

# Actualisatie detailhandelsstructuurvisie



# 1. Context

## 1.1 Inleiding

### Aanleiding

De vorige detailhandelsstructuurvisie (DSV) van de gemeente Hoogeveen is afgerond in januari 2008. Destijds werd ingezet op een regionaalverzorgend hoofdwinkelgebied, levensvatbare wijk- en dorpscentra en een branche-specifiek beleid voor perifere detailhandel. De aanhoudende veranderingen in het koopgedrag van consumenten en in het vestigingsgedrag van winkels, en de recente jurisprudentie over de motiveringsvereisten voor ruimtelijk detailhandelsbeleid zijn aanleiding het detailhandelsbeleid te actualiseren. De huidige detailhandelsstructuurvisie en de geactualiseerde Ontwikkelingsvisie stadscentrum (2017) vormen de basis voor het te actualiseren beleid.

### Doel

Het doel van dit document is houvast te bieden voor het economisch vitaal en aantrekkelijk houden van de winkelstructuur, rekening houdend met structureel gewijzigde consumentenvoorkeuren. Detailhandel wordt hierbij benaderd in samenhang met andere publieksgerichte functies (horeca, diensten, cultuur, vrije tijd). Met een actuele DSV kan de gemeente de komende vijf tot tien jaar anticiperen op landelijke en lokale ontwikkelingen in de detailhandel (actualisatie in 2027). Bovendien schept de gemeente hiermee duidelijkheid voor marktpartijen. Door specifieke kansen en kwaliteiten van de afzonderlijk winkelgebieden inzichtelijk te maken, daagt de DSV uit tot nieuwe investeringen op de juiste locaties. Deze visie op de ruimtelijke winkelstructuur maakt keuzes omtrent de toekomstige positie van (wijk- en dorps)centra en van overige locaties, zoals detailhandel aan de Griendtsveenweg en op de overige bedrijventerreinen. De DSV biedt tevens een actueel toetsingskader, aan de hand waarvan initiatieven kunnen worden beoordeeld.

### Leeswijzer

In het vervolg van dit hoofdstuk wordt ingegaan op de feiten en cijfers over de detailhandel in de gemeente. Hierbij worden zowel de vraag- als de aanbodzijde bekeken. Hoofdstuk 2 gaat vervolgens in op de trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt en op wat deze betekenen voor de gemeente Hoogeveen, zowel in kwalitatieve als kwantitatieve zin. In hoofdstuk 3 wordt vervolgens de visie op de toekomstige detailhandelsstructuur van de gemeente gegeven. De vraag die hierin centraal staat is: waar zijn welke winkels gewenst en waar zijn dus géén winkels (meer) gewenst? Deze visie wordt in hoofdstuk 4 uitgewerkt in (ondersteunende) beleidsregels.

### Proces

Voor de totstandkoming van dit detailhandelsbeleid is er een ambtelijke projectgroep ingesteld en heeft adviesbureau DTNP het voorlopige concept opgesteld. In het proces is allereerst een informatiebijeenkomst gehouden voor de gemeenteraad. Vervolgens zijn er een twee bijeenkomsten georganiseerd met een vertegenwoordiging van lokale ondernemers, waarna een aangepaste conceptvisie is opgemaakt en ter besluitvorming is aangeboden aan het college van B&W.



## 1.2 Uitgangssituatie

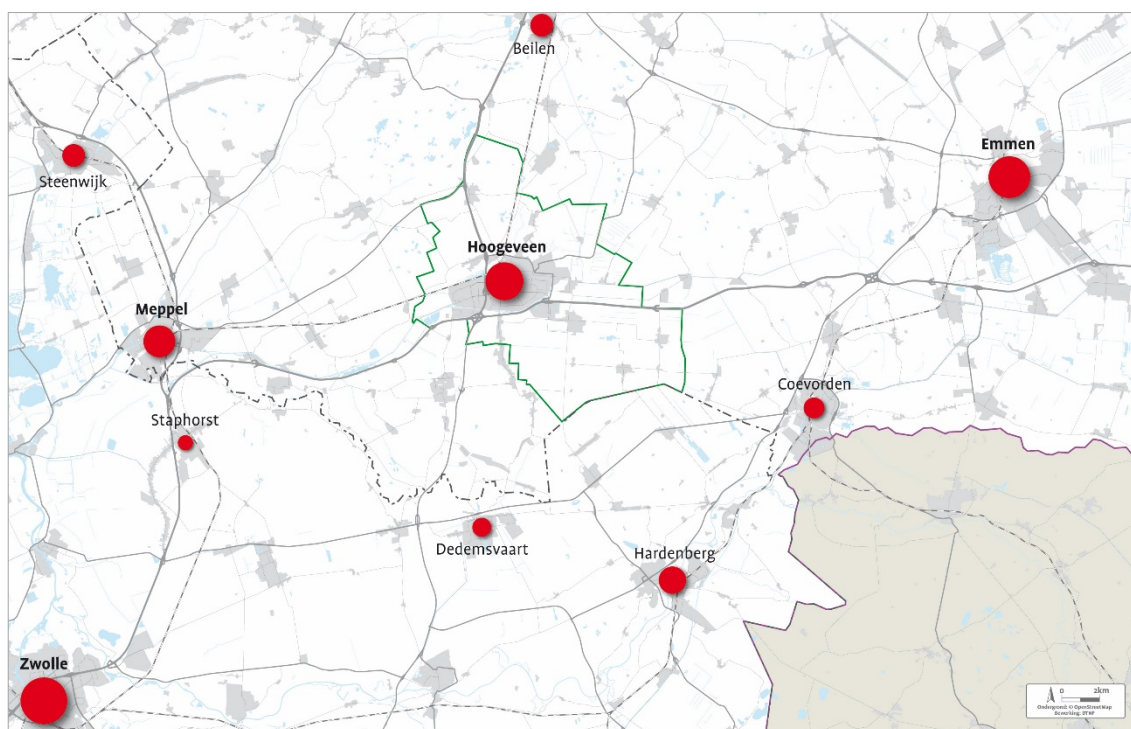
### Ligging

De gemeente Hoogeveen ligt in het zuiden van Drenthe, op het kruispunt van de snelwegen A28 en A37 en aan de spoorlijn Zwolle-Groningen. Naast de kern Hoogeveen bestaat de gemeente uit tien kleine kernen, verspreid over een omvangrijk buitengebied.

Hoogeveen heeft een regionale functie voor de omliggende kleine en middelgrote kernen. Buiten Hoogeveen zijn Meppel, Emmen, Assen en Zwolle de eerstvolgende grote(re) plaatsen met een vergelijkbare regiofunctie (zie kaart).

### Inwoners

De gemeente Hoogeveen telt circa 55.900<sup>1</sup> inwoners. De kern Hoogeveen is met circa 39.450 inwoners veruit de grootste kern van de gemeente. Het bevolkingsaantal blijft de komende jaren naar verwachting redelijk stabiel<sup>2</sup>. De kern Hoogeveen krijgt te maken met enige krimp (circa -8% in 2040). Dit is een grotere krimp dan voor de hele provincie wordt verwacht (circa -2% in 2040). Tevens is er sprake van vergrijzing in de toekomst: het aandeel 65-plussers stijgt van 29% in 2023 naar 33% in 2040. Dit ligt iets hoger dan het landelijk gemiddelde.



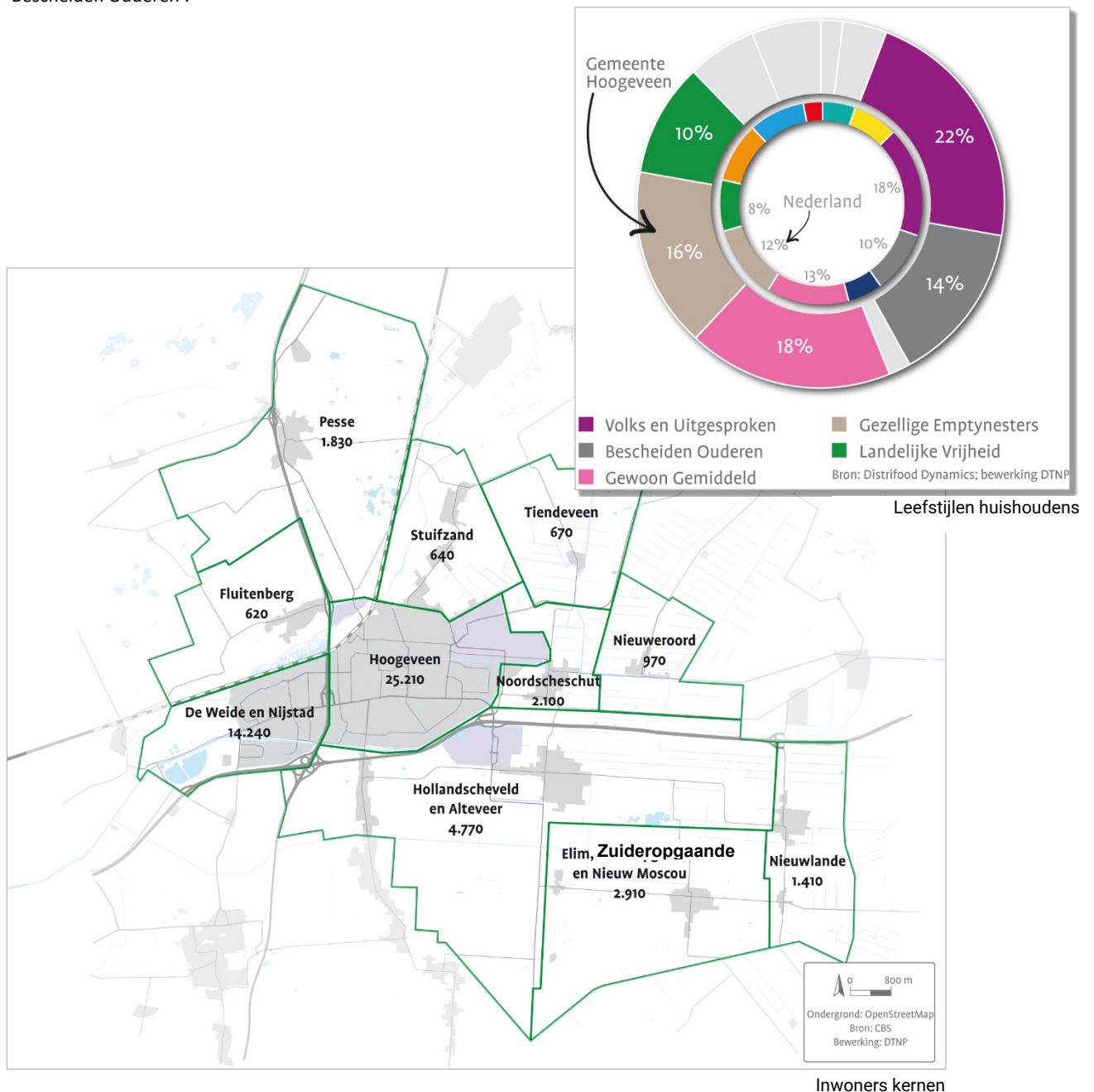
Ligging centrum ten opzichte van centrumgebieden in de regio (geschaald naar omvang winkelvloeroppervlakte)

### Kenmerken huishoudens

<sup>1</sup> CBS, kerncijfers wijken en buurten 2022.

<sup>2</sup> CBS, Regionale prognose 2023-2040.

