

ONTWERP RETAILVISIE GEMEENTE LEEUWARDEN CONTEXT EN ANALYSES

20 SEPTEMBER 2021



ONTWERP RETAILVISIE GEMEENTE LEEUWARDEN CONTEXT EN ANALYSES

20 SEPTEMBER 2021

Status:
Definitief

Datum:
20 september 2021

Een product van:
Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
amsterdam@stedplan.nl

Team Winkelen
Ellen Scholten MSc
Drs. Femke Wokke

Voor meer informatie: Drs. Femke Wokke, fewo@stedplan.nl

Review:
Drs. Toine Hooft

In opdracht van:
Gemeente Leeuwarden



De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Disclaimer: Deze visie is grotendeels opgesteld in 2020, waarbij ook onderliggende data dateren uit 2020. Retail ontwikkelingen na 2020 binnen de gemeente Leeuwarden zijn niet opgenomen. Door omstandigheden als gevolg van de coronapandemie is vaststelling van de visie vertraagd.

Projectnummer: 2019.R.153a
Referentie: 2019.R.153a Leeuwarden Retailvisie_Context_Analyses_DEF

INLEIDING	7
DEEL B CONTEXT, BELEID, TRENDS EN (HUIDIG) FUNCTIONEREN	9
1 DE FEITEN EN CIJFERS: DETAILHANDEL, HORECA EN LEISURE IN LEEUWARDEN	10
1.1 LEEUWARDEN IN HAAR CONTEXT EN DRAAGVLAK	
1.2 HUIDIG RETAILAANBOD EN ONTWIKKELINGEN	
2 BESTAAND BELEIDSKADER, TRENDS EN ONTWIKKELINGEN	22
2.1 BELEIDSKADERS	
2.2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN HET RETAILLANDSCHAP	
3 HUIDIG EN TOEKOMSTIG FUNCTIONEREN AANBOD	33
3.1 HUIDIGE FUNCTIONEREN RETAILAANBOD	
3.2 TOEKOMSTIGE (ON)MOGELIJKHEDEN DETAILHANDEL	
4 FACTSHEETS	43
BIJLAGE 1 BEGRIPPEN	
BIJLAGE 2 SWOT-ANALYSE PROVINCIE FRIESLAND 2019	
BIJLAGE 3 DISTRIBUTIEVE TOETS	

INLEIDING

Leeuwarden is een dynamische stad waar tal van ontwikkelingen hebben plaatsgevonden en plaats zullen vinden. Zo is de historische binnenstad de afgelopen jaren flink opgewaardeerd, mede vanwege het feit dat Leeuwarden de culturele hoofdstad van Europa was. In de komende jaren zal het huidige Cambuurstadion verplaatst worden van stadsdeel Oud Oost naar het WTC-gebied aan de andere kant van de stad. Deze verhuizing gaat gepaard met toevoeging van grootschalige detailhandel en (grootschalige) leisure. Ook heeft PDV/GDV-gebied de Centrale een uitbreidingswens van 12.000 m² bvo waar inmiddels een omgevingsvisie voor is vergeven en de bouw is gestart. De juiste afstemming moet ervoor zorgen dat ook de leefbaarheid van de omliggende dorpen, met Stiens en Grou voorop, op orde blijft.

Wat houdt de term retail in?

Retail is de verzamelnaam voor bedrijven die goederen en diensten direct aan consumenten verkopen. Detailhandel wordt vaak retail genoemd, echter is retail breder dan winkels. In deze retailvisie vallen de volgende typen verkooppunten onder retail¹:

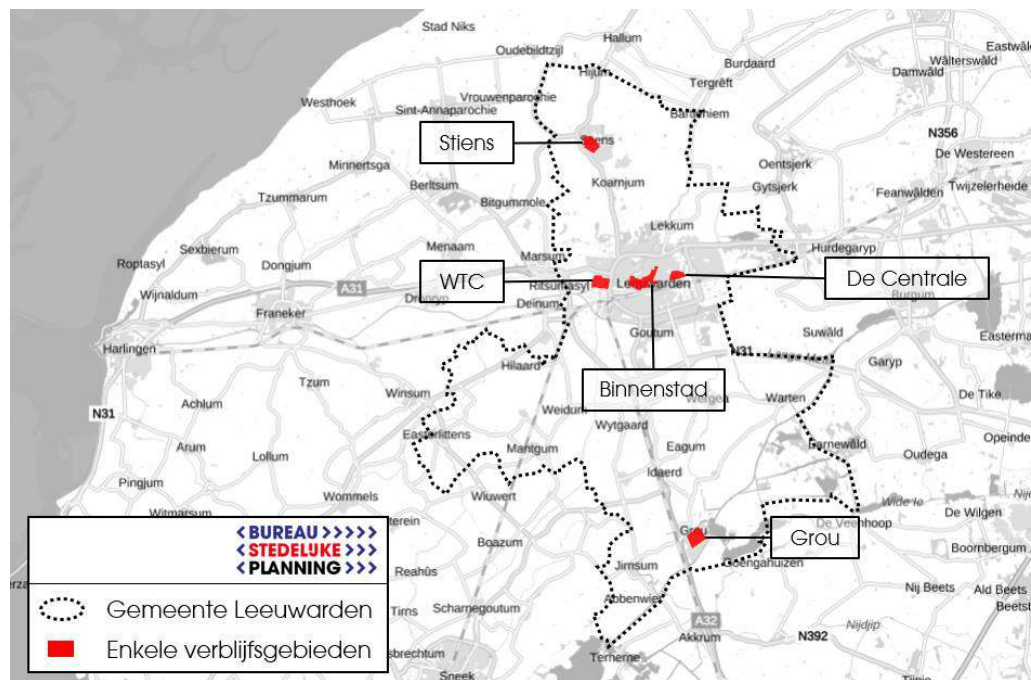


Binnen retail is detailhandel nog steeds de grootste sector. In Leeuwarden valt 47% van de verkooppunten en 74% van de meters onder detailhandel. Het is tegelijkertijd ook de sector met de grootste problematiek. Detailhandel maakt door deze problematiek steeds meer plaats voor andere retailfuncties, als horeca. Daarom is dit een integrale retailvisie. De meeste aandacht wordt besteed aan detailhandel, omdat hier de grootste opgave ligt. De kansen voor de overige sectoren komen echter ook ruim aan bod.

