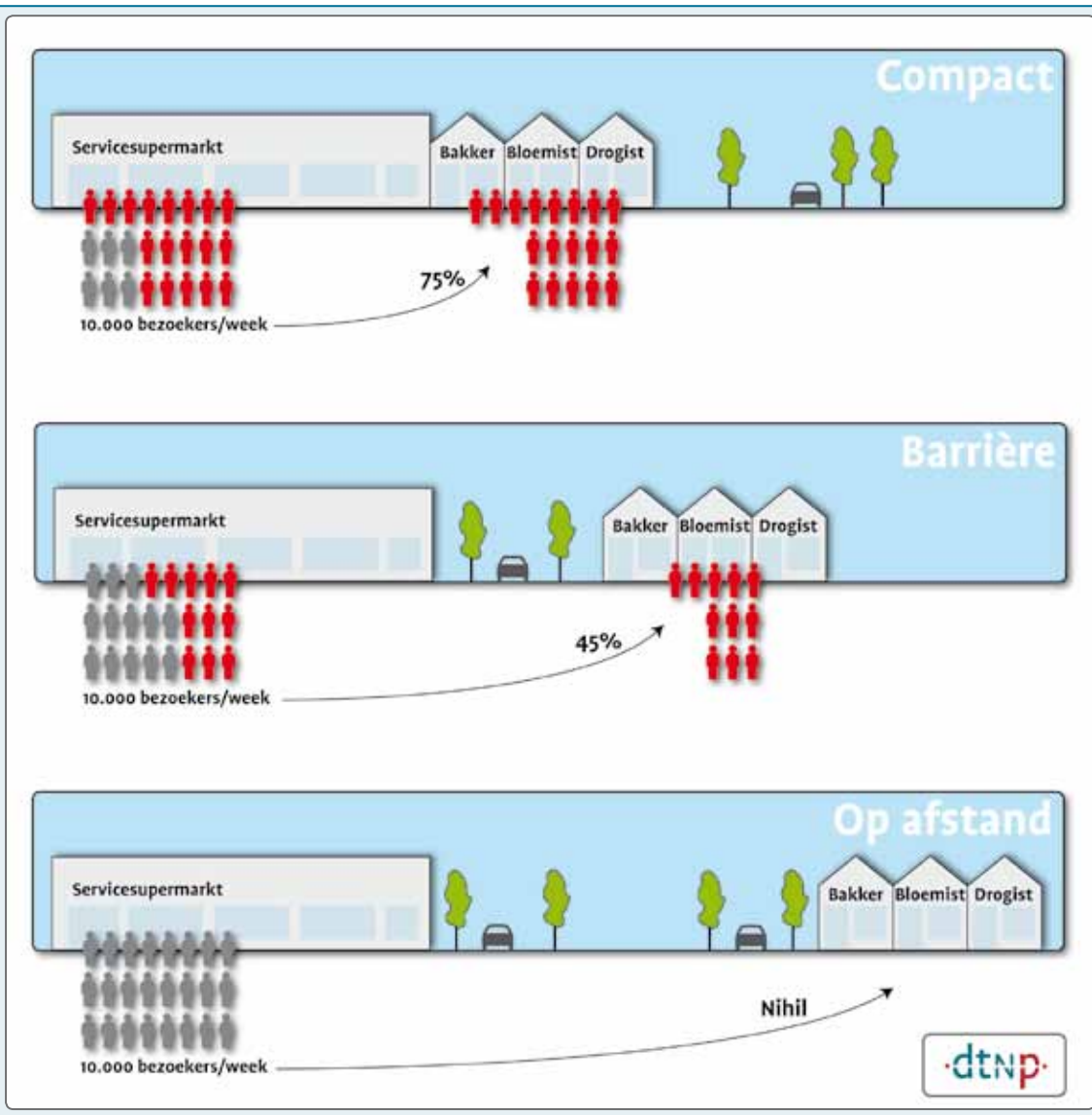
Combinatiebezoek supermarkten en speciaalzaken

Het combinatiebezoek tussen supermarkten en dagelijkse speciaalzaken is groot. Uit grootschalig onderzoek* onder 4.750 supermarktbezoekers in 30 dorps- en wijkcentra in Nederland blijkt dat gemiddeld 65% van de supermarktklanten één of meer andere winkels binnenloopt tijdens hetzelfde bezoek aan het winkelgebied.

In centra waar de supermarkt op zeer korte afstand (tot 50 meter) van het overige winkelaanbod ligt (met de entree in het zicht) is het combinatiebezoek aanzienlijk hoger (75%) dan in situaties waar de ruimtelijke relatie minder goed is. Het combinatiebezoek neemt dan heel snel af.

Uit het onderzoek blijkt tevens dat de omvang van de supermarkt geen invloed heeft op het aandeel (%) supermarktklanten dat het bezoek combineert met andere winkels.