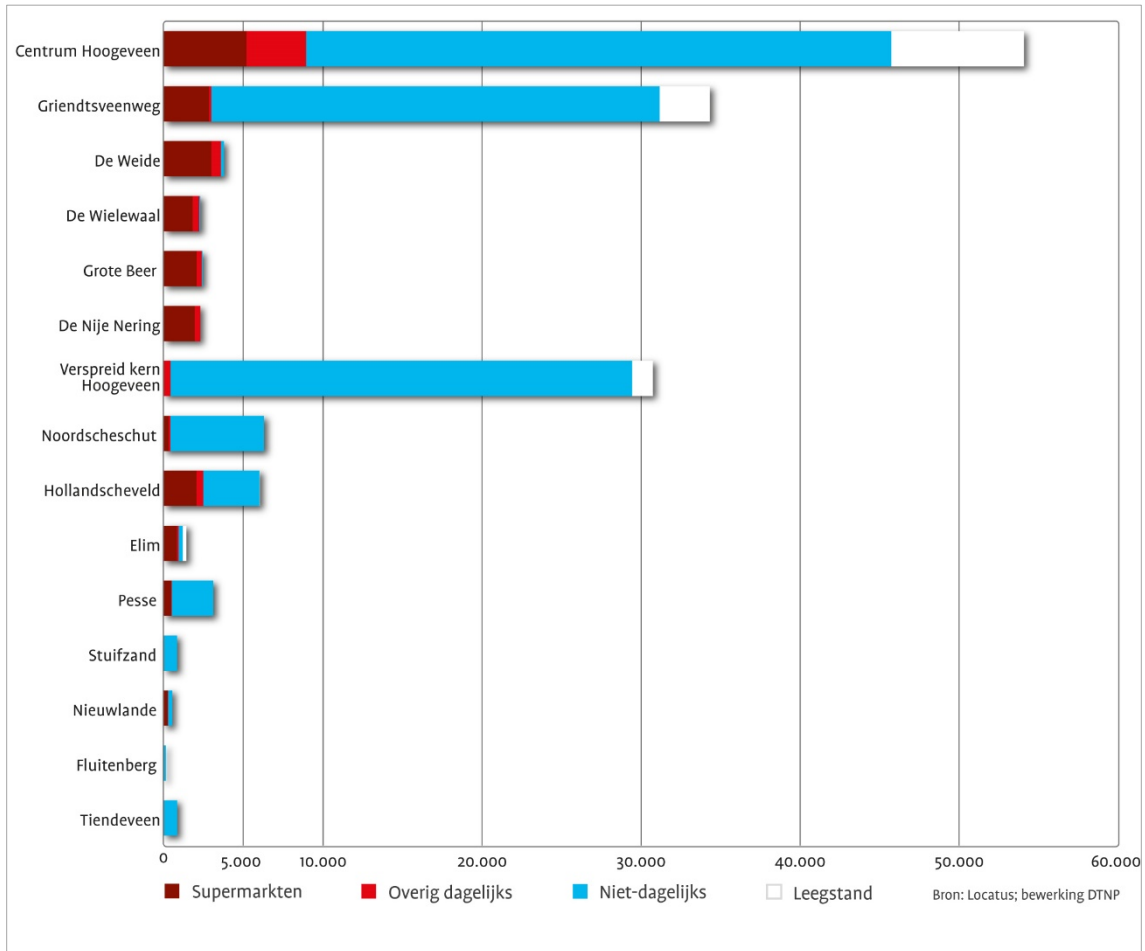
Het gemiddelde inkomen per inwoner ligt in de gemeente Hoogeveen circa 16% onder het landelijke gemiddelde en circa 11% onder dat van de provincie Drenthe<sup>3</sup>. Dit lage inkomensniveau is terug te zien in de huishoudenssegmentatie<sup>4</sup>: de leefstijlen 'Volks en Uitgesproken' en 'Gewoon Gemiddeld' komen het meeste voor in de gemeente. Alleen in de buurt Erflanden in het zuidwesten van de stad zijn de huishoudens met een bovengemiddeld inkomen in de meerderheid. De leefstijl 'Landelijke Vrijheid' is vooral terug te vinden buiten de kern Hoogeveen, waar vrijstaande koophuizen, soms met bedrijf aan huis, meer voorkomen. De (aankomende) vergrijzing in de gemeente blijkt uit het bovengemiddelde aandeel 'Gezellige Emptynesters' en (in mindere mate) 'Bescheiden Ouderen'.



<sup>3</sup> CBS, kerncijfers wijken en buurten 2020.

<sup>4</sup> Voor meer informatie over het Whooz-segmentatiemodel zie [www.whooz.nl/whize](http://www.whooz.nl/whize).

De gemeente Hoogeveen telt in totaal, exclusief leegstand, circa 135.850 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo), verspreid over circa 340 verkooppunten voor detailhandel (vkp)<sup>5</sup>. Veruit het grootste gedeelte hiervan bevindt zich in de kern Hoogeveen. Het stadscentrum (ca. 45.750 m<sup>2</sup>, ca. 165 vkp) en het PDV-cluster Griendtsveenweg (ca. 31.200 m<sup>2</sup>, ca. 20 vkp) hebben beide een regionale functie. Daarnaast telt de kern Hoogeveen vier ondersteunende buurt-/wijkcentra van min of meer gelijke omvang. In ieder van deze centra zijn op dit moment twee à drie supermarkten gevestigd (van ieder circa 800 - 1.200 m<sup>2</sup> wvo), met daarnaast dagelijkse winkels (bijv. drogist, bakker of groenteboer) en een enkele horecagelegenheid (bijv. cafetaria) of dienstverlener (bijv. kapper).

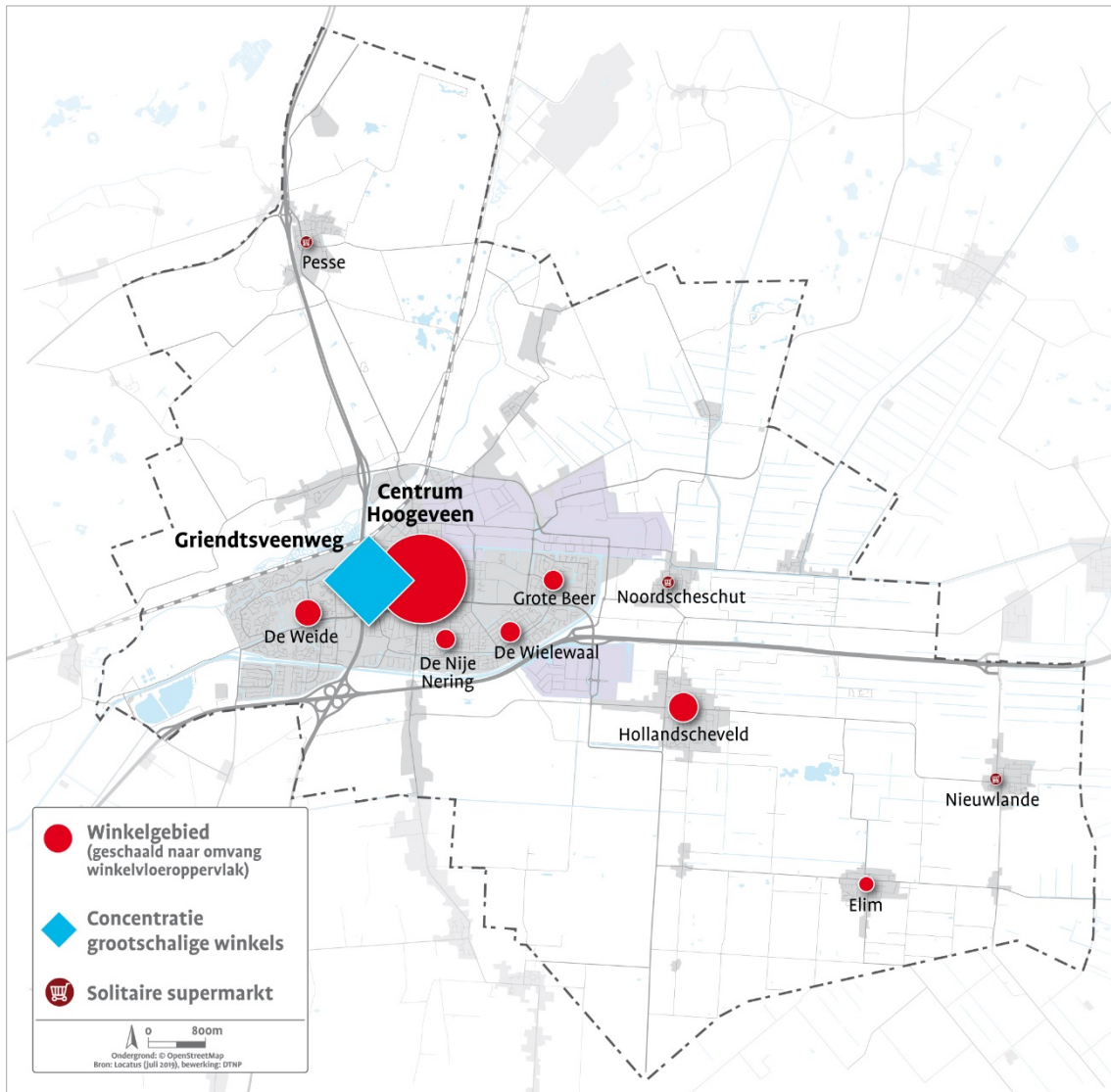


Spreiding detailhandelsaanbod

<sup>5</sup> NB: dit zijn de verkooppunten (en het winkelvloeroppervlak) die zijn ingevuld door detailhandelsbedrijven. Deze getallen zijn dus exclusief leegstaande panden. Bron: Locatus (feb. 2023), online winkelgebiedenverkenner.

### Aanbodstructuur Hollandscheveld en andere dorpen

Het winkelaanbod in Hollandscheveld is met circa 4.850 m<sup>2</sup> wvo (ca. 20 verkooppunten) omvangrijk voor een dorp van deze grootte. De kern heeft hiermee een verzorgende functie voor het omliggende buitengebied, waar slechts een enkele winkel gevestigd is. Het detailhandelsaanbod in de overige kernen van de gemeente is beperkt. Alleen in Elim is er een winkelgebied van beperkte omvang. Nieuwlande, Noordscheschut en Pesse beschikken enkel over gespreid gevestigde winkels, waaronder een kleine supermarkt (200 - 400 m<sup>2</sup> wvo).



Locatie en omvang winkelgebieden

### Aanbodontwikkeling sinds 2008

Vergeleken met 2008, toen de vorige DSV is opgesteld, is het aantal ingevulde verkooppunten (dus exclusief leegstand) fors afgenomen (van 425 naar 340) en is het winkelvloeroppervlak iets gegroeid (van 126.000 naar 135.850 m<sup>2</sup> wvo). Daarnaast zijn er in het centrum kwalitatief andere mogelijkheden bij gekomen. Per saldo is er, in lijn met landelijke ontwikkelingen, sprake van schaalvergroting.

Het niet-dagelijkse winkelaanbod in het centrum van Hoogeveen is sinds 2008 met circa 23% (winkelvloeroppervlak) afgenomen. Dit is redelijk in lijn met het landelijke beeld; het veranderende consumentengedrag als gevolg van het toegenomen internetwinkelen is dus ook in Hoogeveen voelbaar. De Hoofdstraat is momenteel echter nagenoeg

geheel gevuld, vooral door inzet op verplaatsingen vanuit de Tambour-passage, met een compacter en beter gevuld winkelgebied als resultaat.

In het oude beleid zijn alleen De Weide en De Wielewaal aangemerkt als 'wijkwinkelcentrum'. Het winkelaanbod in De Nije Nering en de solitaire supermarkt aan de Griendtsveenweg maakten destijds geen deel meer uit van de gewenste structuur. In de wijk Krakeel (Grote Beer) werd slechts ruimte gezien voor één supermarkt.

Inmiddels zijn de wijkcentra Grote Beer en Nije Nering vernieuwd (o.a. komst extra supermarkt). Ook in winkelcentrum De Weide is een extra supermarkt (Aldi, circa 1.200 m<sup>2</sup> wvo) gebouwd. De solitaire supermarkt (AH) aan de Griendtsveenweg is verkleind, maar deze ruimte is ingevuld door een tweede supermarkt (Aldi). Aan weerszijden van het stadscentrum is ondertussen het supermarktaanbod afgenomen (Aldi en Dekamarkt), waarmee de positie van dit centrum voor dagelijkse boodschappen binnen de detailhandelsstructuur is verzwakt.

De grootste groei van het detailhandelsaanbod ligt op de Griendtsveenweg, waar het winkelaanbod met circa 50% (circa 10.000 m<sup>2</sup> wvo) is toegenomen. Het gaat hier om invulling van leegstand in bestaande winkelpanden. Daarnaast is ook het verspreid gelegen winkelaanbod (met name op bedrijventerrein De Wieken) sinds 2008 iets gegroeid.

## 2. Trends en ontwikkelingen

### 2.1 Landelijke winkelmarkt: veranderend consumentengedrag

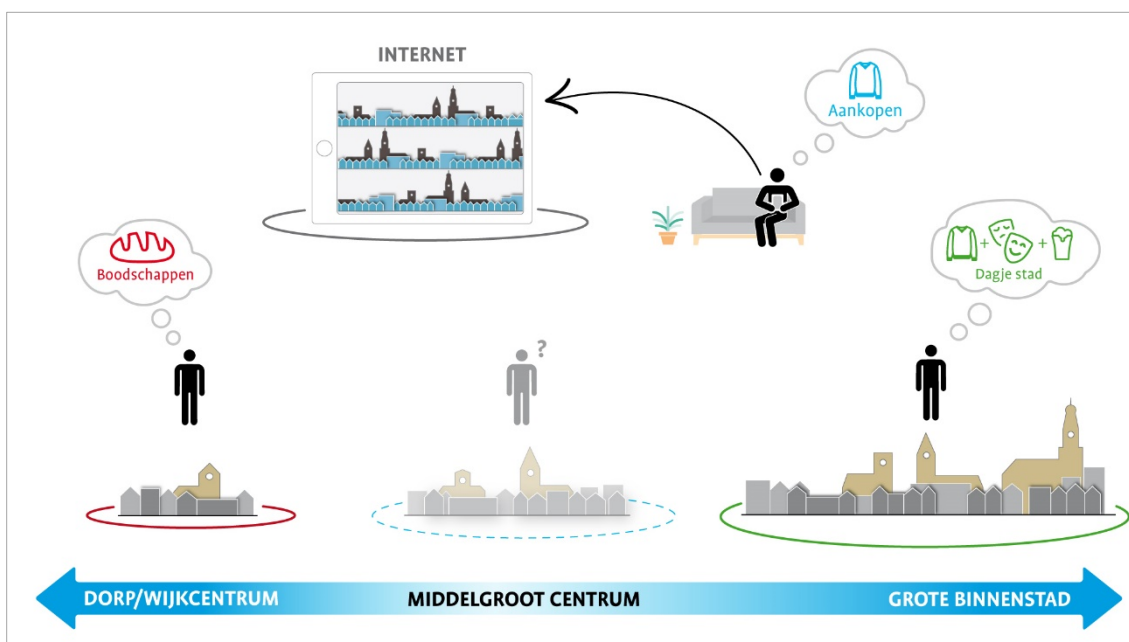
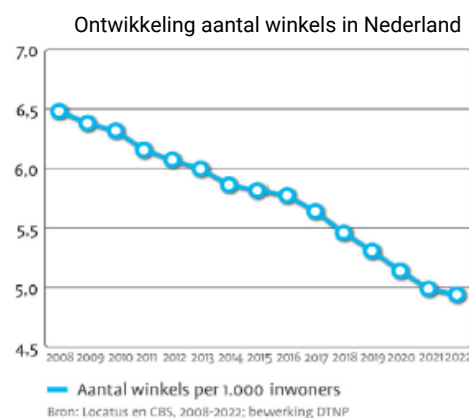
Sinds de vorige visie in 2008 is de winkelmarkt structureel gewijzigd van een groei- in een krimpmarkt. Sinds de crisis van 2008 zijn de bestedingen in fysieke winkels flink gedaald. Faillissementen van winkelketens en groeiende leegstand in winkelgebieden maken dit voor iedereen zichtbaar. De sterke groei van online winkelen is hiervoor de belangrijkste verklaring.