Leisure verdient een extra toelichting. Dit is een zeer heterogene sector met een zeer divers aanbod. Zo behoren sportvoorzieningen als een fitnessruimte, schaatshal en klimhal er toe, maar ook een sauna. Daarbij valt ook cultuur onder leisure. Denk aan een museum, theater en bioscoop.

¹ Binnen Locatus valt horeca onder de sector leisure. We maken in deze analyses het onderscheid tussen horeca en de overige leisurefuncties.

Al deze ontwikkelingen en de bijkomende landelijke ontwikkelingen als de toename van online bestedingen in de detailhandelsbranche en de groei van het belang van horeca en leisure vragen om duidelijke kaders voor zowel gemeente als ondernemers. Het huidige ruimtelijk-functionele beleid is verdeeld over meerdere nota's. Voor verschillende sectoren en deelgebieden (WTC, de Centrale en Binnenstad) zijn aparte documenten en nota's opgesteld.



FIGUUR 1 GEMEENTE LEEUWARDEN MET ENKELE VERBLIJFSGEBIEDEN
Bron: BRT Achtergrondkaart; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

Om meer duidelijkheid en consistentie te bereiken, maar ook om een antwoord te kunnen geven op actuele trends en ontwikkelingen heeft de gemeente een nieuwe, frisse visie nodig, niet alleen voor de detailhandel maar ook voor leisure, horeca en diensten. Doel is het economisch functioneren van de verblijfsgebieden te verbeteren in een tijd waarin de sector in een grote transitie verkeert. Dat vraagt om scherpe keuzes en om een tot gewenste acties uitlokkende visie. De visie dient de gewenste investeringen in de aangewezen voorzieningencusters uit te lokken (uitnodigingsplanologie) en ongewenste investeringen te voorkomen.

OPBOUW RAPPORTAGE >>

Deze visie bestaat uit twee onderdelen. Dit Deel B geeft inzicht in hoe de gemeente er nu voor staat en vormt daarmee de onderlegger voor de ambities, visie en beleid. Hierin komen ook het bestaande beleidskader en de trends en ontwikkelingen aan de orde. Tot slot gaan we in deel B in op het huidige en toekomstige functioneren van het aanbod. Deel A omvat de ambities voor de retailstructuur van Leeuwarden, de visie voor de hoofdstructuur en de beleidslijn. Ook de ambities voor de verblijfsgebieden maken onderdeel uit van dit deel.