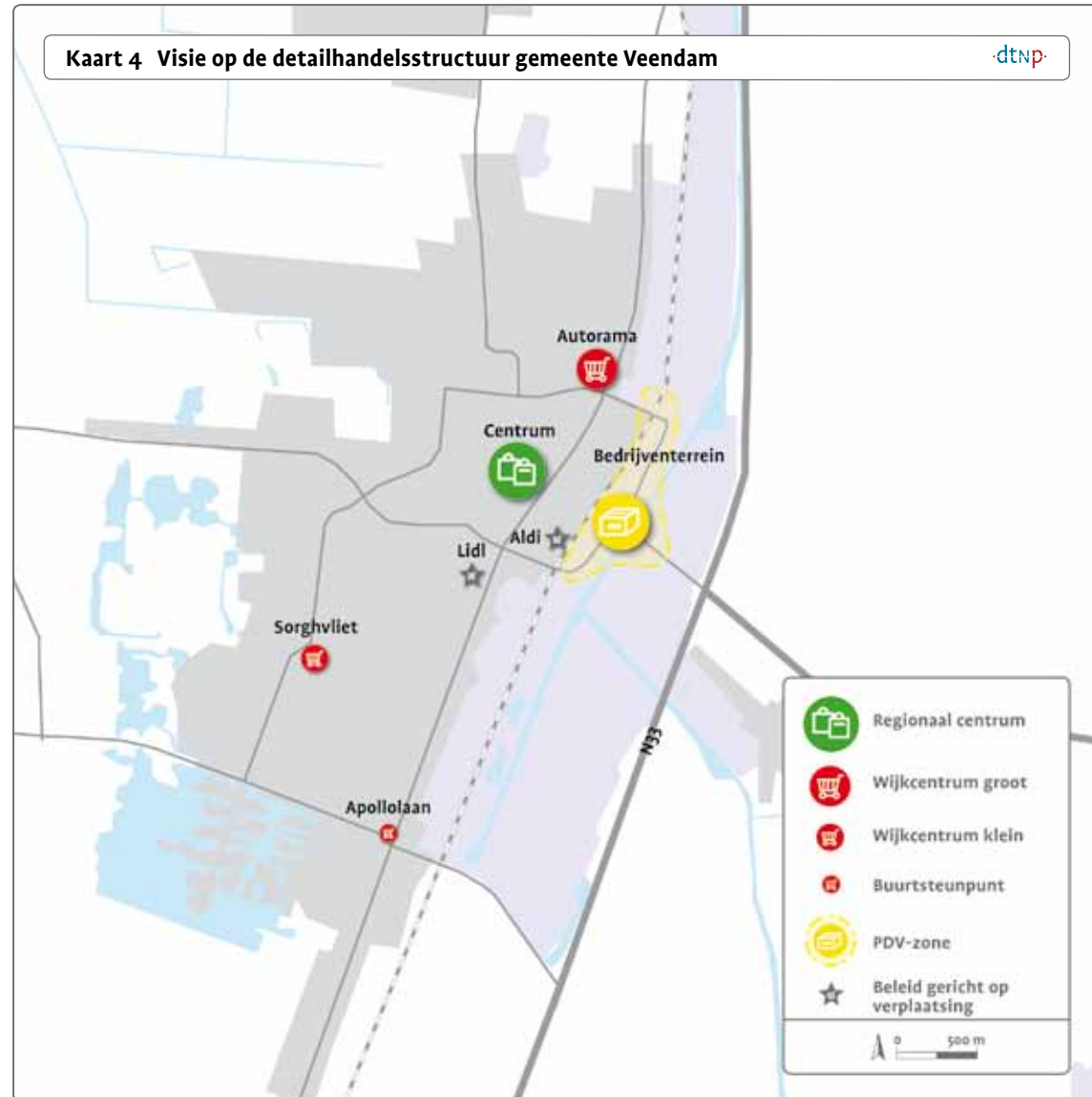
* DTNP (2010), Combinatiebezoek supermarkten en dagelijkse speciaalzaken



4.2 Beoogde hoofdwinkelstructuur

Op basis van de uitgangssituatie, trends en ambities is de beoogde hoofdwinkelstructuur van Veendam geformuleerd (kaart 4). Het beleid uit 2001 en 2007 wordt grotendeels gecontinueerd:

- Nieuwe ontwikkelingen zoveel mogelijk faciliteren in winkelgebieden met een bijpassende functie en verzorgingsgebied ('juiste functie op de juiste locatie').
- Behoud en zo mogelijk versterking van de regionale concurrentiepositie van het centrum. De goede uitgangspositie (reeds regionale functie) en ingezette ontwikkelingen (o.a. in Kerkstraat-West) bieden hiervoor kansen.
- Behoud van twee wijkwinkelcentra (Sorghvliet in Zuid en Autorama in Noord), met de nadruk op dagelijkse aankopen, en passend bij de omvang van het verzorgingsgebied.
- Behoud van buurtsteunpunt Apollolaan.
- Behoud van een PDV-zone, waar ruimte is voor grootschalig aanbod in volumineuze branches. Voor zover haalbaar wordt gestreefd naar meer



functionele en ruimtelijk samenhang binnen deze zone.

- Geen verruiming van mogelijkheden voor detailhandelsactiviteiten op locaties buiten de gewenste structuur, anders dan reeds in bestemmingsplannen wordt toegestaan. Bestaande aanbieders kunnen gewoon blijven bestaan. Mee-werken aan verzoeken tot herbestemming naar niet-winkelfuncties van onvoldoende levensvatbare winkelvoorzieningen en winkellocaties (alle locaties die buiten de beoogde structuur vallen).

In de volgende paragrafen worden bovenstaande hoofdlijnen verder uitgewerkt per winkelgebied.

4.3 Centrum Veendam

Versterking positie als regionaal centrum

Het centrum van Veendam heeft prioriteit in het beleid. Inzet van beleid is behoud en zo mogelijk versterking van de positie van het centrum als regionaalverzorgend winkelgebied. Om voldoende aantrekkelijk te blijven voor inwoners uit Veendam en omliggende gemeenten wordt gestreefd naar

een attractieve mix van winkels, horeca, leisure, warenmarkt, evenementen en overige centrumfunctie. Dit wordt vanuit de detailhandelsstructuurvisie ondersteund door nieuwe winkelinitiatieven zo veel mogelijk in te passen in het centrum en zo de potenties zoveel mogelijk te bundelen. De gemeente Veendam is actief bezig met de versterking van het centrum door uitvoering van de eerder opgestelde visie (Positie, inrichting en beeldkwaliteit Kerkstraat) en het Masterplan Centrum.

Strategische ligging trekkers

Voor een gevarieerd aanbod in het centrum blijft de aanwezigheid van een sterk supermarktaanbod cruciaal. Dit zijn belangrijke publiekstrekkers gedurende de hele week. Door deze trekkers strategisch in het winkelgebied te positioneren, kunnen andere winkels van deze trekkers profiteren. Het herontwikkelingsproject aan de Kerkstraat-West (met onder meer toevoeging discountsupermarkt) draagt hier aan bij.

Compact kernwinkelgebied

Voor een aantrekkelijk centrumgebied is het gewenst te (blijven) streven naar een

compacte structuur. In de visie voor het centrum wordt ingezet op versterking van het winkelcarré. Reeds uitgevoerde en geplande maatregelen sluiten hierop aan, zoals verbetering van de uitstraling (luifels) in de Kerkstraat, de supermarktontwikkeling aan de Kerkstraat-West en middels het bestemmingsplan het voorkomen van nieuwvestiging of uitbreiding van de detailhandelsfunctie in aanloopgebieden (o.a. Oosterdiep en Prins Hendrikplein).

4.4 Wijkwinkelstructuur

Complete centra voor dagelijkse aankopen

Aanvullend aan het centrum wordt gestreefd naar een compleet dagelijks winkelaanbod in de woonwijken. Rekening houdend met de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners) en het uitgangspunt dat ook het centrum een belangrijke aankoopplaats blijft voor dagelijkse aankopen wordt gestreefd naar een wijkwinkelcentrum in Veendam-Noord en een in Veendam-Zuid.

Vanuit het streven naar een duurzame en fijnmazige ruimtelijke structuur is het gewenst de wijkwinkelcentra niet te groot (concurrentie

met het centrum) en ook niet te klein (onvoldoende aanbod en attractiviteit) te maken. Bij voorkeur sluit de omvang van het aanbod aan bij de omvang van het bijbehorende verzorgingsgebied. In de situatie van Veendam is een wijkwinkelcentrum met één supermarkt (indicatie 1.200 à 1.500 m² wvo), enkele verszaken, een drogist en eventueel een beperkt overig aanbod voor frequente aankopen (bijv. dierenwinkel, bloemen, apotheek, snackbar).