De toename van online winkelen leidt ook tot een structureel ander ruimtelijk aankoopgedrag: de verschillen in de winkelfunctie van kleine en grote centra worden hierdoor groter (boodschappen vs. beleving). De middelgrote centra (de 'grijze' middenmoot) hebben het zwaar. Mede door de ontwikkeling van online winkelen zijn consumenten niet meer vanzelfsprekend gericht op het fysieke aanbod in de nabijheid.

Ook de gemeente Hoogeveen ontkomt niet aan de gevolgen van deze veranderingen in het consumentengedrag. In dit hoofdstuk wordt dit nader toegelicht voor de diverse winkelgebieden:

- Dorps- en wijkcentra (de dagelijkse boodschappen);
- De middelgrote stadscentra (het niet-dagelijkse winkelaanbod);
- Verspreid aanbod en PDV-clusters (volumineuze artikelen).

Verder zal dit hoofdstuk ingaan op de landelijke en lokale impact van de coronacrisis op de detailhandel. Het hoofdstuk sluit af met een indicatieve marktruimteberekening voor het (dagelijkse) winkelaanbod in Hoogeveen.



Polarisatie in winkelgebieden door veranderend consumentengedrag

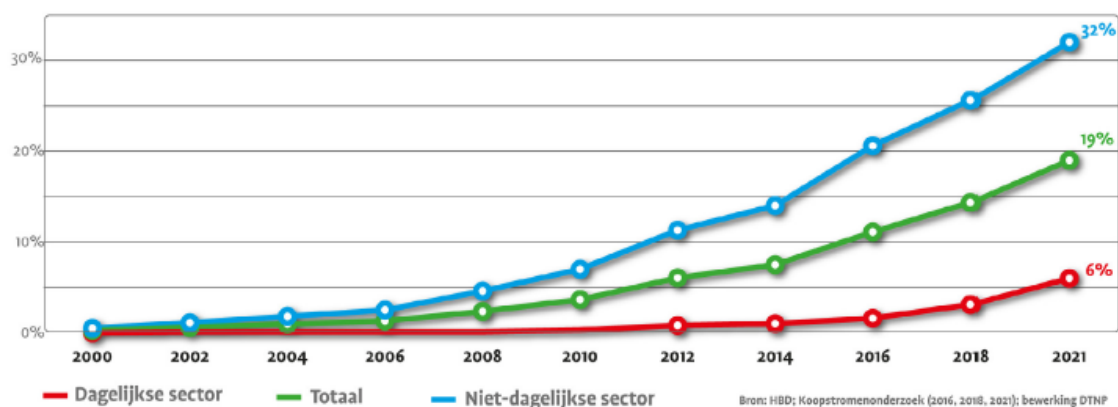


## 2.2 Ontwikkelingen in dorps- en wijkcentra

Lokale centra blijven tot op heden sterk in hun functie als laagdrempelige boodschappenlocatie. In kleine kernen (in het landelijke buitengebied) heeft een bakker, slager of kleine supermarkt bovendien nog een sterke ontmoetingsfunctie. Schaalvergroting onder supermarkten, toename van het online aanbod aan dagelijkse artikelen en problemen bij het vinden van opvolging vormen echter reële bedreigingen voor de kleine (buurt)winkels.

### Behoud niet-dagelijks aanbod

Kansen voor behoud van niet-dagelijks aanbod in kleinere centra liggen er vooral als de winkels meerwaarde weten te bieden ten opzichte van internet (bijvoorbeeld door een hoog serviceniveau of een sterke lokale oriëntatie) en goed aansluiten op de dagelijkse trekkracht van het centrum. Veel niet-dagelijkse winkelketens hebben hun vestigingsstrategie gewijzigd: er worden niet of nauwelijks nog nieuwe filialen in dorpen geopend. In (te) kleine verzorgingsgebieden worden zelfs filialen gesloten.



Ontwikkeling online winkelen in Nederland in dagelijks en niet-dagelijkse sector

### Supermarkten structuurbepalend

In de (reguliere) dorps- en wijkcentra zijn met name supermarkten structuurbepalend. Een moderne supermarkt (> 1.000 m<sup>2</sup> vwo) trekt al gauw 10.000 bezoekers per week, veel meer dan elke andere voorziening in een dorp of wijk. Van die grote aantrekkingskracht kunnen andere winkels profiteren, mits de ruimtelijke inpassing van de supermarkt goed is.

### Schaalvergroting en positie supermarkten

Supermarkten worden gemiddeld steeds groter. Met name het aantal supermarkten van 1.000 tot 2.000 m<sup>2</sup> vwo groeit. Deze maat sluit goed aan op consumentenbehoeften (ruime opzet en assortiment), maar vraagt ook om een groter verzorgingsgebied (> 6.000 inwoners). Binnen een fijnmazige winkelstructuur betekent die schaalvergroting dat marges onder druk komen te staan en supermarkten elkaar verdringen. Ook worden supermarkten, waaronder ook de discountformules, steeds completer, hebben ze steeds ruimere openingstijden en bieden ze steeds meer diensten, waardoor bestaande zelfstandige ondernemers beconcurrereerd worden. Het aantal bakkers en slaggers neemt bijvoorbeeld al jaren af.

### Online verkoop in dagelijkse sector

In de dagelijkse sector is het marktaandeel van internet nu nog klein (ca. 2% in Oost-Nederland (2019), ca. 6% in de Randstad (2021)<sup>6</sup>), maar dit stijgt snel. Het groeiende aandeel online boodschappenbestedingen kan enerzijds verklaard worden door de komst van nieuwe aanbieders/formules (Picnic, Hello Fresh, etc.). Anderzijds zijn de bestaande supermarktketens zich, met nieuwe distributiecentra en bezorgdiensten, nog nadrukkelijker op de online verkoop gaan richten. Op termijn zal dit er toe leiden dat er minder dagelijks winkelvloeroppervlak nodig is.

---

<sup>6</sup> I&O research et al. (2022), Koopstromenonderzoek 2021.

## 2.3 Ontwikkelingen in middelgrote winkelcentra

Vóór de digitale revolutie werd alles in een winkel centrum gekocht en was de aankooplocatie vooral afhankelijk van het type product dat werd aangeschaft. Hoe unieker het product, hoe groter de reisafstand die men bereid was af te leggen. Veel middelgrote centra hadden een sleutelrol voor niet-dagelijkse aankopen. Inmiddels heeft het internet een sterke positie als alternatief aankoopkanaal. Dit betekent dat de noodzaak voor het bezoek aan middelgrote (puur functionele) winkelgebieden voor een groot deel is weggevallen.

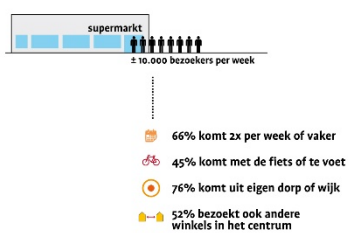
### Online verkoop in de niet-dagelijkse sector

Het marktaandeel online in de niet-dagelijkse sector bedraagt landelijk inmiddels ruim 30% van de detailhandelsbestedingen in deze sector (I&O Research, 2022). In fysieke winkels in de niet-dagelijkse sector liggen de bestedingen daardoor in veel sectoren nog onder het niveau van 2008. Vooral door de verdere groei van internet is de verwachting dat het fysieke winkelaanbod in de niet-dagelijkse sector de komende jaren nog verder zal afnemen. Dit blijkt bijvoorbeeld uit het vestigingsgedrag van diverse landelijke ketens; zij openen niet of nauwelijks nog nieuwe vestigingen in middelgrote centra. Ook zijn banken terughoudend met het financieren van startende winkels vanwege de toegenomen risico's.

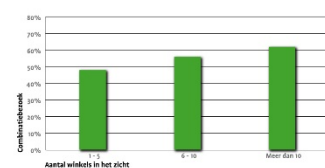
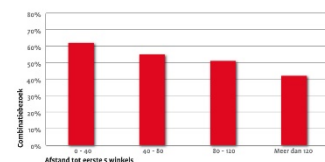
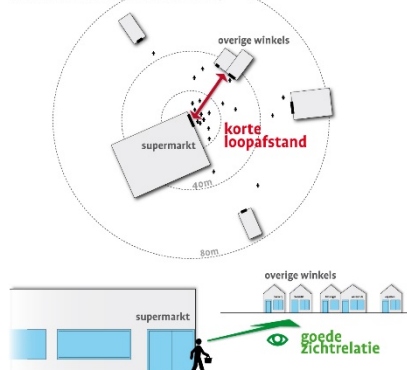
### Combinatiebezoek supermarkten en overige functies

Door de afname van de niet-dagelijkse winkelfunctie worden overige publieksfuncties, waaronder dagelijks winkelaanbod, (dag)horeca, ambachten en overige maatschappelijke, culturele en medische functies, steeds belangrijker als drager voor vitale centra. Ook de ontmoetingsfunctie staat nog nadrukkelijker op de voorgrond. Daarnaast blijft (ook in het centrum van Hoogeveen) de locatie en de inpassing van supermarkten belangrijk. Supermarkten waren al de belangrijkste trekkers in de (kleinere) dorpscentra, maar het belang van het dagelijkse winkelaanbod is ook groot in middelgrote centra (weekrond veel passanten). Voor het combinatiebezoek met deze trekkers is de juiste ruimtelijke inpassing in het centrumgebied van groot belang. Wanneer er sprake is van een korte loopafstand en een goede zichtrelatie tussen de supermarkt en overige winkels kunnen meer ondernemers profiteren van het aanwezige publiek.

Profiel gemiddelde bezoeker in Nederland



Voorwaarden combinatiebezoek



Bron: DTNP (2023), Passantenonderzoek trekkersol supermarkten

Combinatiebezoek supermarkten

## 2.4 Ontwikkelingen perifere detailhandel

In perifere winkelgebieden worden toegestane branches in de regel beperkt tot winkels met volumineuze of brandgevaarlijke artikelen die moeilijk inpasbaar zijn in reguliere centra (woninginrichting, bouwmarkten, tuincentra, auto, boten, caravans, motorbrandstoffen, etc.). Reguliere winkels worden er niet toegestaan, om de bestaande winkelstructuur niet te ondermijnen. Na een grote terugloop van de bestedingen in de crisisjaren is de omzet in 'PDV-branches' de afgelopen jaren weer toegenomen.

Ondanks deze opleving blijft het aanbod in volumineuze branches kwetsbaar. Enerzijds neemt ook in deze branches de verkoop via internet snel toe. Anderzijds is er op perifere locaties in het verleden (veel) te veel winkelopervlakte gebouwd. Om in de toekomst goed te kunnen functioneren is het (ook voor dit type winkelgebied) belangrijk dat er een meerwaarde wordt geboden ten opzichte van internet.

### Verruiming brancheregeling?

Vanwege het grote (over)aanbod van (leegstaande) winkelruimte is er vanuit eigenaren vaak grote druk om de beperkende brancheregels te verruimen. Ook sommige winkelketens verkiezen een goedkopere perifere locatie boven een locatie in een regulier winkelgebied. Verruiming van de branchering op dit soort locaties kan niet losgezien worden van de (ambities voor) de overige winkelstructuur. Recente jurisprudentie (zie kader op volgende pagina) bevestigt nogmaals het belang van een heldere motivering van een (eventuele verruimde) brancheregeling en van een eenduidig ruimtelijk detailhandelsbeleid.



#### Ontwikkelingen in beleid: casus Appingedam

Met de invoering van de Europese Dienstenrichtlijn is het ruimtelijk detailhandelsbeleid in Nederland onder een vergrootglas komen te liggen. De definitieve uitspraak van de Raad van State op 24 juli 2019 in de juridische procedure over het bestemmingsplan 'Stad Appingedam' vormt hierbij een belangrijk precedent.

#### Wat is er nu besloten?

De gemeente Appingedam mag reguliere ('normale') detailhandel weren van het Woonplein aan de rand van de stad. Het is toegestaan dat de gemeente daar alleen detailhandel in omvangrijke artikelen toelaat. De uitspraak maakt duidelijk dat gemeenten en provincies, ook met de Dienstenrichtlijn, ruimtelijk detailhandelsbeleid kunnen blijven voeren. Regels over bijvoorbeeld locaties, branches en oppervlaktes zijn nog altijd mogelijk. De uitspraak bevestigt wel de noodzaak dat overheden dit soort 'beperkende regels' elke keer opnieuw zeer zorgvuldig motiveren met onderzoek of gegevens die toepasbaar zijn voor die specifieke situatie.