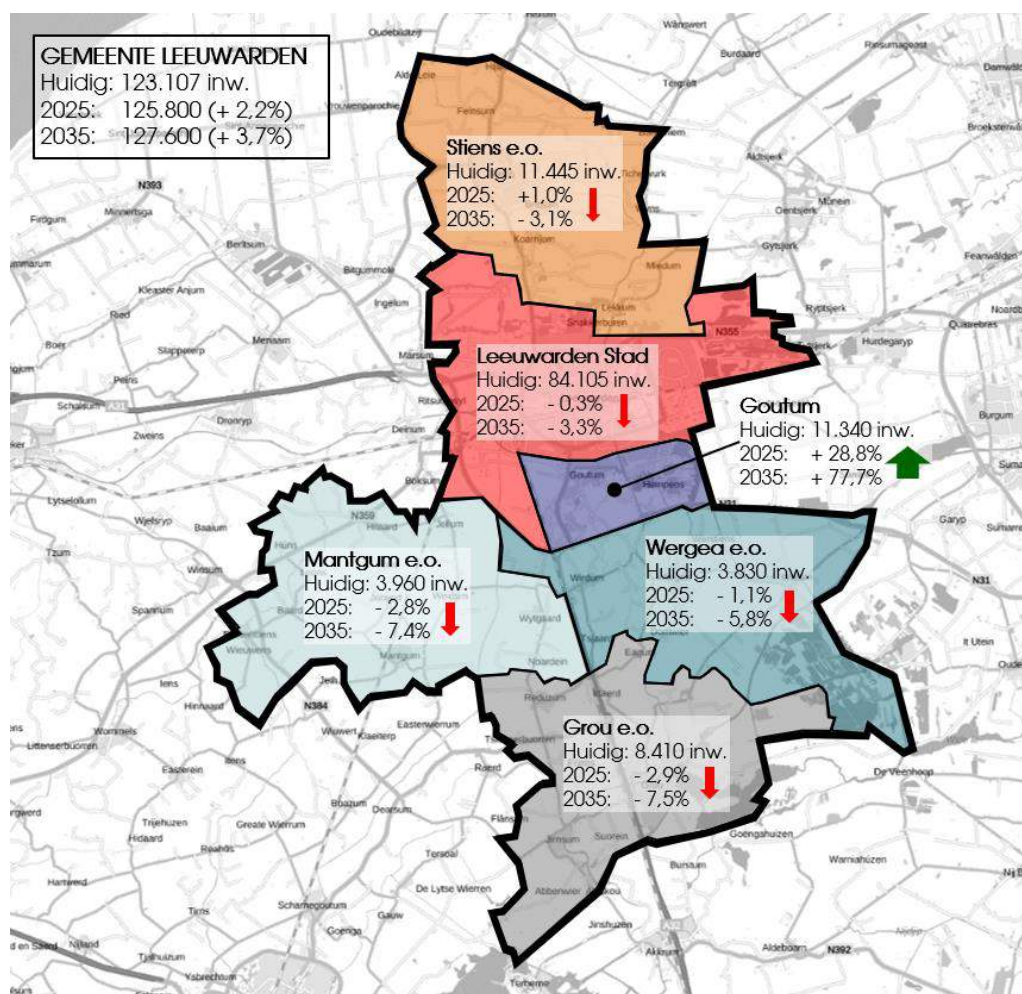
DEEL B

CONTEXT, BELEID, TRENDS EN (HUIDIG) FUNCTIONEREN



DRAAGVLAK EN BEVOLKINGSONTWIKKELING >>

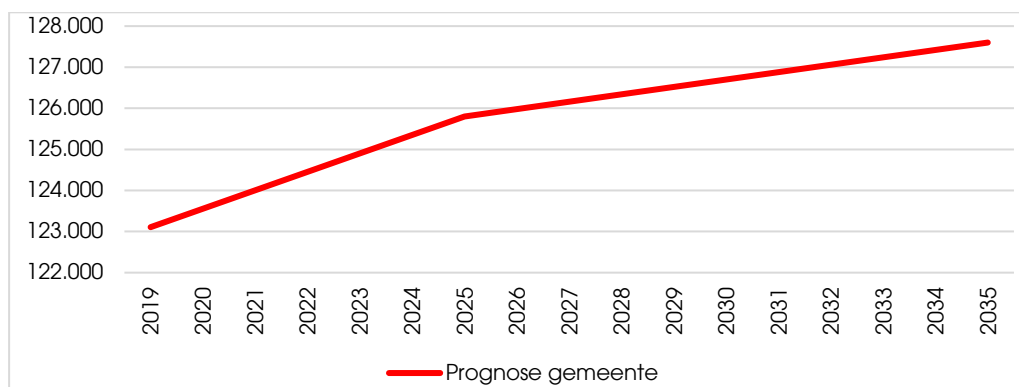
Binnen de gemeente Leeuwarden zijn ca. 123 duizend mensen woonachtig (peildatum 1 januari 2019, meest recente cijfers). Hiervan is ongeveer twee derde woonachtig in Leeuwarden stad (68%). De inwonersgroep 15 tot 25 jaar is iets oververtegenwoordigd ten opzichte van Nederland. Dit kan (mede) verklaard worden uit de aanwezigheid van de hogere onderwijsinstellingen (zoals Stenden Hogeschool).



FIGUUR 3 ONTWIKKELING BEWONERS LEEUWARDEN PER DEELGEBIED

Bron: BRT Achtergrondkaart, CBS Statline 2019, prognose gemeente Leeuwarden; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

De bevolkingsontwikkeling van de gemeente Leeuwarden is positief. In 2025 zijn er ca. 2,2% meer mensen woonachtig binnen de gemeente. In 2035 is naar verwachting het aantal inwoners met ca. 4.500 toegenomen (verschil met 2019 plus 3,7%). Deze groei vindt enkel plaats in Goutum (ontwikkeling in de wijk Zuidlanden). De overige deelgebieden krijgen te maken met een krimpende bevolking. Dit verschilt van -0,3% in Leeuwarden Stad tot -2,9% binnen Grou en omgeving (tot 2025). Met name de dorpen ten zuiden van Leeuwarden (Mantgum e.o., Wergea e.o. en Grou e.o.) krijgen te maken met een grote bevolkingsafname.



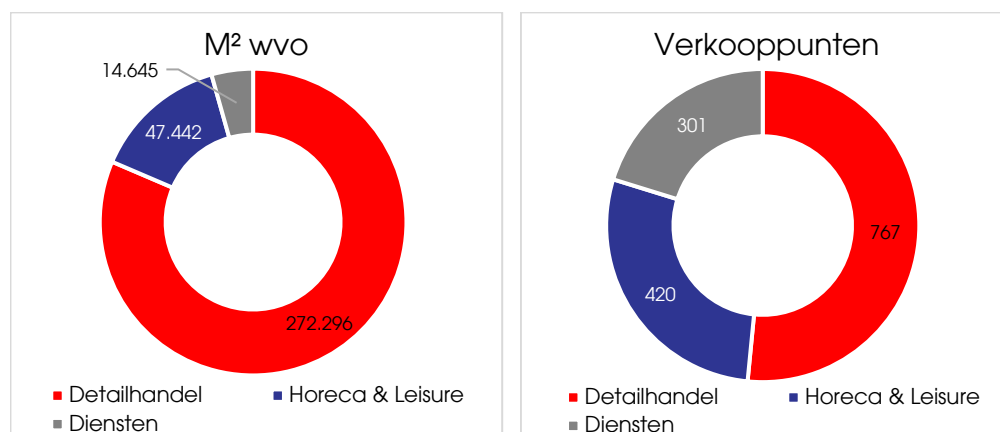
FIGUUR 4 BEVOLKINGSPROGNOSE GEMEENTE LEEUWARDEN

Bron: Prognose gemeente Leeuwarden

Het inwonertal van deelgebied Goutum neemt toe door de woningbouwontwikkelingen die er plaatsvinden. Binnen de gemeente is hier de grootste woningbouwvoorraad (waarvan deels al gerealiseerd). Ook binnen Leeuwarden Stad zal echter nog nieuwe woningbouw plaats vinden. Denk hierbij aan de Spoorzone en de ontwikkelingen rondom het huidige Cambuur Stadion binnen de ontwikkeling Nieuw Oud Oost.

1.2 HUIDIG RETAILAANBOD EN ONTWIKKELINGEN

Het retailaanbod bestaat uit detailhandelsvestigingen, horeca, leisure en dienstverlening als de kapper en het reisbureau. In totaal zijn er op dit moment ca. 368.000 m² wvo verspreid over 1.615 retailverkooppunten in Leeuwarden gevestigd.

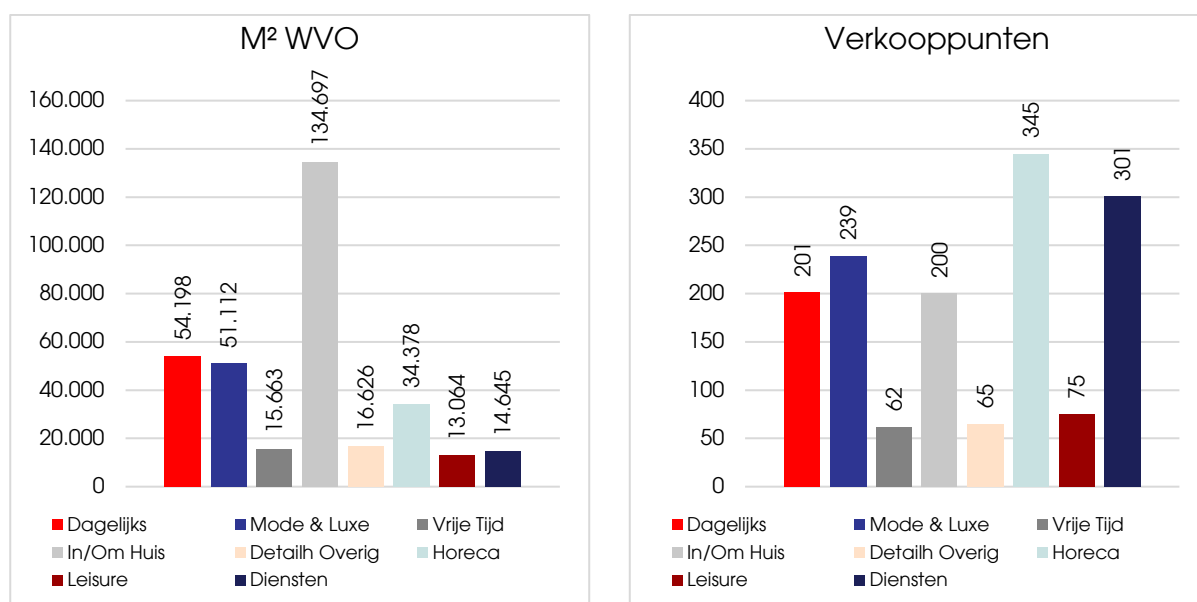
FIGUUR 5 AANTAL M² WVO EN VERKOOPPUNTEN PER GROEP IN LEEUWARDEN

Bron: Locatus januari 2020

- **Detailhandel.** Het merendeel van de retailmeters is ingevuld met detailhandelsvestigingen (81% van het totaal m² wvo), in totaal is dit ruim 270.000 m² wvo. Voor de verkooppunten geldt dat detailhandel een aandeel van 52% inneemt. Dit betekent dat de verkooppunten in de detailhandel

gemiddeld groter zijn dan die in de horeca (en andere leisure) en dienstverlening.