Naast een compleet dagelijks aanbod zijn de volgende randvoorwaarden van belang voor het functioneren van centra gericht op frequente aankopen:

- Compacte, overzichtelijke opzet (korte loopafstanden tussen winkels onderling en tussen winkels en parkeren)
- Directe relatie tussen supermarkt (trekker) en overige winkels
- Goede bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid
- Verzorgde uitstraling van panden en openbare ruimte.

Autorama

In Veendam-Noord fungeert Autorama als wijkwinkelcentrum. Het aanbod hier is veel ruimer en diverser dan gebruikelijk in een wijkwinkelcentrum met een dergelijk verzorgingsgebied. Vanuit de ambitie om de positie van het centrum van Veendam te versterken is uitbreiding van dit winkelcentrum ongewenst. Uitbreiding van het winkelaanbod wordt niet toegestaan en aan initiatieven voor versterking van Autorama wordt niet meegewerkt.

Sorghvliet

Wijkwinkelcentrum Sorghvliet vervult de boodschappenfunctie voor Veendam-Zuid. De omvang en branchering van het winkelaanbod zijn passend bij de beoogde functie (compleet pakket voor dagelijkse aankopen). Ook aan de meeste overige randvoorwaarden voor een goed wijkwinkelcentrum wordt voldaan. Uitzondering zijn de uitstraling en het investeringsniveau van het winkelcentrum.

Apollolaan

In de beoogde detailhandelsstructuur blijft het voorzieningencluster aan de Apollolaan een functie vervullen voor inwoners uit



Het centrum heeft binnen het beleid prioriteit



Autorama, Sorghvliet en Apollolaan zijn ondersteunend



Buiten centra zijn nieuwe ontwikkelingen ongewenst

Wildervank. Belangrijkste aanbieder in dit buurtsteunpunt is supermarkt Supercoop. De overige aanbieders zijn niet-winkelfuncties, met een buurtverzorgende functie (kapper, horeca). Uitbreiding van de detailhandelsbestemming is, gelet op het beperkte draagvlak, niet gewenst. De supermarkt kan nog enigszins uitbreiden conform het bestemmingsplan (en binnen de bestaande grenzen van de bebouwing).

4.5 PDV-zone

Streven naar functioneel-ruimtelijke samenhang

De huidige PDV-zone (Van Stolbergweg, Lloydsweg, Transportweg) kenmerkt zich door een grote spreiding van het winkelaanbod. De functionele en ruimtelijke samenhang in deze zone is beperkt. De gemeente Veendam heeft de ambitie om het aanbod in volumineuze branches in de toekomst meer te concentreren. Hiervoor heeft zij de locatie Poort van Veendam aangewezen (Geert Veenhuizenweg). Dit gebied is vanwege de goede bereikbaarheid (ook vanuit de regio) en zichtbaarheid een goede vestigingslocatie voor dit type winkels.

PDV-zone voor volumineuze branches

Binnen de PDV-zone wordt vastgehouden aan de huidige branchebeperkingen (alleen volumineuze branches) om de potenties voor regulier (niet-volumineus) winkelaanbod in het centrum zo groot mogelijk te houden.

De bestedingen in woonzaken en doe-het-zelfwinkels staan nog meer onder druk dan andere winkelbranches. Voor substantiële uitbreiding van het aanbod van volumineus aanbod is dan ook geen marktruimte. Vanuit distributief oogpunt is er geen aanleiding een groter gebied voor volumineuze detailhandel aan te wijzen.

Concentratie in beperkt gebied

Het is dan ook aan te bevelen te streven naar verdere concentratie van het aanbod in een compacter gebied. Geadviseerd wordt, bij de ontwikkeling van de Poort van Veendam, een deel van de huidige PDV-zone beleidsmatig te laten afvallen (bijvoorbeeld Transportweg). Hier worden geen nieuwe uitbreidingen meer toegestaan. Bestaande aanbieders worden gestimuleerd te verplaatsen naar het beoogde PDV-cluster.

4.6 Overige winkellocaties

Op perifere locaties enkel toestaan wat al mag

In algemene zin worden buiten de gewenste winkelstructuur (kaart 4) nieuwe winkelontwikkelingen niet toegestaan, teneinde de gewenste structuur te verwezenlijken. Bestaande winkels mogen vanzelfsprekend hun activiteiten voortzetten. Rekening moet worden gehouden met geleidelijke transformatie naar andere functies (zoals zorg of wonen). Waar mogelijk wordt medewerking verleend aan de verplaatsing van solitair/perifeer gelegen winkels naar het centrum. Indien mogelijk wordt de detailhandelsbestemming van achterblijvend vastgoed gewijzigd in een andere bestemming.

5 Beleidskader

5.1 Beleidsregels

Deze visie beoogt te voorzien in ruimtelijk detailhandelsbeleid voor de gemeente Veendam. Op basis van deze visie kunnen initiatieven worden getoetst aan de gewenste detailhandelsstructuur en kan vertaling plaatsvinden naar structuurvisies, gebiedsvisies en bestemmingsplannen.

Rol gemeenten: ruimtelijke ordening

Met een samenhangende detailhandelsvisie kan de gemeente Veendam actief werken aan een duurzame winkelstructuur. Het is gemeenten niet toegestaan concurrentieverhoudingen te reguleren, zelfs niet als (bestaande) bedrijven in de problemen komen of failliet gaan. Een dergelijke vorm van economische ordening wordt onder meer door de Europese Dienstenrichtlijn verboden.

Het opleggen van beleidsregels is nadrukkelijk wel mogelijk vanwege 'dwingende redenen van algemeen belang'. Voorbeelden daarvan zijn ruimtelijke ordening (o.a. ruimtegebruik,

voorkomen leegstand) en een goed woon- en leefklimaat (o.a. werkgelegenheid of overlast). Deze detailhandelsvisie is opgesteld vanuit dergelijke redenen van algemeen belang en is derhalve 'Dienstenrichtlijn-proof'.

Vertaling naar bestemmingsplannen

Voor succesvol ruimtelijk detailhandelsbeleid is het van belang dat de visie wordt vastgelegd in bestemmingsplannen. Het bestemmingsplan (en handhaving) 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 bestemmingsplan kan de gemeente gebieden aanwijzen waar detailhandel mag plaatsvinden. Hierbuiten wordt geen (uitbreiding van) detailhandel toegestaan. Bij leegstaande panden buiten de winkelgebieden wordt bij voorkeur de bestemming gewijzigd in niet-winkelfunctie.