#### Hoe zit dat met die Dienstenrichtlijn?

De Europese Dienstenrichtlijn zorgt ervoor dat dienstverleners in de EU, waaronder detailhandel, zich onbelemmerd in een andere lidstaat kunnen vestigen. Overheden mogen wel eigen regels maken over de ruimtelijk ordening ('territoriale beperkingen') van detailhandel en ander dienstverrichters, mits deze regels noodzakelijk, evenredig en niet discriminerend zijn.

#### Wat gebeurde er in Appingedam?

De discussie in Appingedam ging over de noodzakelijkheid en de evenredigheid van de branchebeperkingen op het Woonplein. Het bestemmingsplan voor het Woonplein staat alleen detailhandel in volumineuze artikelen toe, zoals meubelen, keukens en bouwmaterialen. De gemeente wil zo voorkomen dat zich reguliere detailhandel vestigt op het Woonplein, omdat dat negatieve gevolgen zou hebben voor het winkelgebied in het centrum. Een eigenaar van winkelpanden aan het Woonplein stelde echter dat deze brancheringsregels in strijd zijn met de Europese Dienstenrichtlijn.

#### Wat vond de Raad van State daarvan?

De Raad van State oordeelde in een tussenuitspraak (juni 2018) dat de gemeente Appingedam de noodzakelijkheid in haar beleidsregels voldoende had gemotiveerd. Dit gold echter niet voor de evenredigheid. De gemeente Appingedam heeft vervolgens aanvullend onderzoek 'met specifieke gegevens' alsnog laten doen. Uiteindelijk oordeelde de Raad van State in de uitspraak van 24 juli 2019 dat de gemeente met dat onderzoek aannemelijk heeft gemaakt dat de brancheringsregels effectief zijn voor de situatie in Appingedam en niet verder gaan dan nodig is om te voorkomen dat het stadscentrum minder leefbaar wordt door toenemende leegstand.

#### Wat betekent dit voor andere gemeenten?

De uitspraak Appingedam maakt overheden bewust van de noodzaak beleidsregels deugdelijk (lees: vaak beter dan nu) te motiveren. De casus Appingedam bevestigt dat een overheid per situatie niet alleen heel specifiek moet afwegen welke regels passend zijn, maar ook inzichtelijk moet maken (met locatiespecifieke gegevens) waarom juist hier voor deze regeling is gekozen.

## 2.5 Gevolgen coronacrisis

### Consumenten kopen meer online

Al voor de coronacrisis kocht een aanzienlijke groep consumenten hun niet-dagelijkse artikelen regelmatig online. Door de beperkende coronamaatregelen (o.a. sluiting niet-essentiële winkels) heeft internetwinkelen tijdens de crisis in zowel de food- als de non-foodsector een enorme vlucht genomen. Nog meer consumenten hebben kennisgemaakt met online winkelen en boodschappen doen. Winkels hebben hun webshops verbeterd of opgestart en hun logistieke infrastructuur ingericht op de toegenomen behoefte aan online bestellen. Hoewel het aandeel online sinds het heropenen van de fysieke winkels weer wat is teruggelopen, is de verwachting dat een gedeelte van de versnelde toename van internetwinkelen blijvend zal zijn. Uit een consumentenonderzoek van ABN Amro (2021) blijkt dat 18% van de consumenten verwacht na de coronacrisis meer online te blijven winkelen dan ervoor<sup>7</sup>. ING (2019) voorspelde vóór de coronacrisis al een groei van het aandeel van non-foodwebshops naar 35% in 2025.

### Consumenten kopen meer lokaal

Tijdens de coronacrisis zijn consumenten hun fysieke aankopen meer lokaal gaan doen. Consumenten wilden tijdens de coronacrisis vooral snel en veilig winkelen. Daarvoor oriënteerden zij zich meer op de kleinere winkelgebieden dicht bij huis, die meer gericht zijn op de dagelijkse boodschappen. Met name de grote stadscentra met een regionale functie waren hiervan de dupe. Het ruime aandeel mode- en horeca-aanbod maakt deze centra kwetsbaar. Dit blijkt ook uit de corona-oplegger voor winkelgebieden in Drenthe<sup>8</sup>.

De toegenomen waardering voor het lokale winkelcentrum is naar verwachting deels blijvend. Doordat mensen vaker thuis werken, doen zij ook vaker dicht bij huis hun aankopen. Van de respondenten uit het consumentenonderzoek van ABN Amro (2021) verwacht 19% na de coronacrisis vaker dan vóór de coronacrisis de winkels in de eigen woonplaats te bezoeken.

### Gevolgen coronacrisis voor winklondernemers in Hoogeveen

Het merendeel van de Hoogeveense ondernemers heeft door de coronacrisis een flinke tik gekregen. Winkels moesten door de beperkende maatregelen meerdere keren hun deuren sluiten. In de detailhandel werden met name kledingzaken erg hard getroffen. Supermarkten en versspecialzaken mochten als essentiële winkels geopend blijven en hebben tijdens de crisis veelal goede zaken gedaan. Hun winst kwam deels uit een verschuiving binnen de foodsector vanuit de horeca. Ook bouwmarkten hebben kunnen profiteren van de coronacrisis, doordat mensen massaal besloten hun huis op te gaan knappen. Voor Hoogeveen betekent dit alles dat er naar verwachting nog meer winkels uit de branches die het voor de coronacrisis al moeilijk hadden (modezaken en overig niet-dagelijkse winkels) zullen wegvallen, zeker wanneer de steunmaatregelen worden afgebouwd.

### Gevolgen coronacrisis voor vastgoedeigenaren in Hoogeveen

Nu ondernemers uit de detailhandel door de coronacrisis onder druk staan, wordt de oplossing vaak bij vastgoedeigenaren gezocht (roep om huurverlaging/kwijtschelding). Deels gaat het echter om dezelfde personen: de ondernemer kan ook eigenaar van het bedrijfspand zijn. Daarnaast zijn voor vastgoedeigenaren de problemen vaak minstens zo groot als voor ondernemers. Vastgoedeigenaren krijgen door de coronacrisis te maken met een neerwaartse spiraal:

- Vastgoed dat momenteel al leeg staat of waar een huurcontract op zit dat op korte termijn afloopt, wordt in veel gevallen naar verwachting niet opnieuw ingevuld. De vaste exploitatiekosten lopen echter door.

---

<sup>7</sup> ABN Amro, 2021. Naar een nieuw normaal in winkelgedrag

<sup>8</sup> I&O Research (2021), Corona-oplegger winkelgebieden Drenthe.

- Door de afnemende omzet van ondernemers en de dalende gemiddelde huurprijs neemt de waarde van vastgoed af. Panden kunnen 'onder water' komen te staan.
- Doordat de opbrengsten uit commercieel vastgoed teruglopen en de kosten stijgen, komt de bereidheid tot investeringen in het gedrang. Op termijn leidt dit tot verloedering doordat het vastgoed niet meer onderhouden wordt.
- Vastgoedeigenaren naast/tegenover verloederde panden krijgen hun eigen pand ook moeilijker verhuurd. Er ontstaan 'zwarte gaten' in het centrum, die verdere leegstand en verloedering in de hand werken.
- De hierboven geschetste negatieve spiraal blijft de Hogeveense binnenstad vooralsnog bespaard, doordat actief ingezet is op een compacter winkelgebied (sanering Tamboerpassage).

## 2.6 Kwantitatieve effecten (indicatieve marktruimteberekening)

### Niet-dagelijkse sector

In het verleden was het beter mogelijk om een cijfermatige onderbouwing te geven van de omvang van het toekomstig haalbare detailhandelsaanbod in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Met de toename van het internetwinkelen is het doen van een betrouwbare voorspelling echter steeds lastiger geworden en zijn koopmotieven en -gedrag diffuser geworden. In de niet-dagelijkse sector is het aandeel en de ontwikkeling van de online bestedingen sterk verschillend per branche. Prognoses uit het verleden zijn in veel gevallen inmiddels achterhaald. De toekomstige omvang van de niet-dagelijkse sector in de gemeente Hoogeveen is daarom lastig goed te kwantificeren. De schatting uit de Drentse Retailagenda (december 2016) is dat er in de provincie een gemiddeld overaanbod aan winkelmeters van circa 20% is.

### Dagelijkse sector

In de dagelijkse sector zijn de online bestedingen minder bepalend, hoewel ook hier het online marktaandeel sterk is gegroeid in de laatste jaren. Uit een indicatieve marktruimteberekening voor de dagelijkse sector in de gemeente Hoogeveen blijkt dat er momenteel reeds sprake is van een overaanbod. De gemiddelde vloerproductiviteit (bestedingen per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak) ligt in de gemeente naar schatting circa 33% onder het landelijk gemiddelde in 2025. Als we uitgaan van een continue groei van het aandeel internet (van 8,5% in 2025 naar 12,5% in 2030), dan valt de vloerproductiviteit nog verder terug (tot circa 37% onder het landelijk gemiddelde). Gezien de vlucht van het online boodschappen doen, is een online aandeel van 5% in 2025 en 7,5% in 2030 een behoudende en daarmee optimistische inschatting (in 2019 was het lokale online aandeel 2%). Een beperkt ondergemiddelde vloerproductiviteit kan voldoende zijn om tot een rendabele exploitatie te komen, maar in Hoogeveen staat de omzet gemiddeld onder druk. Er moet rekening gehouden worden met het risico van het wegvallen van aanbieders. Een substantiële uitbreiding van het dagelijkse winkelaanbod, zonder verdringing/sanering elders, is dan ook uitgesloten. Toevoeging van dagelijkse winkelmeters kan ten koste gaan van de geboden kwaliteit en op termijn leiden tot sluiting van dagelijkse winkels, ook in beleidsmatig nagestreefde (wijk- en dorps)centra.



Indicatieve marktruimteberekening voor gemeente Hoogeveen voor het dagelijks winkelaanbod in 2025 en 2030\*

		2025	2030
Aantal inwoners in verzorgingsgebied		circa 55.300	circa 53.800
Winkelomzet per hoofd (excl. btw en internet), gecorrigeerd voor gemiddeld inkomen		€ 2.410	€ 2.347
Koopkrachtbinding		94%	94%
Winkelomzet uit verzorgingsgebied (excl. btw)	a * b * c	€ 125,3 mln	€ 118,7 mln
Aandeel vreemde koopkracht/koopkrachttoevoeiing		12%	12%
Totale winkelomzet (excl. btw)	d / (1 - e)	€ 142,4 mln	€ 134,9 mln
Gemiddelde winkelomzet per m <sup>2</sup> wvo (excl. btw)		€ 7.823	€ 7.823
Potentieel winkelaanbod	f / g	ca. 18.200 m <sup>2</sup> wvo	ca. 17.250 m <sup>2</sup> wvo
Huidig winkelaanbod		ca. 27.200 m <sup>2</sup> wvo	ca. 27.200 m <sup>2</sup> wvo
Huidige winkelomzet per m <sup>2</sup> wvo (excl. btw)	f / i	€ 5.234	€ 4.958
Indicatie uitbreidingsruimte	h - i	ca. - 9.000 m <sup>2</sup> wvo	ca. - 9.950 m <sup>2</sup> wvo
Afwijking t.o.v. landelijk gemiddelde		-33%	-37%

\* Voor een toelichting op de achtergronden van deze berekening verwijzen we naar de bijlage en de publicatie van Retail Insiders (2022), 'Omzetkengetallen 2021 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek'.

# 3. Visie

## 3.1 Ambities en uitgangspunten

### 1. Winkels in winkelgebieden

In Hoogeveen zijn de gevolgen van het veranderende consumentengedrag op diverse plaatsen zichtbaar geworden: in de kleine kernen verdwijnt het (vers-)aanbod en ook in het regionaalverzorgende hoofdcentrum neemt de leegstand toe. Het doel van de detailhandelsstructuurvisie is een duurzame winkelstructuur, die voor consumenten aantrekkelijk en zo uitgebreid mogelijk is (ruime keuze, dicht bij huis) en voor ondernemers en eigenaren voldoende kansen biedt voor investeringen en een goed functioneren. Het credo ‘winkels horen in winkelgebieden’ vormt dan ook het eerste uitgangspunt voor de detailhandelsvisie in de gemeente Hoogeveen, zoals ook afgesproken in de provinciale Retailagenda<sup>9</sup>.

### 2. Een versterkte winkelpositie van het stadscentrum

Gezien het gebrek aan marktruimte voor het dagelijkse en niet-dagelijkse winkelaanbod (zie paragraaf 2.6) zullen er in de toekomstige detailhandelsstructuur keuzes gemaakt moeten worden in de positie van de diverse bestaande winkelgebieden. Met de actualisatie van de Ontwikkelingsvisie stadscentrum (in 2017) heeft de gemeente een belangrijk signaal afgegeven:

“De winkelpositie van het stadscentrum in de regio moet [...] behouden blijven en worden versterkt”.

Deze ambitie, die ook is vastgelegd in het huidige coalitieakkoord, vormt het tweede uitgangspunt voor de toekomstige detailhandelsstructuur.