- **Horeca & Leisure.** De groep Horeca & Leisure beslaat in totaal ruim 47.000 m² wvo, verdeeld over 420 vestigingen. Binnen leisure bestaan de meeste verkooppunten uit horecavestigingen (82%). In de branche cultuur zijn de minste verkooppunten, namelijk 30. Hieronder vallen de vier bibliotheken, maar ook de musea als het Fries Museum en de Theaters als De Harmonie.
- **Diensten.** In de dienstverlening is een kleine 15.000 m² wvo verdeeld over 301 verkooppunten in de gemeente aanwezig. Hiermee is de groep zowel qua meters als aantal verkooppunten de kleinste van de drie retailgroepen. Binnen de diensten nemen de ambachten de meeste verkooppunten in (namelijk 180). Hieronder vallen onder andere de 97 kappers binnen de gemeente.

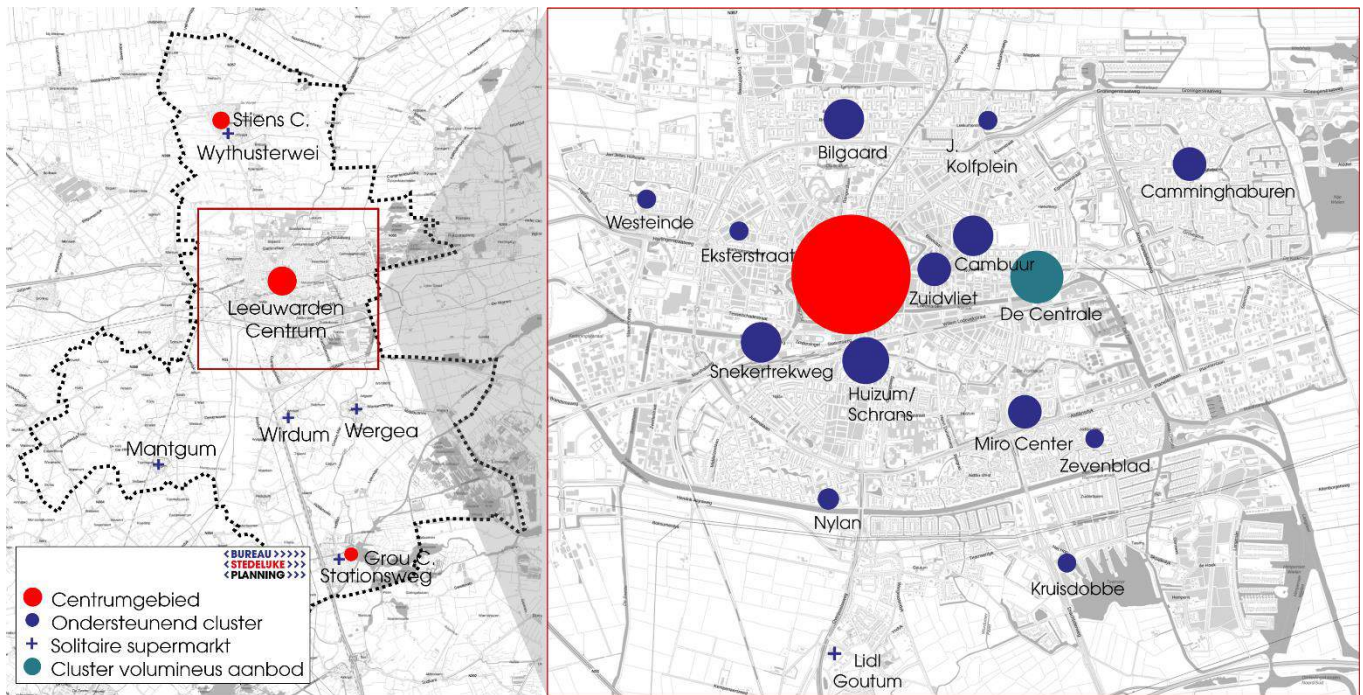


FIGUUR 6 RETAILAANBOD PER BRANCHE – DETAILHANDEL, HORECA, LEISURE EN DIENSTEN

Bron: Locatus januari 2020

TYPERING (WINKEL)GEBIEDEN >>

In de retailstructuur van de gemeente Leeuwarden zijn verschillende (typen) gebieden te onderscheiden. In navolgende kaart zijn het geclusterde retailaanbod en de solitaire supermarkten van de gemeente Leeuwarden opgenomen. De gemeente kent drie centrumgebieden: Binnenstad Leeuwarden, Stiens Centrum en Grou Centrum. Daarnaast zijn er twee PDV/GDV-clusters binnen de kern van Leeuwarden en tal van ondersteunende clusters en solitaire supermarkten. De solitaire supermarkten zijn vaak kleine winkels in de kleinere dorpen binnen de gemeente, zoals Wirdum en Wergea.