In jurisprudentie over bestemmingsplannen is de afgelopen jaren een groot aantal uitspraken gedaan over wat wel en wat niet vastgelegd mag worden. Planvoorschriften in

het bestemmingsplan mogen in principe slechts om dringende redenen het meest doelmatige gebruik beperken. Deze dringende redenen dienen een planologisch karakter te hebben. Met andere woorden: ze moeten ruimtelijk relevant zijn. Bovendien moeten ze vanuit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening overtuigend worden gemotiveerd.

Geen branchebeperkingen, enkele uitzonderingen

Met de Wro en Bro hebben gemeenten de mogelijkheid om in een bestemmingsplan de vestiging van bepaalde branches te beperken of uit te sluiten (artikel 3.1.2 Bro). Een branche- of assortimentseis zal echter moeten worden gemotiveerd vanuit overwegingen van ruimtelijke kwaliteit en kan niet louter gegrond zijn op argumenten van concurrentiebeperking. Dit vereist een overtuigende motivering.

Vanwege de aard of omvang van goederen (brandgevaarlijk, volumineus) is onderscheid tussen de traditionele PDV-branches en de algemene bestemming detailhandel ruimtelijk relevant gebleken. Dit maakt het bijvoorbeeld mogelijk bouwmarkten door middel van een

afwijking of een eigen bestemming op een bedrijventerrein te vestigen. De schaal van het artikel is een ruimtelijk relevant criterium.

Supermarkten zijn voor de beoogde hoofdwinkelstructuur van Veendam structuurbepalend. Het is derhalve ruimtelijk relevant om binnen de bestemming detailhandel nadere regels op te nemen over het aantal en de omvang van supermarkten (branchering). Daarbij moeten bestaande rechten op basis van het vigerende bestemmingsplan worden gerespecteerd.

Voor branches of formules die, bijvoorbeeld vanwege de schaal van de winkel zelf, buiten winkelgebieden willen vestigen (megasupermarkten, grote sportwinkels of multimedia-winkels) zijn op voorhand geen ruimtelijk relevante criteria te vinden. Het ruimtelijk relevante onderscheid met bijvoorbeeld een warenhuis of een (grote) modewinkel is niet evident. Branchebeperkingen vragen om een motivering vanuit overwegingen ter bevordering van de ruimtelijke kwaliteit.

Voorkomen van branchevervaging bij PDV

Perifeer gelegen winkels in volumineuze branches hebben de neiging om naast hun volumineuze hoofdassortiment ook een nevenassortiment te voeren (grotere winstmarges per m²). Zo zijn er bouwmarkten die kleding, en tuincentra die huishoudelijke artikelen en speelgoed verkopen. Indien geen handhaving van de bestemmingsplanregels plaatsvindt, ontstaat (in toenemende mate) branchevervaging. Dit is op perifere locaties ongewenst: beleidsmatig wordt ingezet op de clustering van dit soort winkels in de reguliere winkelgebieden. Er zijn vanuit het beleid geen redenen aanwezig om verkoop van een ruim niet-volumineus assortiment toe te staan op perifere locaties.

Handhaving

Door de verkoop van nevenassortimenten in perifeer gelegen winkels niet toe te staan, is het voor iedereen helder wat is toegestaan. Het handhaven is in een dergelijke situatie eenvoudig. Bij elk artikel dat wordt verkocht en dat niet tot het hoofdassortiment van de branche behoort, kan in beginsel, al dan niet naar aanleiding van klachten van derden, handhavend worden opgetreden.

Internetverkoop en afhaalpunten

In toenemende mate vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats via internet. De vraag die zich daarbij vaak voordoet is in hoeverre de bestelling (virtueel), de betaling (virtueel) dan wel de aflevering (bij de consument) de detailhandelsactiviteit is. Voor het detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in bestemmingsplannen zijn vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, verkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling) relevant. In dit licht wordt in het detailhandelsbeleid voor Veendam onderscheid gemaakt tussen vier vormen van internetverkoop:

1. Winkels: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (al of niet in combinatie met opslag/logistiek). Deze vorm van internetverkoop wordt in planologisch opzicht beschouwd als winkel en is alleen toegestaan in panden met een winkelbestemming (= detailhandelsbestemming).
2. Opslag/logistieke ruimte: internetverkoop vindt plaats vanuit of in combinatie met

opslag en/of logistiek. Er is geen sprake van een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten. Deze vorm van internetverkoop wordt planologisch beschouwd als logistiek bedrijf en is alleen toegestaan in panden met een passende bedrijfsbestemming.

3. Kantoren: internetverkoop vindt plaats zonder opslag en/of logistiek ter plaatse en er is geen sprake van een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten. Wel is sprake van een bedrijfsactiviteit met (meerdere) ter plaatse werkzame personen. Deze vorm van internetverkoop wordt planologisch beschouwd als kantoor en is alleen toegestaan in panden met een passende kantorenbestemming.
4. Woningen/overig: internetverkoop vindt plaats met beperkte opslag en/of logistiek* ter plaatse, er is geen sprake van een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten en er is geen sprake van een bedrijfsactiviteit met ter plaatse werkzame

* Nadere regels hierover zijn opgenomen in de plan-/ en beleidsregels voor bedrijvigheid aan huis van de gemeente Veendam.

personen. Zolang de internetverkoop ondergeschikt* blijft aan de hoofdfunctie van een pand heeft deze vorm van internetverkoop planologisch geen substantiële effecten en kan in beginsel zonder beperkingen worden toegestaan in panden met een woon- of andere bestemming.

Alle vormen van internetverkoop behoren in beginsel tot een van deze categorieën en worden als zodanig beoordeeld. Dit betekent bijvoorbeeld dat een voor consumenten toegankelijke showroom (uitstalruimte), ook zonder bestelling, betaling of levering ter plaatse planologisch als winkel wordt beschouwd. Bij een bedrijfsgebouw op een bedrijventerrein mogen in ondergeschikte mate goederen worden afgehaald, maar indien sprake is van een voor publiek toegankelijke afhaalruimte waar artikelen zijn uitgesteld, is sprake van een winkel. Hetzelfde geldt voor kantoren en woningen.

Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit

Van oudsher vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats als ondergeschikte



Afhankelijk van de ruimtelijke uitstraling...



...wordt een webwinkel gezien als reguliere winkel..



...of mag vestiging ook op een andere locatie.

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. Evenals bij internetverkoop zijn voor het detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in bestemmingsplannen vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, verkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling) relevant. Hiervan is vooral sprake indien verkoop plaatsvindt vanuit of in combinatie met een fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten (een winkelruimte).

In dit licht wordt in het detailhandelsbeleid voor Veendam detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit buiten een pand met een winkelbestemming slechts zeer beperkt toegestaan en alleen onder alle drie de volgende voorwaarden:

- Er is sprake van ter plaatse vervaardigde artikelen (bijvoorbeeld asperges bij de boer, meubelmakerij, etc.) en/of er is geen sprake van een naar buiten toe zichtbare uitstraling als winkel (winkeltje in verzorgingshuis, shampoo bij de kapper).