### 3. Concentratie van voorzieningen

De concentratie van dagelijkse voorzieningen in levensvatbare wijk- en dorpscentra is het derde uitgangspunt. Met het oog op aantrekkelijke woonmilieus, het tegengaan van onnodig autogebruik en een verder vergrijzende bevolking is het van belang op korte afstand van de woonomgeving een zo compleet mogelijk dagelijks winkelaanbod, dat in omvang passend is bij het lokale verzorgingsgebied, te behouden. Om de ontmoetingsfunctie van de buurt-, wijk- en dorpscentra verder te stimuleren wordt dit winkelaanbod idealiter gesitueerd nabij overige buurtfuncties (educatief, sociaalmaatschappelijk, cultureel, etc.).

---

<sup>9</sup> Uit Retailagenda Drenthe 2016-2019: “Drentse gemeenten en de provincie Drenthe hanteren ieder vanuit hun eigen bevoegdheid als uitgangspunt dat detailhandel zoveel mogelijk wordt geconcentreerd in de bestaande winkelgebieden (inclusief de bekende perifere detailhandelsvestigingen).”

#### Waarom winkels in winkelgebieden horen

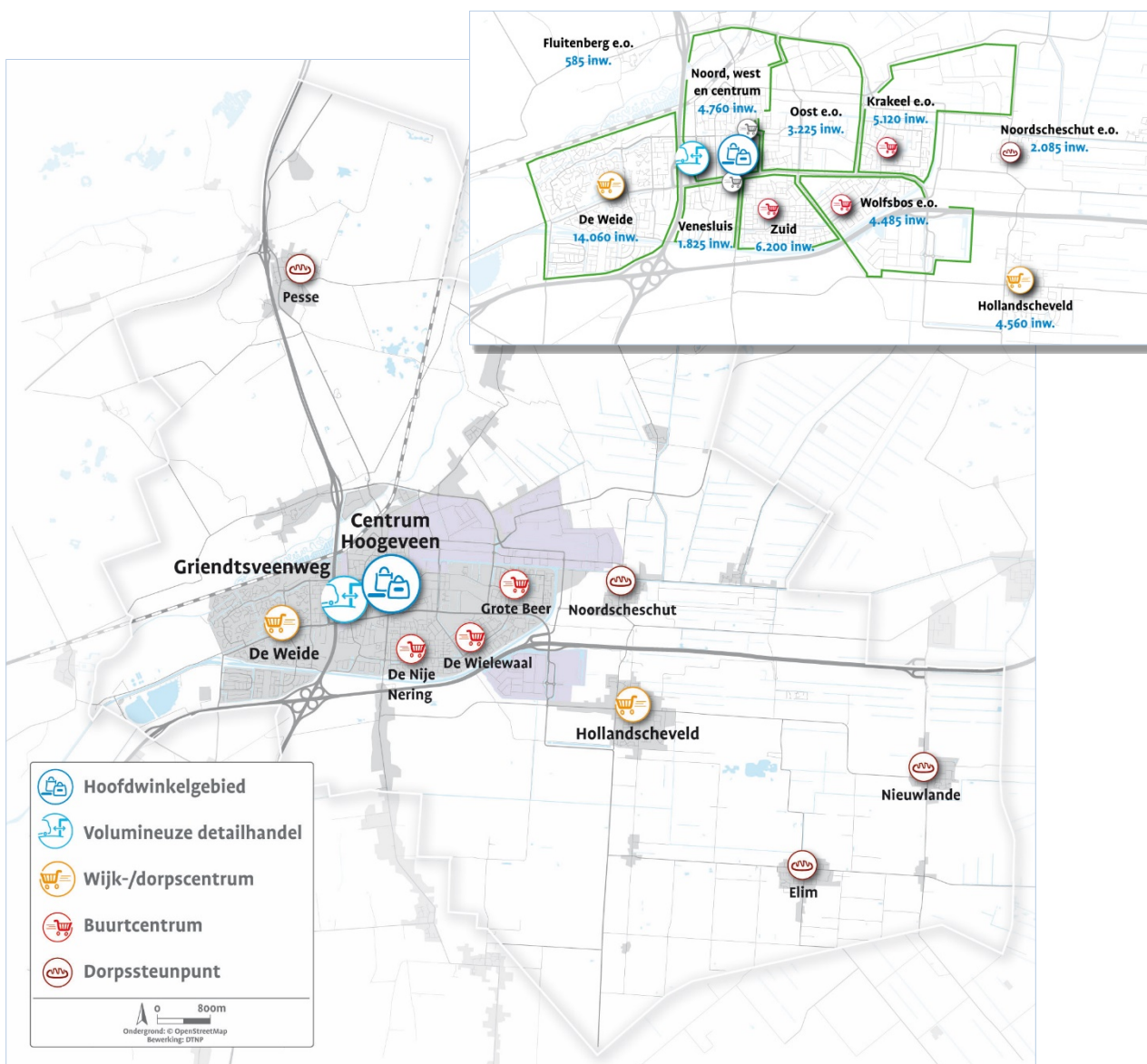
Voor een heldere detailhandelsstructuur is het gewenst om, buiten het centrum en de wijk- en dorpscentra, geen nieuwe winkelvoorzieningen toe te staan. Sterker nog: een concentratie van winkels in compacte, complete en aantrekkelijke winkelgebieden leidt tot beter functionerende detailhandel en daarmee tot een hoger lokaal voorzieningenniveau. Ook vanuit duurzaam ruimtegebruik en het terugdringen van vervoersbewegingen is concentratie gewenst. Enkele onderzoeken en bronnen (zonder daarin volledig te zijn) die deze stelling nader onderbouwen zijn:

- Locatus (doorlopende jaaranalyses);
- DTNP (2018), Waarom ruimtelijk detailhandelsbeleid?;
- DTNP/Maartje Lucassen (2018), Beleving en diversiteit: de sleutel tot succes?;
- I&O Research, Koopstromenonderzoek Oost-NL 2019, Randstad 2016/2018/2021;
- DTNP/Eva Ladrak (2021), Combinatiebezoek supermarkt met andere winkels;
- DTNP/Stan Crienen (2011), Toegevoegde waarde grote sport- en elektronicawinkel voor binnenstad.

## 3.2 Actualisatie detailhandelsstructuur

Op basis van het voorgaande is de gewenste ruimtelijke detailhandelsstructuur voor de gemeente Hoogeveen bepaald. Een uitgebreide beschrijving per winkelgebied (huidige en toekomstige omvang, positie in de totale structuur, etc.) vindt u in bijlage 2 - Uitwerking per winkelgebied. In het geactualiseerde beleid wordt uitgegaan van drie typen winkellocaties:

1. Hoofdwinkelgebied met regionale aantrekkingskracht;
2. Ondersteunende winkelgebieden voor dagelijkse voorzieningen:
  - a. Wijk-/dorpscentrum;
  - b. Buurtcentrum;
  - c. Dorpssteunpunt;
3. Eén perifere locatie voor verkoop volumineuze artikelen.





### 3.3 Het hoofdwinkelgebied

#### Een goed gevulde Hoofdstraat

Het stadscentrum van Hoogeveen vormt het hoofdwinkelgebied van de gemeente en heeft van oudsher een regionale verzorgingspositie. Het behouden of versterken van deze regionale winkelpositie is een behoorlijke ambitie, waarbij desondanks ook komende jaren het niet-dagelijkse winkelaanbod zal teruglopen in aantal.

Om (structurele) leegstand tegen te gaan is het centrum met de op handen zijnde transformatie van de Tamboerpassage al een stuk compacter gemaakt. Winkeldynamiek (o.a. schaalvergroting) kan plaatsvinden in de Hoofdstraat. Daarnaast zoekt de veranderende consument sfeer, vermaak en beleving: in het compacte centrumgebied zal de balans tussen het (recreatieve) winkelprogramma en overige publieksfuncties (waaronder horeca en dienstverlening) dan ook moeten verschuiven. In de Ontwikkelingsvisie stadscentrum wordt nader ingegaan op de sterktes en zwaktes van het Hoogeveense centrum en is de opgave voor de komende jaren geformuleerd:

1. Indikken/transformeren: we pakken de leegstand aan, samen met vastgoedeigenaren en ondernemers.
2. Centrum als aantrekkelijk, gezellig en recreatief verblijfsgebied: de veranderde consument zoekt sfeer, vermaak en beleving.
3. Promotie/marketing passend bij het DNA van Hoogeveen.

#### Blijvend prioriteit geven; frequent bezoek stimuleren

Op al deze vlakken zijn afgelopen jaren resultaten geboekt. Dit betekent echter nog niet dat het centrum nu als vanzelf goed zal blijven functioneren. Het toevoegen van bezoekaanleidingen/-motieven is belangrijk voor het centrum. De kwaliteit van het winkelaanbod is daarbij van belang. Om ook de lokale aantrekkingskracht te behouden (de relevantie voor de inwoners van de eigen kern en gemeente) zou de positie van het dagelijkse winkelaanbod in/nabij het centrum op termijn versterkt moeten worden. Het doen van frequente aankopen is, naast het recreatieve (niet-dagelijkse) winkelprogramma, een steeds belangrijker bezoekdoel in het hoofdwinkelgebied. Het is tevens een bezoekdoel dat de hele week publiek naar het centrum trekt, en niet alleen op drukke 'winkeldagen'.

De positie van het stadcentrum als hoofdwinkelgebied van de gemeente kan verder versterkt worden door ervoor te zorgen dat het supermarktaanbod in/nabij het centrum zich onderscheidt van het boodschappenaanbod op wijkniveau. Mits goed aangehaakt op de Hoofdstraat is een grote supermarkt een passantengenerator voor het winkelgebied. De herontwikkeling van de Tamboerpassage biedt de mogelijkheid de ruimtelijke relatie van de bestaande supermarkt (Jumbo) met de Hoofdstraat te verbeteren.

Met het oog op de positie van de ondersteunende winkelgebieden in de woonbuurten mag het supermarktaanbod in het stadscentrum ook niet té groot worden. Er wordt daarom een maximum van drie volwaardige supermarkten met een totale oppervlakte van circa 5.000 m<sup>2</sup> vwo gehanteerd.

## 3.4 Ondersteunende winkelgebieden

Dit zijn de buurt-, wijk- en dorpscentra die zorgen voor een fijnmazige winkelstructuur waarin de dagelijkse behoeften dicht bij huis gevonden kunnen worden. Supermarkten zijn hierbij structuurbepalend, overige aanbieders (o.a. versspecialisten en drogist) kunnen profiteren van deze publiekstrekkingen. De omvang van het winkelaanbod per winkelgebied (en daarmee het aantal supermarkten) is afhankelijk van het aantal inwoners van het bijbehorende verzorgingsgebied. Op basis van het bestaande winkelaanbod wordt er in de detailhandelsstructuur een onderscheid gemaakt in drie schaalniveaus:

### Wijk-/dorpscentrum (vasthouden omvang en functie):

De centra van De Weide en Hollandscheveld kennen een iets groter verzorgingsgebied dan de overige buurten en kleine kernen. De samenstelling van het winkelprogramma is voor beide centra echter verschillend.

Voor De Weide kan, door de enigszins geïsoleerde ligging van de buurten ten westen van de A28, uitgegaan worden van drie (min of meer gelijkwaardige) supermarkten, met daarnaast een aanvullend aanbod van overige dagelijkse en niet-dagelijkse winkels. Verdere uitbreiding is niet gewenst. Voor alles meer dan een geregelde boodschap is het stadscentrum de kooplocatie. In Hollandscheveld is slechts marktruimte voor twee supermarkten. Het dorp kent daarnaast van oudsher een vrij uitgebreid aanbod niet-dagelijkse winkels (o.a. elektronica en mode). Het vasthouden van de positie en het huidige aanbod is hier de ambitie.

### Buurtcentrum (max. 3.000 m<sup>2</sup> wvo):

Voor de ondersteunende winkelgebieden Grote Beer, De Wielewaal en De Nije Nering wordt, om deze centra elkaar niet te laten verdringen en zo de fijnmazige buurtwinkelstructuur te kunnen behouden, in de toekomst per winkelgebied 3.000 m<sup>2</sup> wvo als bovengrens gehanteerd. Binnen deze centra kan de samenstelling van het aanbod wijzigen, naar gelang de marktdynamiek.

Per buurtcentrum is één supermarkt, versspecialisten en enig ander kleinschalig winkelaanbod (bloemist, lectuur/tabak, etc.) het toekomstbestendige perspectief. Indien de situatie in de lokale of landelijke supermarktsector sterk wijzigt, kan dit op termijn aanleiding geven de fijnmazige structuur te heroverwegen en bijvoorbeeld potenties te bundelen in maar twee buurtcentra.

### Dorpssteunpunt (max. 800 m<sup>2</sup> wvo):

Het behoud van (winkel)voorzieningen in de kleine kernen van de gemeente is in de toekomst onzeker. In Elim, Nieuwlande, Noordscheschut en Pesse is (op basis van de aantallen inwoners) eigenlijk (te) weinig draagvlak voor een kleine supermarkt. Toch kunnen de huidige winkels hier blijven functioneren, dankzij een hoge lokale binding en betrokkenheid van de ondernemers. In deze vier kleine kernen kan geprobeerd worden het bestaande winkelaanbod in stand te houden door maximaal medewerking te verlenen aan eventuele wensen ten aanzien van (enige) uitbreiding, extra parkeerplaatsen en verruiming van de bestemming (bijvoorbeeld combinatie daghoreca-detailhandel). Voor de overige kernen en buurtschappen in de gemeente kan door middel van het toestaan van standplaatsen voor ambulante handel (zoals nu al het geval is in Tiendeveen en Nieuweroord) enig voorzieningenaanbod gerealiseerd worden.