FIGUUR 7 RETAILSTRUCTUUR CLUSTERS LEEUWARDEN IN KAART

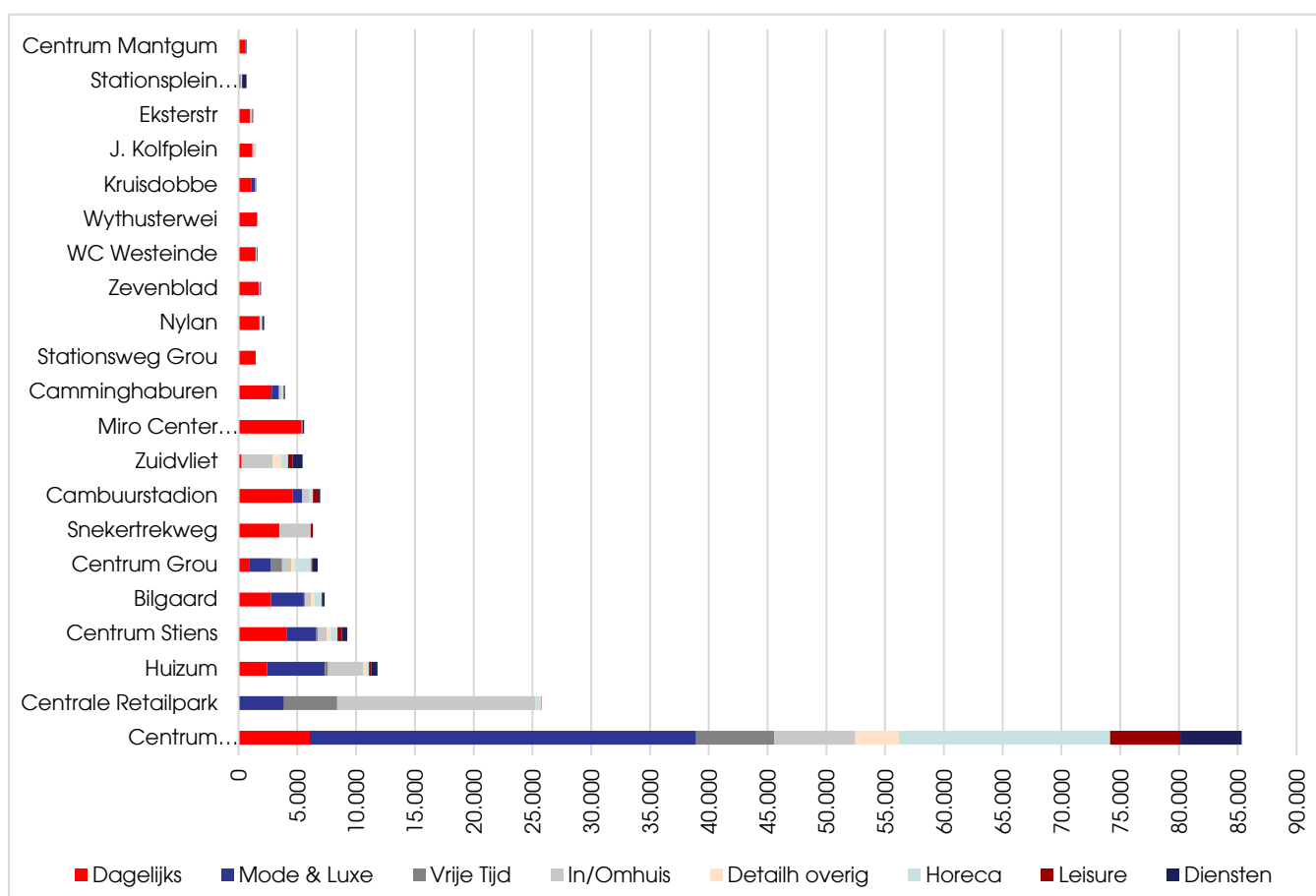
Bron: Locatus januari 2020, BRT Achtergrondkaart; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

CENTRUMGEBIEDEN

- **Leeuwarden Centrum.** Dit is de historische binnenstad van Leeuwarden die met ruim 85.000 m² wvo aan retailmeters het grootste aanbod binnen de gemeente biedt (608 verkooppunten). De binnenstad heeft een regionale functie en is het belangrijkste recreatieve winkelgebied van de provincie Friesland. De Mode & Luxe branche is met o.a. diverse (inter)nationale retailers de grootste in meters, maar ook horeca is met 18.000 m² wvo (verspreid over 187 verkooppunten) goed vertegenwoordigd. Aan de hoofdwinkelstraat Nieuwestad zijn zowel deze grote modewinkels als veel horecazaken gevestigd. In 2018 was Leeuwarden de culturele hoofdstad van Europa. Hiervoor is er veel in de binnenstad geïnvesteerd in het openbaar gebied en zijn er ook tal van hotel- en horecagelegenheden bij gekomen.
- **Stiens Centrum.** Het centrum van Stiens kenmerkt zich door de vier supermarkten die zich getweeën aan de noordkant en zuidkant van het centrum bevinden. Daartussen vormt de Langebuorren de winkelstraat met o.a. Hema en Kruidvat, maar ook diverse sterke lokale ondernemers als modezaak Meneer & Mevrouw Hoekstra en Fialia kinderkledingwinkel. In totaal is er ca. 9.200 m² wvo aan retailmeters aanwezig. Dit is een fractie van de binnenstad van Leeuwarden. Bijna de helft van de meters wordt ingenomen door dagelijks (supermarkt) aanbod.
- **Grou Centrum.** Het centrum van Grou is nog een stapje kleiner dan Stiens (ca. 6.700 m² wvo). Dit komt met name doordat er maar één supermarkt (Poiesz) onderdeel is van het centrumgebied. Grou heeft een toeristische functie (met name voor watersporttoerisme) en daaraan het relatief groter aanbod van 14 horecavestigingen te danken.

VOLUMINEUZE CLUSTERS

- **De Centrale.** Cluster De Centrale is een cluster van grootschalige detailhandelsvestigingen. Naast het aanbod van woonretailers als de Kwantum en Leen Bakker zijn hier met name grote vestigingen van retailers in de huishoud-, sport/vrije tijd en elektronica branches gevestigd. In totaal is er een kleine 26.000 m² wvo aan retailmeters, verspreid over slechts 25 verkooppunten. Deze retailers zijn gevestigd rondom een groot gezamenlijk parkeerterrein.
- **Bedrijventerrein Leeuwarden West.** Dit gemixte bedrijventerrein ligt aan de zuidwest kant van Leeuwarden. Tussen het Ferbiningskanaal en het Van Harinxmakanaal zijn naast niet publieksgerichte bedrijven ook diverse volumineuze retailers met in totaal een metrage van ruim 25.000 m² wvo gevestigd. Anders dan de Centrale bestaat het aanbod hier voornamelijk uit in en om het Huis retailers. Ook anders dan de Centrale is de beperkte interactie die de verschillende winkels met elkaar hebben. De meesten hebben hun eigen parkeerterrein en oprit. Er is niet echt sprake van een cluster.