- De detailhandelsactiviteit blijft beperkt tot direct aan de hoofdactiviteit gerelateerde artikelen (wel asperges bij de boer, geen 'landwinkel' met versproducten van elders).
- De fysieke uitstalruimte die gericht is op en/of toegankelijk is voor consumenten is beperkt* (het is immers een ondergeschikte nevenactiviteit).

5.2 Beoordelingsschema

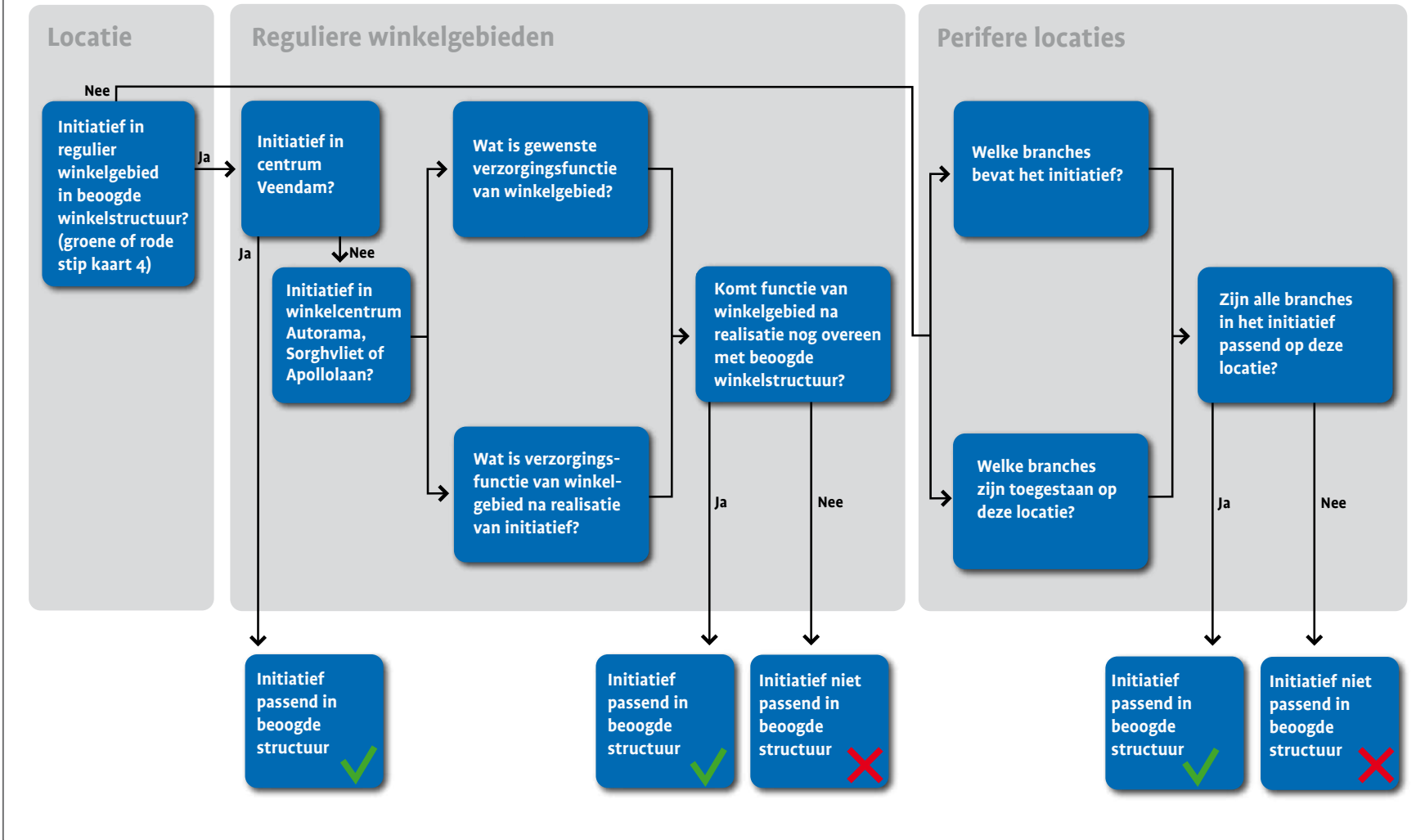
Alle detailhandelsinitiatieven waarvoor een bestemmingswijziging of ontheffing nodig is worden door de gemeente getoetst aan de detailhandelsvisie en het beleid. In figuur 6 is een beoordelingsschema opgenomen aan de hand waarvan detailhandelsinitiatieven kunnen worden getoetst:

- Getoetst wordt of het initiatief ligt binnen een regulier winkelgebied in de beoogde structuur. Er wordt dus gekeken of het initiatief binnen één van de groene of rode stippen op kaart 4 ligt.

* Nadere regels hierover zijn opgenomen in de plan-/ en beleidsregels voor bedrijvigheid aan huis van de gemeente Veendam.

- Ligt het initiatief in het centrum van Veendam dan zijn er geen beperkingen voor wat betreft branchering en omvang. Het initiatief past binnen de beoogde structuur.
- Ligt het initiatief in één van overige winkelgebieden (Autorama, Sorghvliet, Apollolaan) dan gelden geen branchebeperkingen. Wel dient gekeken te worden of realisatie van het initiatief er niet toe leidt dat de verzorgingsfunctie van de winkellocatie wijzigt. Blijft de functie van de locatie na realisatie van het initiatief gelijk, dan past het initiatief binnen de beoogde structuur.
- Indien het initiatief niet in één van reguliere winkelgebieden ligt, dan wordt getoetst welke branches het initiatief betreft en of dit aansluit bij de toegestane branches op die locatie.
- Bestaande winkels buiten de beoogde structuur kunnen blijven bestaan. Nieuwe initiatieven zijn niet toegestaan. De huidige planologische bestemming en oppervlakte worden niet verruimd.

Figuur 6 Beoordelingsschema voor initiatieven voor nieuwe winkelontwikkelingen in Veendam



Bijlage 1 Begeleidingscommissie

Organisatie	Naam
Gemeente Veendam	dhr. H.J. Schmaal (wethouder)
Gemeente Veendam	dhr. P. Keemink
Gemeente Veendam	dhr. M. Slagter
Gemeente Veendam	dhr. B. Strik
Gemeente Veendam	mevr. A Wijninga
Kamer van Koophandel Noord-Nederland	dhr. F. Broersma
Hoofdbedrijfschap Detailhandel	dhr. M. Snijder

Bijlage 2 Begrippenlijst

Branche

Een groep van bedrijven die zich richt op de verkoop van één (dominante) artikelgroep (bijvoorbeeld schoenen) of op de verkoop van een veel voorkomende combinatie van artikelgroepen (bijvoorbeeld sport).