### 3.5 Perifere locatie voor verkoop volumineuze goederen

Griendtsveenweg: Perifeer cluster voor grote winkels met volumineus aanbod

De Griendtsveenweg is het regioverzorgend voorzieningencluster voor de verkoop van volumineuze artikelen die moeilijk inpasbaar zijn in reguliere centra. Hierbij ligt de nadruk op de branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra, waarbij een verbreding naar overige aanverwante branches in volumineuze artikelen mogelijk is, zoals bijvoorbeeld (maar niet uitsluitend) detailhandel in keukens, sanitair en tuinmeubelen. Zolang passend binnen deze branchering zijn verplaatsingen en uitbreidingen van winkels in deze branches mogelijk, mits de ruimtelijke samenhang in het gebied wordt versterkt (herkenbaar als cluster).

Vanwege de centrale ligging en de goede ontsluiting via de A28 is deze locatie passend voor al het volumineuze winkelaanbod met een bovenlokale verzorgingsfunctie. Overige winkels worden er niet toegestaan om de gemeentelijke winkelstructuur niet te ondermijnen. Detailhandel in risicovolle/brandgevaarlijke artikelen (waaronder auto's, motoren, bromfietsen/scooters, boten, caravans, grove bouwmaterialen en brand- en explosiegevaarlijke stoffen) wordt bij voorkeur op bedrijventerrein De Wieken ingepast, zodat de Griendtsveenweg zich als 'zuiver' thematisch winkelgebied kan profileren voor in en om het huis. Om dezelfde reden is het verstandig ook met leisure-functies (bijv. trampolinepark of bowlingbaan) binnen dit perifere winkelgebied terughoudend om te gaan, zeker gezien de opgave en ambities voor een levendig en attractief stadscentrum.

#### Toekomstig gewenste branchering perifere detailhandelslocaties

In het bestaande bestemmingsplan ('West 2011') zijn op het voorzieningencluster aan de Griendtsveenweg onder andere de functies 'supermarkt', 'fietswinkel' en 'detailhandel in consumentenelektronica (mits de verkoopvloeroppervlakte minimaal 1.000 m<sup>2</sup> zal bedragen)' toegestaan.

Dergelijke uitzonderingen in branchering zijn ongewenst, aangezien deze niet bijdragen aan het behalen van het doel dat de gemeente voor ogen heeft met het detailhandelsbeleid: een duurzame winkelstructuur. Bovenstaande functies zijn juist van belang om het hoofdwinkelgebied van de gemeente, het stadscentrum van Hoogeveen, aantrekkelijk en relevant te houden voor de eigen inwoners en regionale bezoekers. Met enige aanpassingen van het vastgoed in de Hoofdstraat zijn voldoende grote winkelruimtes te realiseren voor dergelijke winkels.

Het supermarktaanbod aan de Griendtsveenweg draagt daarnaast niet bij aan het nagestreefde doel van een fijnmazige dagelijkse winkelstructuur in de nabijheid van de woonomgeving.

Bestaande perifere winkels met niet-volumineus aanbod zijn, mede in het licht van de recente jurisprudentie inzake de Europese Dienstenrichtlijn, beleidsmatig niet (alsnog) te onderbouwen en moeten worden beschouwd als ongewenst 'bestaand geval'. Afwijkende bestemmingen(/functieaanduidingen) zullen daarom in eerste instantie planologisch 'bevroren' en later, zodra de kans zich voordoet, geschrapt worden. Hoe dan ook zullen er in de toekomst geen nieuwe uitzonderingen gemaakt worden op de gewenste branchering (volumineus winkelaanbod<sup>10</sup> met regionale verzorgingsfunctie).

Om de positie van de overige winkelgebieden in de detailhandelsstructuur te versterken, is ook aanscherping van de branchering op bedrijventerrein De Wieken wenselijk. Ten opzichte van het huidige bestemmingsplan ('Industrieterrein de Wieken 2010') zullen hier in de toekomst (veel) minder uitzonderingscategorieën worden toegestaan. Naast de 'kringloopwinkels' zal ook, daar waar de kans zich voordoet, de huidige detailhandel in 'keukens, sanitair, buitenmeubilair zoals buitenkeukens en tuinmeubelen, campingartikelen en woninginrichting' in de toekomst (stap voor stap) afgebouwd moeten worden, aangezien deze volumineuze detailhandel juist gewenst is binnen het perifere winkelgebied aan de Griendtsveenweg

---

<sup>10</sup> Woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra en eventuele vergelijkbare detailhandel in volumineuze artikelen.

### 3.6 Daarbuiten: (passieve) transformatie

Buiten de genoemde winkelgebieden is er geen ruimte voor nieuwe detailhandel en/of uitbreiding van bestaande detailhandel. Het toevoegen van winkelmeters buiten de geschetste detailhandelsstructuur draagt niet bij aan de beleidsmatig nagestreefde duurzame winkelstructuur en daarmee ook niet aan het totale winkelaanbod in de gemeente. Dit geldt ook voor substantiële detailhandel als nevenactiviteit (bijvoorbeeld bij boerderijen of groothandels), zoals beschreven in het beleidskader in hoofdstuk 4 (zie par. 4.5 Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit). Voorkomen dient te worden dat er in het buitengebied of op bedrijventerreinen volwaardige winkels ontstaan.

Het bestaande verspreidgelegene detailhandelaanbod (o.a. op bedrijventerrein De Wieken, maar ook aan de rand van de kleine kernen) wordt op termijn bij voorkeur afgebouwd, om zo de gewenste voorzieningenstructuur te versterken. In alle gevallen wordt ten minste een passieve benadering gehanteerd, waarbij winkelmeters uit de markt worden genomen door met eigenaren mee te werken aan transformatie naar andere bestemmingen (zoals bedrijvigheid of wonen). Hiervoor dient wel voldoende programma beschikbaar te zijn.

Transformatie kan daarnaast worden geïnitieerd door middel van overgangsregelingen bij langdurige leegstand (voorzienbaarheid creëren, zodat detailhandelsbestemming vervalt na bijvoorbeeld drie jaar leegstand) of financiële stimulansen, zoals een (revolverend) verbouwfonds. De gemeente Hoogeveen zal in overleg met Provincie Drenthe<sup>11</sup>, ondernemers en vastgoedeigenaren bekijken met welke middelen het transformatieproces (passief dan wel actief) versneld kan worden.

Voor lokaalfunctionerende tuincentra (detailhandel als nevenfunctie van een kwekerij) kan een uitzondering worden gemaakt binnen de hierboven geschetste detailhandelsstructuur. Deze winkels worden relatief doelgericht bezocht en kunnen, in verband met de moeilijke ruimtelijke inpasbaarheid, op speciaal daarvoor bestemde locaties gevestigd worden (o.a. aan het Krakeel, zoals beschreven in bestemmingsplan voor het buitengebied). Bovenlokale (grootschalige) initiatieven worden in principe verwezen naar het voorzieningencluster aan de Griendtsveenweg.

---

<sup>11</sup> Programma Retailagenda en Centrumontwikkeling Drenthe

# 4. Beleidskader

## 4.1 Vaststelling gewenste detailhandelsstructuur

Gemeenten hebben, binnen de randvoorwaarden zoals vastgesteld door het Rijk en de provincie, de verantwoordelijkheid een eigen ruimtelijk detailhandelsbeleid te formuleren. Deze visie beoogt te voorzien in het ruimtelijk detailhandelsbeleid voor de gemeente Hoogeveen. Op basis van deze visie worden initiatieven getoetst aan de gewenste detailhandelsstructuur en zal vertaling plaatsvinden naar gebiedsvisies en bestemmings-/omgevingsplan.

In het beleid voor de gemeente Hoogeveen wordt uitgegaan van een winkelstructuur die bestaat uit:

1. Eén hoofdwinkelgebied met regionale aantrekkingskracht; Hoogeveen-Centrum;
2. Ondersteunende winkelgebieden voor dagelijkse voorzieningen
  - a. Twee wijk-/dorpscentra; De Weide en centrum Hollandscheveld;
  - b. Drie buurtcentra; De Nije Nering, De Wielewaal en Grote Beer;
  - c. Vier dorpssteunpunten; Elim, Nieuwlande, Noordscheschut en Pesse;
3. Eén perifere locatie voor verkoop van volumineuze artikelen: Griendtsveenweg.

Na vaststelling van deze gewenste detailhandelsstructuur is het voeren van ruimtelijk detailhandelsbeleid alleen zinvol wanneer nieuwe winkelontwikkelingen ook zorgvuldig worden getoetst. Bij de toetsing van elk initiatief is ten eerste vaststelling van de beoogde verzorgingsfunctie nodig. Deze dient overeen te komen met de verzorgingsfunctie van het betreffende winkelgebied. Indien de verzorgingsfunctie van het initiatief de verzorgingsfunctie van het winkelgebied overstijgt, is het initiatief niet passend. Er kan dan gezocht worden naar een winkelgebied met een verzorgingsfunctie die wel aansluit op die van het initiatief. Daarnaast dienen gewenste initiatieven beoordeeld te worden op de mate waarin zij inpasbaar (te maken) zijn op de beoogde locatie. Hierbij wordt gekeken naar de fysieke ruimte, de parkeercapaciteit en de bereikbaarheid.

Op solitaire locaties is substantiële uitbreiding van bestaande winkels (indicatie: meer dan 10% van het oppervlak) of ontwikkeling van nieuwe winkels ongewenst. In beginsel wordt hieraan niet meegewerkt. Een uitzondering kan gemaakt worden voor winkels die vanwege de aard of omvang van de goederen (brandgevaarlijk, volumineus) moeilijk inpasbaar zijn in bestaande winkelgebieden<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> De branches auto's, boten, caravans en brand- en explosiegevaarlijke stoffen. Voor de branches woninginrichting, tuincentra en bouwmarkten is het voorzieningencluster Griendtsveenweg aangewezen.

## 4.2 Vertaling naar het omgevingsplan

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

Het omgevingsplan is het meest krachtige instrument dat de gemeente tot haar beschikking heeft om ruimtelijk beleid te voeren. Hierin wordt door middel van activiteiten (bestemmingen en voorschriften) structureel bepaald waar wel en waar geen detailhandel is toegestaan. In het omgevingsplan 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. Hiervoor kan een overgangsregeling worden opgesteld.

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 van het bestemmingsplan of een eigen bestemming op een bedrijventerrein te vestigen. De schaal en aard van het gevoerde assortiment is een ruimtelijk relevant criterium.

Voor branches of formules die bijvoorbeeld vanwege de schaal van de winkel zelf buiten winkelgebieden willen vestigen (megasupermarkten, grote sportwinkels of multimediamarkten) zijn op voorhand geen ruimtelijk relevante criteria te vinden. Het ruimtelijk relevante onderscheid met bijvoorbeeld een warenhuis of een (grote) modewinkel is niet evident.

Het vastgestelde ruimtelijke detailhandelsbeleid dient handhaafbaar te zijn en gehandhaafd te worden. Een te stringente en gedetailleerde bestemmingsregeling is ongewenst, omdat deze moeilijk te handhaven is, en bovendien is de juridische houdbaarheid twijfelachtig. Voor het detailhandelsbeleid in de gemeente Hoogeveen is, afgezien van de volumineuze detailhandel op de Griendtsveenweg en enkele uitzonderingsgevallen in de periferie, voor de verschillende winkelgebieden geen aanleiding om in de algemene bestemming 'detailhandel' nadere branchering toe te passen.

Gemeenten beschikken over de bevoegdheid om af te wijken van een vastgesteld bestemmingsplan. Met dergelijke afwijkingen dient echter zeer terughoudend omgegaan te worden. Afwijkingen zijn bedoeld voor uitzonderlijke situaties die niet te voorzien waren ten tijde van het opstellen van het beleid en die vanwege het uitzonderlijke karakter (dus echt anders dan andere situaties) een bijzondere beoordeling behoeven. Indien te lichtzinnig met uitzonderingen om wordt gegaan, ontstaat het risico dat marktpartijen het gevoel krijgen niet te kunnen vertrouwen op vastgesteld beleid. Dit ondermijnt de investeringsbereidheid van marktpartijen. Daarnaast moeten eventuele afwijkingen overtuigend gemotiveerd worden om een juridische toetsing te kunnen doorstaan.



### 4.3 Branchevreemd aanbod

In reguliere winkelgebieden (stads-, dorps- en wijkcentra) leidt branchevervaging niet tot problemen, omdat in deze gebieden vaak een algemene bestemming detailhandel of centrumvoorzieningen wordt gehanteerd. Op perifere winkellocaties is alleen grootschalige detailhandel met volumineus aanbod toegestaan. In dit soort winkels (woonzaken, bouwmarkten, tuincentra) worden steeds vaker branchevreemde artikelen verkocht. Zo zijn er bouwmarkten die speelgoed, en tuincentra die huishoudelijke artikelen verkopen.