FIGUUR 8 RETAILSTRUCTUUR CLUSTERS LEEUWARDEN IN KAART

Bron: Locatus januari 2020, BRT Achtergrondkaart; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

KLEINE DORPSKERNEN EN ONDERSTEUNEND AANBOD

Naast de centrumgebieden zijn er nog enkele kleine dorpskernen met een beperkt aanbod en kent met name Leeuwarden Stad een ondersteunend aanbod. De belangrijkste zijn:

- **Dorpen Mantgum, Wirdum en Wergea.** Deze drie dorpen hebben allemaal hun eigen kleine supermarkt (< 550 m² wvo). Dit zijn kleine buurtsupers met een beperkte maat en assortiment. Naast deze buurtsupers wordt het dagelijkse aanbod in deze dorpen aangevuld met een bakker en in Wergea met een slagerij.
- **Overige dorpen rondom Leeuwarden** hebben veelal geen eigen dagelijks aanbod en moeten uitwijken naar elders voor hun boodschappen.
- **Huizum (Schrans).** Huizum (met name gelegen aan de Schrans) is het grootste ondersteunende cluster van Leeuwarden en meet een kleine 12.000 m² wvo. Het is van vroeger uit een aanrijroute richting de binnenstad. Naast het dagelijkse aanbod (supermarkt en speciaalzaken) zijn er ook nog diverse niet-dagelijkse winkels, waaronder modezaken als de Scapino en Shoeby.
- **Bilgaard.** Dit wijkwinkelcentrum maakt onderdeel uit van de gelijknamige wijk. Het winkelcentrum is langgerekt en kent verschillende delen. Supermarkten Albert Heijn en Aldi zijn gesitueerd aan de kopse kanten van het centrum, daartussen in is een groot deel van het winkelcentrum overdekt. Hier zijn o.a. Action, Big Bazar en Hema gevestigd.
- **Miro center.** Dit recent volledig herontwikkelde cluster kenmerkt zich door het dagelijkse aanbod, met de supermarkten Albert Heijn XL en de Aldi voorop. Door de ligging aan de doorgaande Drachtsterweg en het parkeerterrein voor de winkels is het een aantrekkelijk cluster om met de auto boodschappen te doen.



FIGUUR 9 ONDERSTEUNENDE WINKELCENTRA BILGAARD (LINKS) EN MIRO (RECHTS)

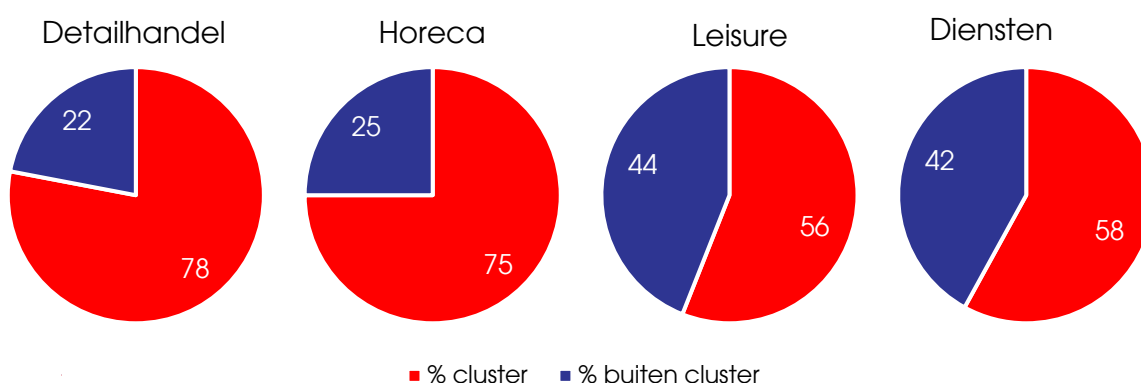
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Cambuurstadion.** Bij het huidige Cambuurstadion in Leeuwarden Oud Oost is ca. 7.000 m² wvo aan retail gevestigd. Een deel van de retailers, waaronder Jumbo, Aldi en Action, zijn geïntegreerd met het te verplaatsen voetbalstadion. Met de verplaatsing van dit stadion behoort (grootschalige) herontwikkeling van het gebied en van de retailers tot de mogelijkheden.

- **Noord- en Zuidvliet.** Noord en Zuidvliet zijn vergelijkbaar met Huizum (Schrans). Samen zijn ze een toegangsweg richting de oude binnenstad van Leeuwarden. Anders dan de Schrans is dat horeca en diensten oververtegenwoordigd zijn en er zijn nauwelijks ketens gevestigd. Het aanbod ligt wat versnipperd over de breed opgezette straten en is niet overal even kwalitatief.

LOCATIES LEISURE EN DIENSTEN

Horeca, leisure functies en diensten zijn sterk gekoppeld aan het detailhandelsaanbod. In winkelcentra is veelal ook horeca en een kapper aanwezig. Dit geldt het sterkst voor het horeca aanbod. Hiervan is 75% van de verkooppunten gevestigd in een cluster. Voor de overige leisure functies (cultuur en ontspanning) en diensten geldt dat deze duidelijk vaker dan detailhandel en horeca buiten clusters gevestigd zijn. Respectievelijk is 44% en 42% van de verkooppunten van deze functies verspreid buiten de retailclusters gevestigd.



TABEL 1 AANBOD VERKOOPPUNTEN ONDERDEEL RETAILCLUSTER

Bron: Locatus januari 2020

- **Horeca veel in binnenstad.** Het horeca aanbod concentreert zich in grote mate in de binnenstad van Leeuwarden. Zowel in meters als verkooppunten is er ruim 50% van het totale horeca aanbod in de gemeente Leeuwarden gevestigd in de binnenstad. Ook in het centrum van Grou zijn nog 14 verkooppunten van horeca aanwezig (4% van het totaal). 25% van de verkooppunten (en 32% van de horecameters) maakt geen onderdeel uit van een cluster. Onder andere de dorpscafés in de kleine dorpen vallen hier onder.
- **Cultuur in binnenstad Leeuwarden en ontspanning verspreid.** Voor overige leisure functies geldt dat er een groot verschil is tussen de culturele functies en ontspanning. De culturele functies zijn sterk geconcentreerd in de binnenstad van Leeuwarden (63% van alle verkooppunten). Voor ontspanning geldt dat deze in grote mate buiten de clusters gevestigd zijn. Onder andere vijftien van de drieëntwintig fitnesslocaties, de drie zwembaden en de klimwand en schaatsbaan liggen buiten de retailstructuur. Voor de laatste drie typen functies is dat begrijpelijk door de omvang en het type accommodatie.