Brutovloeroppervlak (bvo)

De totale ruimte van een winkel bestaande uit winkelvloeroppervlak en niet voor consumenten toegankelijke ruimten (opslag, kantine, etc.). Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Dagelijkse artikelen

Artikelen in de branches voedings- en genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

Detailhandel

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder begrepen de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan personen die die goederen kopen voor gebruik, verbruik of aanwending anders dan in de uitoefening van een beroeps- of bedrijfsactiviteit alsmede anders dan voor verbruik ter plaatse.

Dienstverlening (publieksgericht commercieel)

Een bedrijf met uitsluitend of in hoofdzaak een dienstverlenende of verzorgende taak. Onder dienstverlening verstaan wij administratieve/

financiële dienstverlening (bijv. assurantiëkantoor, bank etc.),
publieksgerichte dienstverlening (bijv. stomerij, reisbureau) en
ambachtelijke dienstverlening (bijv. schoenmaker, kapper etc.)

Filiaalbedrijf/grootwinkelbedrijf/winkelformule/winkelketen

Detailhandelonderneming met 7 of meer eigen winkels.

Frictieleegstand

De leegstand tussen twee verhuurperioden die maximaal één jaar
belooft.

Horecabedrijf

Een bedrijf waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter
plaatse worden verstrekt, bedrijfsmatig logies wordt verstrekt en/of
zaalaccommodatie wordt geëxploiteerd.

Koopkrachtbinding

Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt
gedaan in het winkelapparaat in het eigen verzorgingsgebied, noemen
we de koopkrachtbinding.

Koopkrachttoevoeiing

Het deel van de omzet dat van buiten het primaire verzorgingsgebied
komt, ofwel het aandeel vreemde koopkracht.

Leegstand

Leegstaand commercieel vastgoed (te koop/te huur) waar detailhandel
mag vestigen.

Leisure

Commerciële en niet-commerciële vrijetijdsvoorzieningen
(bijv. restaurant, museum, winkel, ijsbaan, bioscoop, theater etc.).

Marktaandeel

Aandeel van de betreffende onderneming(en) in de consumptieve
bestedingen aan artikelen/artikelgroepen, uitgedrukt in procenten.

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen, met uitzondering van artikelen in de branches voedings- en
genotmiddelen en persoonlijke verzorging.

Perifere detailhandel

Detailhandel gevestigd buiten de reguliere winkelconcentraties, maar
binnen bestaand of te ontwikkelen stedelijk gebied (bijv. op een
bedrijventerrein).

Primair verzorgingsgebied

Het aaneengesloten gebied rond een voorzieningencluster dat zorgt voor
circa 50% van de omzet in het voorzieningencluster

Secundair verzorgingsgebied

Het aaneengesloten gebied rond het primaire verzorgingsgebied van het
voorzieningencluster dat de omzet in het voorzieningencluster aanvult
met 30%.

Verkooppunt (vkp)

Een detailhandelsvestiging met winkelpersoneel en een eigen kassa.

Vloerproductiviteit

De gemiddelde omzet per m² winkelvloeroppervlak. Deze varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule.

Volumineuze detailhandel

Detailhandel in auto's, boten, caravans en tenten, grove bouwmaterialen, keukens, badkamers en sanitair evenals bouwmarkten en detailhandel in woninginrichting waaronder meubels. Deze detailhandel heeft vanwege de omvang en de aard van de gevoerde artikelen een groot oppervlak nodig voor de uitstalling. Hierdoor is vestiging binnen reguliere winkelconcentratiegebieden in veel gevallen moeilijk.

Winkel

leder voor het publiek vrij toegankelijk pand met uitstalling van artikelen ten behoeve van verkoop aan particulieren.

Winkelgebied

Een geografisch geheel waarbinnen minimaal 5 winkels zijn gevestigd, eventueel in samenhang met andere consumentverzorgende functies (horeca, dienstverlening etc.).

Winkelvloeroppervlak (wvo)

De voor het publiek toegankelijke winkelruimte ten behoeve van detailhandel, inclusief zichtbare ruimten zoals bijvoorbeeld etalages en de ruimte achter toonbanken en kassa's. Het winkelvloeroppervlak bedraagt, afhankelijk van de branche, circa 70 à 80% van het brutovloeroppervlak.

Bijlage 3 Branche-indeling detailhandel

Branchegroep	Hoofdbranche
Supermarkten	<ul style="list-style-type: none">• Supermarkten
Overig dagelijks	<ul style="list-style-type: none">• Speciaalzaken (versspeciaalzaak, minisuper, slijter, tabak en lectuur)• Persoonlijke verzorging
Mode	<ul style="list-style-type: none">• Kleding en modeaccessoires• Schoenen en lederwaren
Overig niet-dagelijks	<ul style="list-style-type: none">• Warenhuizen• Juwelier en optiek• Huishoudelijke en cadeau-artikelen• Antiek en kunst• Sport• Spel• Hobby• Media• Elektronica• Fiets- en autoaccessoires• Plant en dier• Overige detailhandel
Volumineus aanbod	<ul style="list-style-type: none">• Woninginrichting (o.a. meubelen, keukens, sanitair, vloerbedekking)• Doe-het-zelf (o.a. bouwmarkten)• Tuincentra

Bijlage 4 Winkelaanbod Veendam

Hoofdbranche	Centrum Veendam	Autorama	Sorghvliet	Apollolaan	PDV-zone	Verspreid	TOTAAL
Supermarkten	2.650	1.946	1.402	921	0	1.504	8.423
Speciaalzaken	982	224	134	57	0	513	1.910
Persoonlijke verzorging	1.077	161	182	0	0	138	1.558
Kleding en modeaccessoires	7.002	1.080	0	0	0	0	8.082
Schoenen en lederwaren	2.905	0	0	0	0	0	2.905
Warenhuizen	1.067	0	0	0	0	0	1.067
Juwelier en optiek	571	26	0	0	0	42	639
Huishoudelijke en cadeau-artikelen	1.145	1.144	0	0	0	95	2.384
Antiek en kunst	0	0	0	0	0	154	154
Sport	1.163	0	0	0	3.047	300	4.510
Spel	446	0	0	0	0	0	446
Hobby	207	0	0	0	0	0	207
Media	348	121	0	0	0	0	469
Elektronica	1.719	111	0	0	0	390	2.220
Fiets- en autoaccessoires	351	0	0	0	352	1.112	1.815
Plant en dier	644	256	89	0	965	411	2.365
Overige detailhandel	316	0	0	0	0	2.447	2.763
Woninginrichting	2.619	0	0	0	5.890	4.749	13.258
Doe-het-zelf	0	0	0	0	6.065	735	6.800
Tuincentra	0	0	0	0	0	0	0
TOTAAL	25.212	5.069	1.807	978	16.319	12.590	61.975
Leegstand	3.432	1.168	141	0	7.705	1.789	14.235

Bron: Locatus (2013), 'Verkooppuntenverkenner 2 april 2013'

Bijlage 5 Distributieve mogelijkheden

Distributie-planologisch onderzoek (dpo)

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

Variabelen

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

Verzorgingsgebied

Het primaire verzorgingsgebied voor detailhandel in Veendam is de eigen gemeente. In deze berekening gaan we uit van 27.920 inwoners (stand op 1 januari 2012)*.