Ongebreidelde verkoop van branchevreemde artikelen op perifere locaties buiten de centra dient te worden voorkomen. Uit bestaande rechtspraak over afwijkend gebruik (verkoop van branchevreemde en niet-volumineuze artikelen) blijkt dat dit in beginsel toegestaan is indien sprake is van incidenteel, in beperkte mate en ondergeschikt gebruik<sup>13</sup>.

In dit licht is voor perifere detailhandelslocaties per winkel de verkoop van branchevreemde niet-volumineuze artikelen (bijv. kleding of speelgoed bij een bouwmarkt) aanvaardbaar tot maximaal 10% van het winkelvloeroppervlak met een maximum van 200 m<sup>2</sup> wvo. Bovendien mag één afzonderlijke hoofdbranche niet meer dan 50 m<sup>2</sup> wvo bedragen.

De reden hiervoor is dat een oppervlak van 200 m<sup>2</sup> wvo alsnog zelfstandige aantrekkingskracht uitoefent en dat is niet in lijn met de basisprincipes van het gemeentelijk detailhandelsbeleid. Bij een oppervlak van maximaal 50 m<sup>2</sup> wvo per hoofdbranche is daar geen sprake meer van. Zodoende wordt voorkomen dat alsnog een samenhangend assortiment wordt verkocht dat op zichzelf een zelfde of zelfs grotere omvang heeft dan in de centra aanwezig is. Detailhandel in voedings- en genotmiddelen is in alle gevallen uitgesloten. Belangrijke voorwaarde voor het hanteren van dergelijke criteria is dat door de gemeente strikt gehandhaafd wordt, bijvoorbeeld door controle indien melding van vermeende overschrijdingen gedaan wordt.

---

<sup>13</sup> Klijn, A.M. (2006), Branchering en thematisering in de periferie duurzaam ontworpen?

## 4.4 Internetverkoop

Detailhandel betreft het bedrijfsmatig te koop aanbieden (en tonen), verkopen en/of leveren van goederen aan particuliere consumenten. In toenemende mate vindt deze activiteit plaats via internet. Er ontstaan nieuwe vormen van detailhandel: naast de traditionele winkel zijn er allerlei vormen van internetverkoop en afhaalpunten. Voor het ruimtelijke detailhandelsbeleid en de planologische vertaling in bestemmingsplannen zijn vooral de ruimtelijke effecten (beoogde detailhandelsstructuur, verkeer) en verschijningsvorm (ruimtegebruik, uitstraling) relevant. De betaling ter plaatse (voorheen een belangrijk onderscheidend criterium tussen een 'toonzaal' en een 'winkel') is, met de toenemende mogelijkheden voor betaling op een andere (virtuele) locatie, niet meer relevant in het ruimtelijk beleid.

In dit licht wordt in het detailhandelsbeleid onderscheid gemaakt tussen drie hoofdvormen van internetverkoop:

### Internetverkoop zonder consument ter plaatse:

Alle handelingen (bestelling, betaling, levering) vinden plaats zonder aanwezigheid van consumenten. Er is geen fysieke, voor de consument toegankelijk locatie, er worden ter plaatse geen goederen getoond en er is geen afhaalpunt ter plaatse voor consumenten. De detailhandelsactiviteit heeft geen aan deze activiteit gerelateerde ruimtelijke verschijningsvorm. Deze vorm van internetverkoop is passend binnen een bestaande bestemming (wonen, opslag/logistiek, kantoor, agrarisch). Dit laat onverlet dat afgewogen moet worden of eventuele activiteiten als opslag of laden/lossen ruimtelijk en verkeerskundig gewenst zijn op betreffende locatie;

### Internetverkoop met afhaallocatie waar goederen worden getoond aan de consument:

Activiteiten van detailhandel via internet vinden plaats in combinatie met het ter plaatse tonen van goederen ten verkoop aan consumenten (winkel). Het kan gaan om afhaallocaties van 'webshops' in winkels of om afhaalpunten van andere bedrijven in winkels. Ook vormen van internetverkoop waar het afhalen in combinatie met het tonen van goederen plaatsvindt bij andere functies (zoals magazijn) vallen hieronder. Deze vorm van internetverkoop wordt in planologisch opzicht beschouwd als winkel en is alleen toegestaan in panden met een detailhandelsbestemming.

### Internetverkoop met afhaallocatie voor de consument, zonder tonen van goederen:

Activiteiten van detailhandel via internet vinden niet plaats in combinatie met het ter plaatse tonen van goederen aan de consument, er is dus geen sprake van een winkel. Het is wel een vorm van detailhandel, want er worden ter plaatse goederen geleverd aan consumenten. Het kan gaan om een afhaalpunt in combinatie met andere functies niet-zijnde winkels (zoals afhaalpunt in magazijn), om afhaalpunten op trafficlocaties (bij tankstation, treinstation) of om solitaire afhaalpunten (soms op solitaire locaties). Deze vorm van internetverkoop wordt in planologisch opzicht beschouwd als een afhaalpunt (vorm van detailhandel) en is alleen toegestaan binnen de bestemming detailhandel.

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. In een winkelgebied (bestemming detailhandel) zijn afhaallocaties in winkels, maar ook solitaire afhaalpunten toegestaan.

## 4.5 Detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit

Van oudsher vindt detailhandel (de bedrijfsmatige verkoop van producten aan consumenten) plaats als ondergeschikte nevenactiviteit bij andere bedrijfsactiviteiten. De vraag die zich daarbij vaak voordoet is in hoeverre de detailhandelsactiviteit ondergeschikt is en/of deze noodzakelijk en/of gebruikelijk is voor de hoofdactiviteit.

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).

Bij een agrarisch, industrieel of groothandelsbedrijf of een trafficlocatie is, onder voorwaarden, in beperkte mate detailhandel als ondergeschikte nevenactiviteit toegestaan. De grens waarbinnen detailhandel een ondergeschikte nevenactiviteit blijft, kan worden bepaald met de volgende aspecten:

**Aanbod:** De detailhandel staat in directe relatie met de aanwezige bedrijfsvoering. Het betreft de verkoop van door het bedrijf zelf geproduceerde of bewerkte producten of (in het geval van groothandels) artikelen die reeds in het gevoerde assortiment aanwezig zijn. In het geval van trafficlocaties (bijvoorbeeld een tankstation) dient het assortiment gericht te zijn op de behoeftes van de reiziger (bijvoorbeeld motorolie, flesje drinken en broodje voor onderweg).

**Oppervlak:** Het oppervlak aan detailhandelsruimte is een klein deel van de totale bedrijfsoppervlakte (uitgedrukt in procenten), met een absoluut maximum (aangeduid in m<sup>2</sup> vvo). De totale bedrijfsoppervlakte die voor detailhandel kan worden gebruikt, is gemaximeerd op 10%, met een maximale omvang van 100 m<sup>2</sup> vvo.

Indien de detailhandelsfunctie van een bedrijf aan het oppervlakte- en aanbodcriterium voldoet, betreft de detailhandelsfunctie een ondergeschikte activiteit van een andere hoofdactiviteit. Deze kan binnen de bestaande bestemming van de hoofdactiviteit worden ontplooid.

# Bijlage

## Bijlage 1: Indicatieve marktruimteberekening

Voor inzicht in de toekomstige mogelijkheden voor detailhandel in de gemeente Hoogeveen wordt er een indicatieve marktruimteberekening gemaakt. De variabelen aan de vraagzijde zijn de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de winkelomzet per hoofd en de binding en toevloeiing van de lokale koopkracht. Aan de aanbodzijde spelen de aanbodontwikkeling en de benodigde omzet per m<sup>2</sup> vwo (vloerproductiviteit) een rol.

### Omvang verzorgingsgebied

Het verzorgingsgebied bestaat uit de gemeente Hoogeveen. De toekomstige bevolkingsomvang is gebaseerd op de CBS-prognose (2023).

### Winkelomzet per hoofd

In distributieve berekeningen als deze wordt uitgegaan van de landelijke vijfjaars-gemiddelde omzet in de dagelijkse sector per hoofd van de bevolking per jaar (incl. bestedingen van bedrijven). De omzet per hoofd in de dagelijkse sector was in Nederland in 2020 gemiddeld € 2.654 (excl. btw).

Het is vervolgens gangbaar om dit gemiddelde omzetcijfer te corrigeren voor het lokale inkomensniveau. Dat ligt in Hoogeveen circa 16% onder het landelijk gemiddelde (CBS).

Ook door de ontwikkeling van internet als aankooplocatie landen er steeds minder bestedingen per hoofd in fysieke dagelijkse winkels en dient het gemiddelde omzetcijfer gecorrigeerd te worden. Bij gebruik van de meest actuele kengetallen (KSO2021) is het online aandeel circa 6%. Dit aandeel neemt snel toe, naar waarschijnlijk circa 12.5% in 2030. Dit heeft een lagere omzet per hoofd in fysieke winkels als gevolg. Voor 2025 wordt in deze berekening uitgegaan van een internetaandeel van 8.5%.

### Binding en toevloeiing

In het meest recente koopstromenonderzoek (Oost-Nederland 2019) is een binding in de dagelijkse sector gemeten van 93%. Omdat de winkelomzet per hoofd (zie hierboven) exclusief internetbestedingen is, wordt ook het hier gemeten percentage nog gecorrigeerd. Voor deze som is daarom uitgegaan van een koop-krachtbinding aan het eigen winkelaanbod van 94%. Toevloeiing van buiten het eigen verzorgingsgebied is (op basis van hetzelfde koopstromenonderzoek en inclusief toeristische bestedingen) circa 12%.

### Omvang winkelaanbod

Het winkelaanbod in deze som is gebaseerd op het bestaande aanbod. Voor 2025 en 2030 is geen rekening gehouden met de toevoeging van supermarkten en overig dagelijkse winkels.

### Vloerproductiviteit

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> (uit de verkoop aan consumenten en bedrijven) in de dagelijkse sector € 7.823 per jaar (excl. btw)<sup>14</sup>. De landelijk gemiddelde vloerproductiviteit is de resultante van vraag (omzet) en aanbod (m<sup>2</sup>). Omzetten staan landelijk gemiddeld onder druk. Het aanbod groeit sneller dan de vraag. Ook in

---

<sup>14</sup> Retail Insiders (2022), Omzetkengetallen 2021 ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek

Hoogveen moet deze landelijk gemiddelde vloerproductiviteit daarom als ondergrens worden beschouwd voor goed functioneren.

## Bijlage 2: Uitwerking per deelgebied

### Stadscentrum Hoogeveen

*Huidige omvang:* circa 45.700 m<sup>2</sup> ingevuld winkelvloeroppervlak

	Aantal	m <sup>2</sup> wvo
Supermarkten (inclusief mini-supermarkten)	5	5.184
Overig dagelijks winkelaanbod	29	3.748
Niet-dagelijks winkelaanbod	127	36.799
Leegstand (grotendeels strategisch)	45	8.345
Totaal (excl. leegstand)	161	45.731

### *Toekomstige positie: Hoofdwinkelgebied*

*Verzorgingsgebied:* Hoogeveen en omliggende kernen (regiofunctie)

*Toekomstig winkelaanbod:* Het overgrote deel van het mode-aanbod en andere recreatieve / niet-dagelijkse winkelbranches zijn hier gevestigd. Ook voor het doen van (speciale) boodschappen / frequente aankopen heeft de binnenstad een bovenlokale functie.

### *Wat er vooraf ging:*

Door veranderend consumentengedrag is de positie van Hoogeveen als regionaal koopcentrum onder druk komen te staan. Het centrum kon zich, mede door het grote aandeel filiaalbedrijven, onvoldoende onderscheiden. Met de Ontwikkelingsvisie Stadscentrum is een positieve ontwikkeling in gang gezet om weer aantrekkelijk te worden voor de lokale en regionale bezoeker. Met de sanering van de Tamboerpassage wordt het winkelgebied compacter en sterker.

### *Bedreigingen die spelen:*

In de toekomst zullen er in het centrum van Hoogeveen naar verwachting meer (weinig onderscheidende) filiaalbedrijven en lokale ondernemers (zonder opvolging) de deuren sluiten, maar ook weer andere winkels willen vestigen. Ook zullen (goedkopere) perifere detailhandelslocaties winkels en publiek proberen te trekken. Dit vraagt om investeringen om het hoofdwinkelgebied aantrekkelijker te maken en om naleving van het detailhandelsbeleid.

### *Wat er nog te doen is:*

Het centrum is al een stuk ingedikt en aan verbreding in de functiemix en beleving wordt gewerkt. Het verspreid gelegen winkelaanbod en nieuwe winkelconcepten kunnen wellicht (opnieuw) een plek vinden in het stadscentrum, mits er elders niet 'zomaar' wordt meegewerkt aan nieuwe ontwikkelingen en er binnen de Hoofdstraat ontwikkelingsmogelijkheden voor grotere panden worden gepakt door de vastgoedeigenaren.

### *Waar de kansen liggen:*

Naast het aanmoedigen van investeringen in winkelvastgoed en in het verwelkomen van nieuwe winkels in de Hoofdstraat is ook het benutten van de supermarkten als publiekstrekkers een kans. Nu de Tamboerpassage herontwikkeld wordt, biedt dit de mogelijkheid om de supermarkt (Jumbo) een directere verbinding met de Hoofdstraat te geven.