FIGUUR 10 HORECA GECONCENTREERD IN BINNENSTAD LEEUWARDEN (AANBOD OP DE NIEUWESTAD LEEUWARDEN, LINKS) EN DIENSTEN LIGGEN VERSPREID (KAPPER IN CENTRUM GROU, RECHTS)

Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Diensten versnipperd.** De grootste clustering van diensten ligt ook in de binnenstad van Leeuwarden. Het aandeel is met 30% van het totale dienstenaanbod wel duidelijk lager. Het grootste deel van de diensten ligt versnipperd over de bebouwde kom. Zo liggen 58% van de schoonheidssalons, 38% van de kapperszaken en 54% van de makelaarskantoren buiten de retailclusters.

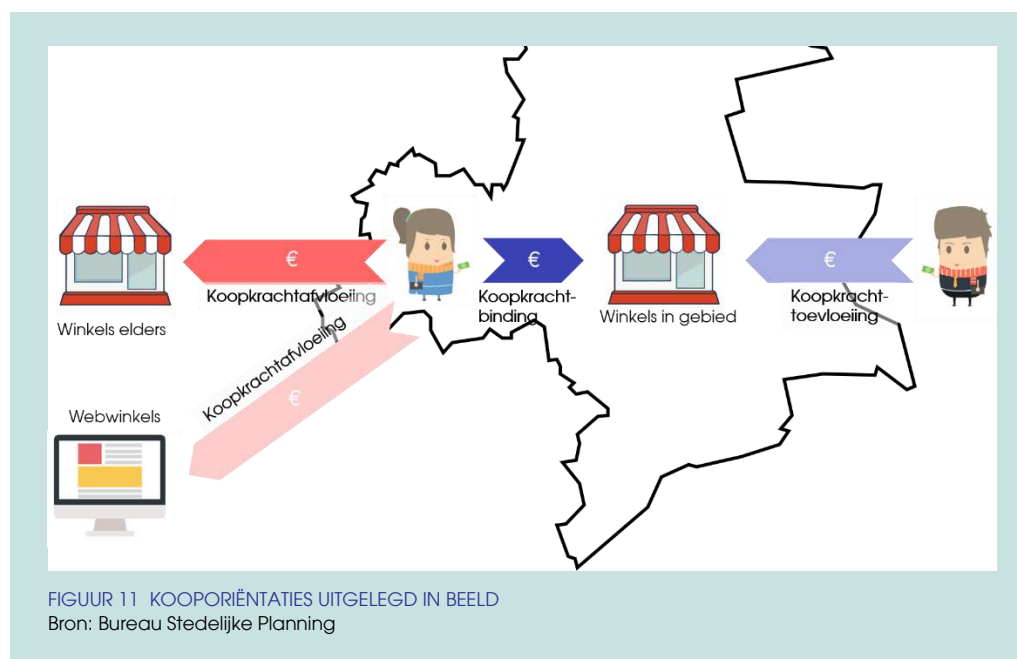
KOOPORIËNTATIES DETAILHANDEL >>

In 2017 is er voor de provincie Friesland een koopstromenonderzoek gehouden. Hierin zijn de grotere kernen afzonderlijk (Leeuwarden, Stiens en Grou) en daarbinnen ook Leeuwarden centrum, Huizum (Schrans) en De Centrale meegenomen.

Kooporiëntaties uitgelegd

Koopkrachtbewegingen door binding, afvloeiing en toevloeiing van koopkracht, ofwel de bestedingen door inwoners binnen en buiten een afgebakend gebied:

- **Koopkrachtafvloeiing** = Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied of naar online kanalen.
- **Koopkrachtbinding** = Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.
- **Koopkrachttoevloeiing** = Aandeel van de omzet die van bewoners komt die buiten een bepaald gebied wonen.



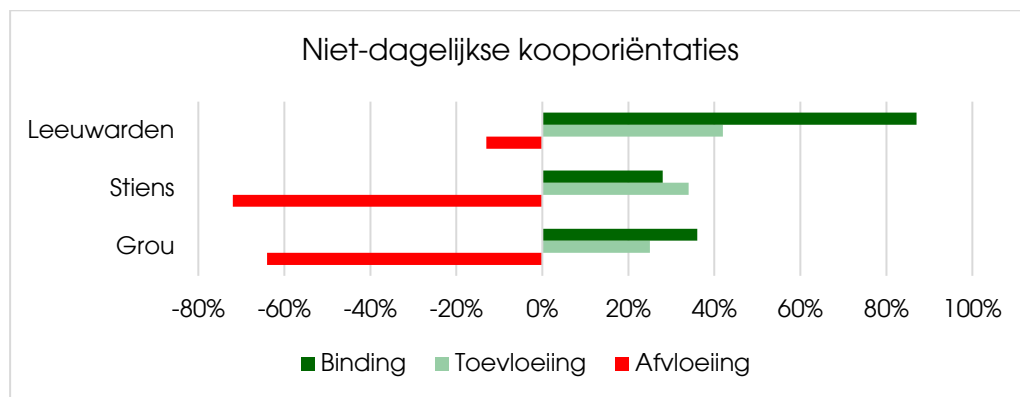
- Voor de **dagelijkse sector** is enkel de binding aan de kern bekend. Gemiddeld ligt de binding voor de dagelijkse sector hoog, dit is kenmerkend voor deze sector. Inwoners doen indien beschikbaar hun boodschappen zo dicht mogelijk bij hun woning. In Leeuwarden ligt de binding erg hoog, namelijk op 96%. In Stiens en Grou ligt dit respectievelijk op 86% en 93%. Met name de relatief toch lage binding voor Stiens waar vijf supermarkten gevestigd zijn valt op. Dit zou verklaard kunnen worden door bijvoorbeeld de nabijheid van Leeuwarden waarbij mensen de boodschappen doen van of naar hun werk in Leeuwarden.

	LEEUWARDEN	STIENS	GROU
Binding dagelijks	96%	86%	93%

TABEL 2 KOOPKRACHTBINDING DAGELIJKS GROOTSTE KERNEN
Bron: Koopstromenonderzoek Friesland 2017

- Voor de **niet-dagelijkse sector** zijn zowel de binding als toevloeiing bekend. De binding én toevloeiing zijn voor de kern Leeuwarden het grootst. Dit valt te verklaren doordat deze kern verreweg het meeste aanbod kent (geen reden voor inwoners om naar elders uit te wijken) en een centrale functie heeft voor de hele provincie Friesland (inwoners van de provincie komen naar Leeuwarden om te winkelen). Voor Stiens en Grou geldt dat het niet-dagelijkse aanbod beduidend lager ligt, waardoor zij een relatief groot deel van hun niet-dagelijkse aankopen buiten hun eigen kern doen (> 60%). De toevloeiing ligt in deze beide kernen tussen de 25% en 30%. Doordat de binding echter laag ligt, is de absolute toevloeiing in bestedingen beperkt².