* CBS (2012), Statline databank

Gemiddelde omzet per inwoner

In distributieve berekeningen gaan we uit van de landelijk gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar. Bij de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking zijn niet alleen bestedingen van consumenten meegenomen, maar ook bestedingen van bedrijven in winkels.

In deze indicatieve berekening wordt onderscheid gemaakt tussen winkels met dagelijks aanbod (dagelijks) en winkels met niet-dagelijks aanbod (niet-dagelijks, inclusief volumineuze branches). Winkels met dagelijks aanbod zijn supermarkten, versspeciaalzaken en winkels in persoonlijke verzorging (o.a. drogisterij). Winkels met niet-dagelijks aanbod zijn modewinkels (kleding, schoenen en lederwaren) en winkels met overig niet-dagelijks aanbod (o.a. warenhuizen, huishoudelijke artikelen, sport-, speelgoedzaken, winkels in wit- en bruingoed) en winkels met volumineus aanbod (tuincentra, bouwmarkten, overige doe-het-zelfzaken en winkels in woninginrichting).

In Nederland bedraagt de totale omzet van winkels in 2011 circa € 83,6 miljard (exclusief BTW). Dit betekent een gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking per jaar van circa € 5.020. Hiervan wordt € 2.340 omgezet in winkels met dagelijks aanbod en € 2.690 in winkels met niet-dagelijks aanbod**.

Wanneer het gemiddeld inkomen per inwoner in het verzorgingsgebied afwijkt van het Nederlands gemiddelde is het gewenst de gemiddelde omzetcijfers per hoofd aan te passen. Voor winkels met dagelijks aanbod

** HBD (2012), Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek

is het gebruikelijk het omzetcijfer per hoofd aan te passen met een correctie van $\frac{1}{4}$ van het percentage dat het inkomen afwijkt van het Nederlands gemiddelde. Voor winkels met niet-dagelijks aanbod is het gebruikelijk een correctie door te voeren van $\frac{1}{2}$ van het percentage dat het inkomen lager of hoger is dan het gemiddelde. In Veendam ligt het gemiddelde inkomen per inwoner circa 11% lager dan gemiddeld in Nederland. Voor winkels met dagelijkse artikelen gaan wij uit van een omzet per hoofd van € 2.275 (€ 2.340 - ($\frac{1}{4}$ x 11% x € 2.340)). Voor winkels met niet-dagelijkse artikelen (inclusief volumieuze branches) gaan we uit van € 2.545 (€ 2.690 - ($\frac{1}{2}$ x 11% x € 2.690)).

Koopkrachtbinding en -toevloeiing

Niet alle bestedingen van inwoners uit het primaire verzorgingsgebied (Veendam) komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel van de totale bestedingen van inwoners uit het primaire verzorgingsgebied dat terecht komt in de eigen winkels noemen we de koopkrachtbinding.

Behalve bestedingen van inwoners uit het primaire verzorgingsgebied ontvangen de winkels ook bestedingen van inwoners van buiten het primair verzorgingsgebied (voor een belangrijk deel uit Menterwolde en Pekela). Dit aandeel binnen de totale omzet noemen we de koopkrachttoevloeiing.

Het meest recente koopstromenonderzoek* dateert uit 2005 en is daarmee niet actueel. Sindsdien hebben zich grote veranderingen op de winkelmarkt in Nederland voorgedaan en zijn er ook diverse

* Goudappel Coffeng (2005), 'Detailhandelsmonitor'

ontwikkelingen in Veendam en omgeving geweest die van invloed zijn op de koopstromen. In deze berekening hebben we, onder meer gebaseerd op de cijfers uit 2005, een inschatting gemaakt van de huidige koopkrachtbinding en -toevloeiing in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector.

Indicatie distributieve mogelijkheden

Op basis van bovenstaande cijfers wordt een indicatieve berekening gemaakt van de distributieve mogelijkheden voor Veendam. Uit deze indicatieve berekening komt naar voren dat er op dit moment sprake is van overaanbod. Uitgaande van een positieve inschatting van koopstroomcijfers (hoge binding en hoge toevloeiing) berekenen we desondanks een negatieve distributieve ruimte voor zowel het dagelijkse (indicatie -2.000 m² wvo) als het niet-dagelijkse (indicatie: -9.000 m² wvo) winkelaanbod. De huidige leegstand is hierin niet meegenomen. Naar verwachting nemen winkelbestedingen de komende jaren af (o.a. internetverkoop). Een distributieve berekening voor de toekomstige situatie zal derhalve eerder een nog negatievere uitbreidingspotentie laten zien. DTNP benadrukt het indicatieve karakter van de berekening. De uitkomst moet met een ruime bandbreedte worden gezien. Bovendien moet op basis van deze berekeningen niet de conclusie worden getrokken dat er geen nieuwe winkelontwikkelingen meer mogelijk zijn. Ontwikkelingen die de beoogde detailhandelsstructuur versterken blijven gewenst.

Indicatieve berekening marktruimte 'dagelijks' in Veendam

Inwoners primair verzorgingsgebied	27.920
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.275
Koopkrachtbinding	90 à 95%
Omzet uit primair verzorgingsgebied	€ 57,2 à 60,4 mln
Koopkrachttoevoeiing	15 à 20%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 67,3 à 75,5 mln
Gemiddelde omzet/m ² (excl. BTW)	€ 7.310
Potentieel winkelaanbod m ² wvo	9.200 à 10.300
Aanwezig winkelaanbod (excl. leegstand) m ² wvo	11.900
Distributieve ruimte winkelaanbod m ² wvo (excl. leegstand)	-1.600 à -2.700

Indicatieve berekening marktruimte 'niet-dagelijks' in Veendam

Inwoners primair verzorgingsgebied	27.920
Omzet/inwoner (excl. BTW)	€ 2.545
Koopkrachtbinding	70 à 75%
Omzet uit primair verzorgingsgebied	€ 49,7 à 53,3 mln
Koopkrachttoevoeiing	40%
Totale potentiële omzet (excl. BTW)	€ 82,9 à 88,8 mln
Gemiddelde omzet/m ² (excl. BTW)	€ 2.080
Potentieel winkelaanbod m ² wvo	39.800 à 42.700
Aanwezig winkelaanbod (excl. leegstand) m ² wvo	50.100
Distributieve ruimte winkelaanbod m ² wvo (excl. leegstand)	-7.400 à -10.300