### Griendtsveenweg (Hoogeveen)

*Huidige omvang:* circa 31.200 m<sup>2</sup> ingevuld winkelvloeroppervlak

	Vkp	m <sup>2</sup> wvo
Supermarkten	2	2.811
Overig dagelijks winkelaanbod	2	153
Niet-dagelijks winkelaanbod	18	28.196
Leegstand	2	3.157
Totaal (excl. leegstand)	22	31.160

*Toekomstige positie:* Perifere locatie voor verkoop volumineuze artikelen

*Verzorgingsgebied:* Hoogeveen en omliggende kernen (regiofunctie)

*Toekomstig winkelaanbod:* Idealiter alleen nog winkels in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuin. Geen winkels uitbreiden of toevoegen van winkelaanbod in andere branches.

#### *Wat er vooraf ging:*

De afgelopen jaren zijn consumentenbestedingen in 'PDV-branches' weer toegenomen. De leegstand die voorheen zichtbaar was aan de Griendtsveenweg is in tien jaar tijd flink afgenomen. Ondanks deze opleving blijft het aanbod kwetsbaar; de verkoop via internet neemt in deze branches nog snel toe.

#### *Bedreigingen die spelen:*

Het (relatief) goedkope winkelvastgoed aan de Griendtsveenweg blijft aantrekkelijk voor allerlei detailhandelspartijen. Wanneer handhaving van de brancheringsregels uitblijft en niet-volumineus aanbod ook op termijn een substantieel deel van het aanbod blijft, komt het functioneren van het stadscentrum en het dagelijkse boodschappenaanbod op buurtniveau ernstig onder druk te staan.

#### *Wat er nog te doen is:*

De Griendtsveenweg mist als 'thematisch' winkelgebied een duidelijke samenhang: door de inpassing van diverse andere detailhandelsbranches en (o.a.) leisure-programma is het gebied een functioneel 'allegaartje', zonder eenduidige profilering als regionale aankooplocaties voor volumineuze detailhandel (de meubelboulevard). Diverse winkels met niet-volumineus aanbod zijn beleidsmatig ongewenst en planologisch niet te motiveren.

#### *Waar de kansen liggen:*

Hoogeveen telt een groot aantal meters verspreid gelegen detailhandel. Aanscherping van het detailhandelsbeleid en de planologische speelruimte op o.a. bedrijventerrein De Wieken kan een positieve impuls betekenen voor de Griendtsveenweg. Door hier het volumineuze aanbod in de branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra te clusteren, ontstaat er een sterker 'concept' met meer onderscheidend vermogen. Verplaatsing van reguliere winkels naar het stadscentrum (Hoofdstraat of Schutstraat) is gewenst.



#### De Weide (Hoogeveen)

*Huidige omvang:* 3.800 m<sup>2</sup> ingevuld winkelvloeroppervlak

	Vkp	m <sup>2</sup> wvo
Supermarkten	3	2.969
Overig dagelijks winkelaanbod	7	596
Niet-dagelijks winkelaanbod	2	200
Leegstand	0	0
Totaal (excl. leegstand)	12	3.765

Toekomstige positie: Wijkcentrum

*Verzorgingsgebied:* De Weide e.o. (ca. 14.060 inwoners)

*Toekomstig winkelaanbod:* Voortzetten huidige omvang, waarvan maximaal 3 (min of meer gelijke) supermarkten.

Geen uitbreidingen gewenst.

#### Wat er vooraf ging:

Door de ligging ten westen van de A28 vormt de wijk De Weide een zelfstandig stadsdeel binnen Hoogeveen. De komst van een derde supermarkt versterkte de positie van dit boodschappencentrum voor de buurten aan deze zijde van de stad.

#### Bedreigingen die spelen:

Het grote boodschappenaanbod elders in Hoogeveen, waaronder de nabijgelegen supermarkten op de Griendtsveenweg, en de toenemende rol van internet vormen een bedreiging voor de toekomstige positie van het winkelaanbod in De Weide. Er zal hard gewerkt moeten worden om dit relatief grote wijkcentrum gevuld en aantrekkelijk te houden.

#### Wat er nog te doen is:

Met de toevoeging van een derde supermarkt is de bovengrens van het 'natuurlijke' verzorgingsgebied bereikt. In de toekomst zal de aandacht verschoven worden naar een kwalitatieve upgrade van het centrum: zowel de openbare inrichting als de uitstraling van het centrum zijn op termijn toe aan vernieuwing.

#### Waar de kansen liggen:

De Weide kent een gemiddeld iets hoger inkomensniveau dan de overige wijken in Hoogeveen. De kans om meer leegstaande units te voorkomen (zeker gezien het kwetsbare niet-dagelijkse winkelaanbod) ligt in het verder toespitsen op de leefstijlen in het lokale verzorgingsgebied. Naast de kansen in de dagelijkse sector (nadruk op food) liggen er kansen voor een verdere integratie en versterking van overige wijkfuncties in/rondom het centrum, zoals zorgfuncties.

## Centrum Hollandscheveld

*Huidige omvang:* circa 4.850 m<sup>2</sup> ingevuld winkelvloeroppervlak

	Vkp	m <sup>2</sup> wvo
Supermarkten	2	2.042
Overig dagelijks winkelaanbod	7	381
Niet-dagelijks winkelaanbod	9	2.431
Leegstand	1	16
Totaal (excl. leegstand)	18	4.854

Toekomstige positie: Dorpscentrum

*Verzorgingsgebied:* Hollandscheveld en omliggend buitengebied (ca. 10.000 inwoners)

*Toekomstig winkelaanbod:* Circa 4.000 m<sup>2</sup> wvo, waarvan maximaal 2 (min of meer gelijke) supermarkten. Behoud van het winkelaanbod is het streven, maar enige afname door bijvoorbeeld stoppende ondernemers is reëel.

### *Wat er vooraf ging:*

Het winkelaanbod (winkelvloeroppervlak) in Hollandscheveld is in tien jaar tijd met circa een kwart afgenomen. Ook overige functies, zoals het bankkantoor, zijn uit de centrumstraat (Het Hoekje) verdwenen. De lokale specialisten kunnen zich door de goede naam (service en kwaliteit) nu nog voldoende onderscheiden van de concurrentie, maar de toekomst van het niet-dagelijkse (modische) winkelaanbod in Hollandscheveld is onzeker.

### *Bedreigingen die spelen:*

Op termijn zullen de vloerproductiviteit van winkelaanbod verder onder druk kunnen komen te staan. De kans bestaat dat het voorzieningenniveau van het dorpscentrum langzaam verder verschaalt, wanneer consumenten en ondernemers meer naar de stad trekken en internet een verder groeiende rol gaat spelen.

### *Wat er nog te doen is:*

De eenvoudige centrumstructuur (één straat met supermarkten aan de beide uiteinden) is een belangrijke kracht van Hollandscheveld. Er zal echter gezocht moeten worden naar nieuwe/alternatieve (publieke) functies om de straat over de hele lengte aantrekkelijk te houden. Het tegengaan van verspreid winkelaanbod (o.a. in het buitengebied) versterkt de positie van dit dorpscentrum.

### *Waar de kansen liggen:*

Het dorpscentrum zal moeten balanceren tussen bezoekgemak (goede bereikbaarheid en voldoende parkeerplaatsen) en het imago van een herkenbare/aantrekkelijke ontmoetings-/verblijfsplek voor het dorp. De inwoners kennen de ondernemers en andersom. Zolang die lokale binding er blijft, is er ook perspectief om het aanbod redelijk op niveau te kunnen houden.

### Grote Beer, Wielewaal, De Nije Nering (Hoogeveen)

*Huidige omvang:* ieder circa 2.200-2.500 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak

	Grote Beer		De Wielewaal		De Nije Nering	
	vkp	m <sup>2</sup> wvo	vkp	m <sup>2</sup> wvo	vkp	m <sup>2</sup> wvo
Supermarkten	2	2.044	2	1.785	2	1.930
Overig dagelijks winkelaanbod	4	312	6	435	4	338
Niet-dagelijks winkelaanbod	1	64	1	51	0	0
Leegstand	0	0	0	0	0	0
Totaal (excl. leegstand)	7	2.420	9	2.271	6	2.268

Toekomstige positie: Buurtcentra

*Verzorgingsgebied:* Hoogeveen (zuidoost) (ca. 15.000 inwoners)

*Toekomstig winkelaanbod:* Maximaal 2.500 m<sup>2</sup> wvo per buurtcentrum. (Eén supermarkt per buurtcentrum biedt een economisch gezonder toekomstperspectief.)

Wat er vooraf ging:

De drie buurtcentra in het zuidoosten van Hoogeveen zijn de afgelopen jaren opgewaardeerd, waardoor ieder van de centra nu beschikt over twee gelijkwaardige supermarkten en enig aanvullend winkel- en overig publiek programma. Gezien het beperkte aantal inwoners in de betreffende woonbuurten is sprake van overaanbod van het aantal supermarkten.

**Bedreigingen die spelen:**

Voor nu beschikken de bewoners van Hoogeveen over een (zeer) ruime keuze aan supermarkt- en winkelaanbod op buurtniveau. Wanneer online bestedingen in de dagelijkse sector toenemen, kan het ruime aanbod (verder) onder druk komen te staan. Een afname van het supermarkt- en winkelaanbod op buurtniveau lijkt op de langere termijn onafwendbaar. Supermarkten zijn nu vaak aan de kleine kant. Uitbreiding van de een gaat direct ten koste van de ander, waardoor ook het ene centrum het andere kan 'omver duwen'.

**Wat er nog te doen is:**

Alle drie de buurtcentra zijn recentelijk gerenoveerd en/of uitgebreid, op korte termijn zijn hier weinig acties vereist. Belangrijk is wel dat het (dagelijkse) winkelaanbod in deze buurtcentra niet verder wordt vergroot. Wanneer er een disbalans ontstaat tussen de drie (nu gelijkwaardige) centra zal dit gevolgen hebben voor de totale voorzieningenstructuur (verdringing, verschraling).

**Waar de kansen liggen:**

De buurtcentra hebben relevantie als nabije boodschappenvoorzieningen én als ontmoetingsplek voor buurtgenoten. Door de ligging nabij overige buurtfuncties (sociaalmaatschappelijk programma zoals buurthuis, bibliotheek, apotheek, scholen, etc.) wordt de sociale waarde van de buurtcentra vergroot. Als op termijn een supermarkt sluit, geeft dit de mogelijkheid één completere beter draaiende supermarkt in dat centrum te realiseren.

Elim, Nieuwlande, Noordschut, Pesse

*Huidige omvang:* in totaal circa 2.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak

	Vkp	m <sup>2</sup> wvo
Supermarkten	4	1.785
Overig dagelijks winkelaanbod		250
Niet-dagelijks winkelaanbod		
Leegstand		
Totaal (excl. leegstand)		2.035

Toekomstige positie: Dorpssteunpunt

*Verzorgingsgebied:* Eigen kern en omliggend buitengebied

*Toekomstig winkelaanbod:* Maximaal ca. 800 m<sup>2</sup> wvo per kern

#### *Wat er vooraf ging:*

In de detailhandelsstructuurvisie van 12 jaar geleden werd al geconstateerd dat de kleine kernen van de gemeente op basis van kengetallen onvoldoende draagvlak hebben om een volwaardige winkelvoorziening te behouden. Tegelijkertijd werd geconstateerd dat bestaande dorpsupermarkten desondanks wellicht nog jaren zouden kunnen blijven functioneren. Dat laatste is ook het geval; in Pesse en Elim is er zelfs recentelijk geïnvesteerd in vernieuwing van de supermarkt.

#### *Bedreigingen die spelen:*

Er moet rekening worden gehouden met de realiteit dat dagelijkse winkels in deze kleinste kernen vroeg of laat hun deuren sluiten. Beleidsmatig zijn er weinig instrumenten om dit te voorkomen. Wel vraagt sluiting van winkels in dit soort kernen extra aandacht voor de leefbaarheid, in het bijzonder voor ouderen en mindermobiele inwoners.

#### *Wat er nog te doen is:*

Ten opzichte van de vorige DSV is de situatie voor de vier dorpssteunpunten ongewijzigd. De resterende dorpswinkels zijn waardevol als ontmoetingspunt en verdienen, waar mogelijk, beleidsmatige ondersteuning door de gemeente. Wanneer deze voorzieningen toch wegvallen bieden internet en bezorgdiensten (en hulp bij het gebruik daarvan) wellicht een uitkomst. Ook ambulante handel kan (een of enkele dagen per week) bijdragen in het voorzieningenpeil.

#### *Waar de kansen liggen:*

Het voortbestaan van deze dorpsvoorzieningen is uiteindelijk sterk afhankelijk van de betreffende ondernemers én de betrokkenheid van de dorpsgenoten. Elders in het land hebben inwoners (met wisselend succes) zelfs een coöperatie opgericht ter behoud van de dorpswinkel of ontstaan nieuwe vormen van ondernemerschap, waarbij de winkel wordt gecombineerd met andere publieksfuncties.

**Postadres**

Postbus 20.000  
7900 PA Hoogeveen

**Bezoekadres**

Raadhuisplein 24  
7901 BW Hoogeveen

**Telefoon**

14 0528

**E-mail**

[info@hoogeveen.nl](mailto:info@hoogeveen.nl)

**Internet**

[www.hoogeveen.nl](http://www.hoogeveen.nl)