Bijlage 6 SWOT per winkelgebied

Centrum Veendam

Aanbod	Omvang	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 25.000 m² wvo • Grootste en belangrijkste winkelgebied van de gemeente • Derde centrum van Oost-Groningen • Middelgroot centrum
	Branchering	<ul style="list-style-type: none"> • Dagelijks en niet-dagelijks • Bijna al het modische aanbod ligt in het centrum
	Aanwezigheid trekkers	<ul style="list-style-type: none"> • o.a. Albert Heijn, Jumbo, HEMA, C&A
	Marktsegmentatie	<ul style="list-style-type: none"> • Voornamelijk midden- en laag marktsegment
	Leegstand	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 3.400 m² wvo • Voor een belangrijk deel aan Kerkstraat(-West)
Locatie	Ruimtelijke samenhang	<ul style="list-style-type: none"> • Goed
	Ligging in verzorgingsgebied	<ul style="list-style-type: none"> • Goed, centraal in de Veendam
Verkeer en parkeren	Bereikbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> • Goed
	Parkeergelegenheid	<ul style="list-style-type: none"> • Goed
Investeringsniveau	Panden	<ul style="list-style-type: none"> • Divers, van zeer slecht tot goed
	Openbare ruimte	<ul style="list-style-type: none"> • Voldoende



Grootste winkelgebied van de gemeente...



...met de meeste keuze: alles is te krijgen.



HEMA is één van de belangrijke trekkers



Relatief uitgebreid aanbod voor beoogde functie



Sterk naar binnen gericht overdekt winkelcentrum



Bezoek is gemakkelijk: bereikbaar en veel parkeren

Autorama

Aanbod	Omvang	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 5.000 m² wvo • Relatief groot voor de beoogde functie als wijkwinkelcentrum
	Branchering	<ul style="list-style-type: none"> • Dagelijks en niet-dagelijks • Niet-dagelijks aanbod vooral beperkt tot frequent benodigde artikelen (huishoudelijk, tijdschriften, dierbenodigdheden, eenvoudige mode)
	Aanwezigheid trekkers	<ul style="list-style-type: none"> • Albert Heijn (grootste supermarkt van Veendam) en Action
	Marktsegmentatie	<ul style="list-style-type: none"> • Voornamelijk midden- en laag marktsegment
	Leegstand	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 1.200 m² wvo
Locatie	Ruimtelijke samenhang	<ul style="list-style-type: none"> • Sterk naar binnen gekeerd overdekt winkelcentrum • Primair een lineaire structuur
	Ligging in verzorgingsgebied	<ul style="list-style-type: none"> • Enigszins decentraal in Veendam-Noord
Verkeer en parkeren	Bereikbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> • Goed
	Parkeergelegenheid	<ul style="list-style-type: none"> • Goed
Investeringsniveau	Panden	<ul style="list-style-type: none"> • Goed
	Openbare ruimte	<ul style="list-style-type: none"> • Niet van toepassing

Sorghvliet

Aanbod	Omvang	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 1.800 m² wvo • Passend bij functie
	Branchering	<ul style="list-style-type: none"> • Dagelijks
	Aanwezigheid trekkers	<ul style="list-style-type: none"> • C1000
	Marktsegmentatie	<ul style="list-style-type: none"> • Midden/laag marktsegment
	Leegstand	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 140 m² wvo • Twee units
Locatie	Ruimtelijke samenhang	<ul style="list-style-type: none"> • Naar binnen gekeerd overdekt winkelcentrum • L-structuur
	Ligging in verzorgingsgebied	<ul style="list-style-type: none"> • Centraal in de wijk Sorghvliet
Verkeer en parkeren	Bereikbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> • Goed, aan doorgaande weg
	Parkeergelegenheid	<ul style="list-style-type: none"> • Goed
Investeringsniveau	Panden	<ul style="list-style-type: none"> • C1000 recent uitgebreid en vernieuwd • Overige panden zijn verouderd
	Openbare ruimte	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuw deel verzorgd, overig deel verouderd



Compleet dagelijks aanbod



C1000 belangrijkste trekker



Enigszins gedateerde uitstraling



Supermarkt is de publiekstrekker en enige winkel



Enkele overige commerciële publieksfuncties



Ontsluiting parkeerterrein is matig

Apollolaan

Aanbod	Omvang	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 980 m² vvo • Passend bij functie
	Branchering	<ul style="list-style-type: none"> • Een supermarkt • Enkele horecabedrijven en kapsalons
	Aanwezigheid trekkers	<ul style="list-style-type: none"> • Supercoop
	Marktsegmentatie	<ul style="list-style-type: none"> • Middenmarktsegment
	Leegstand	<ul style="list-style-type: none"> • n.v.t.
Locatie	Ruimtelijke samenhang	<ul style="list-style-type: none"> • Kleine strip met commerciële publieksfuncties
	Ligging in verzorgingsgebied	<ul style="list-style-type: none"> • Centraal in Wildervank
Verkeer en parkeren	Bereikbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> • Goed, aan doorgaande weg
	Parkeergelegenheid	<ul style="list-style-type: none"> • Matig onsloten parkeerterrein
Investeringsniveau	Panden	<ul style="list-style-type: none"> • Voldoende
	Openbare ruimte	<ul style="list-style-type: none"> • Voldoende

PDV-zone

Aanbod	Omvang	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 24.000 m² vvo
	Branchering	<ul style="list-style-type: none"> • Voor een belangrijk deel volumineus aanbod • Overig aanbod zijn onder andere winkels in tuinartikelen, automaterialen, ruitersport en buitensport.
	Aanwezigheid trekkers	<ul style="list-style-type: none"> • Gamma, Praxis, Leen Bakker
	Marktsegmentatie	<ul style="list-style-type: none"> • Overwegend lager marktsegment
	Leegstand	<ul style="list-style-type: none"> • Ca. 7.700 • De helft van de totale leegstand van Veendam
Locatie	Ruimtelijke samenhang	<ul style="list-style-type: none"> • Geen
	Ligging in verzorgingsgebied	<ul style="list-style-type: none"> • Voldoende
Verkeer en parkeren	Bereikbaarheid	<ul style="list-style-type: none"> • Goed
	Parkeergelegenheid	<ul style="list-style-type: none"> • Voldoende • Per winkel geregeld op eigen terrein
Investeringsniveau	Panden	<ul style="list-style-type: none"> • Wisselend, van matig tot goed
	Uitstraling	<ul style="list-style-type: none"> • Matig



Vooral volumineus winkelaanbod



Ruimtelijke samenhang ontbreekt



Helft van de leegstand van Veendam op de PDV-zone