² De toevloeiing is gerelateerd aan de binding. Bijvoorbeeld Grou: Bij een toevloeiing van 25% komt van elke euro die besteed wordt in de kern € 0,25 van buiten deze kern. Als echter slechts 36% van de bestedingen door de inwoners van Grou in de kern zelf wordt gedaan, is de absolute toevloeiing in euro's relatief beperkt.



FIGUUR 12 KOOPORIËNTATIES TEN OPZICHTE VAN DE GROOTSTE KERNEN

Bron: Koopstromenonderzoek Friesland 2017

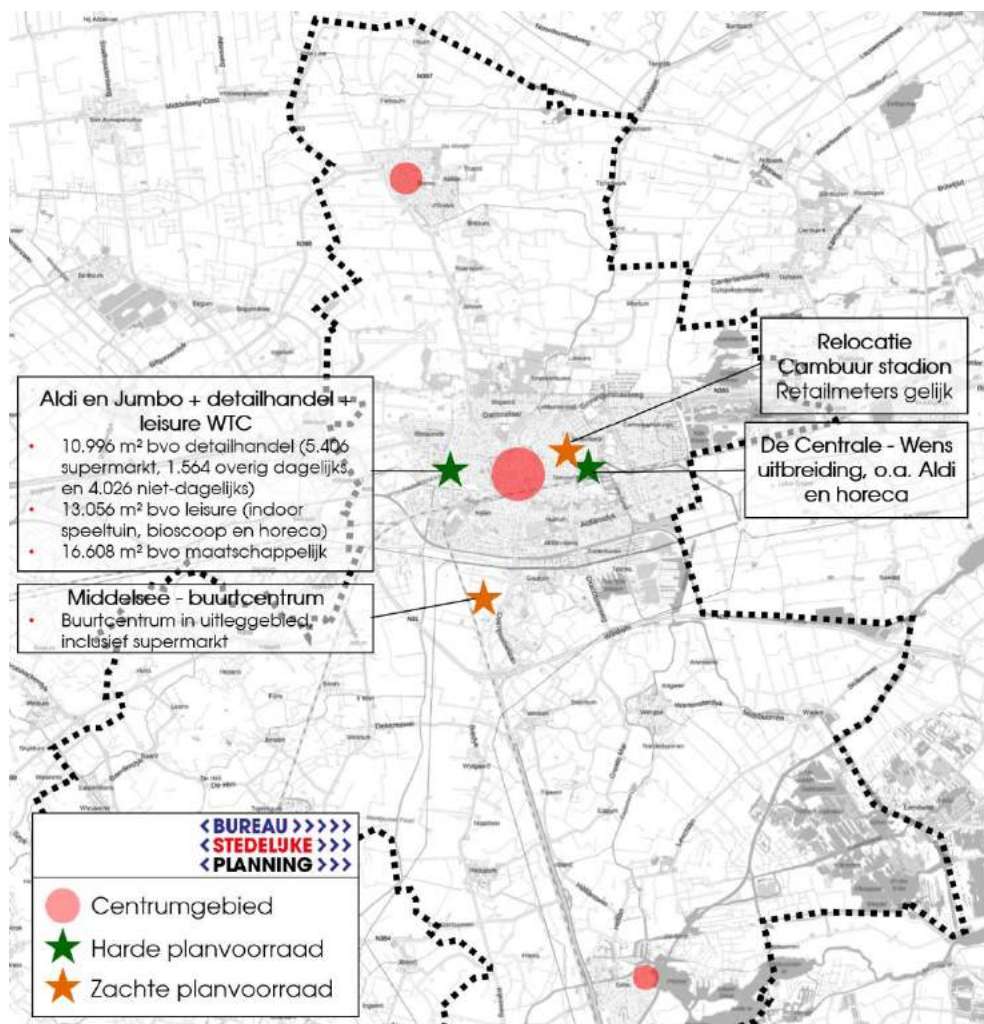
Er zijn twee nuances op hun plaats omtrent deze koopstroomgegevens:

- De niet-dagelijkse sector is een zeer diverse groep. Zo omvat deze mode en luxe artikelen (schoenen, sieraden), maar ook de grote woonwarenhuizen en doe-het-zelf zaken. Op basis van deze gegevens is het daarom niet mogelijk een betrouwbare berekening van de marktruimte te maken. De diversiteit is hiervoor te groot. Zo kan een slecht presterende grote woonwinkel zwaar drukken op de meters en daarmee op de (niet) beschikbare marktruimte.
- De kooporiëntaties zijn resultaten van een onderzoek uit 2017. In die tijd is wel gevraagd of inwoners online aankopen doen, maar is dit niet gerelateerd aan een aandeel van hun bestedingen. Uit het koopstromenonderzoek Randstad van 2018 weten we dat de afvloeiing naar online voor de niet-dagelijkse sector gemiddeld op 24,1% lag. Deze afvloeiing is niet meegenomen in dit onderzoek, maar zeker relevant voor het functioneren van het aanbod. De vraag is echter hoe groot die effecten gaan zijn. Momenteel gaat de groei van het online marktaandeel niet een-op-een ten koste van de behoefte aan fysieke winkelmeters. Online bestedingen kunnen immers bij hetzelfde (moeder)bedrijf terecht komen. En winkels dienen vaak als afhaalpunt voor online gekochte artikelen.

VERWACHTE ONTWIKKELINGEN >>

De gemeente Leeuwarden kent een planvoorraad van ca. 12.000 m² bvo aan detailhandelsmeters en nog eens ca. 13.000 m² bvo leisure (waarvan ca. 5.500 m² bvo horeca). De meeste ontwikkelmeters liggen rondom het nieuwe Cambuurstadion/WTC terrein. De enige andere ontwikkeling waarbij een uitbreiding gepaard gaat, is de uitbreiding van De Centrale. Hier bestaat de wens om supermarktformule Aldi en horeca toe te voegen. Bij het verplaatsen van het Cambuurstadion zal de huidige locatie deels herontwikkeld worden. Momenteel wordt er van uitgegaan dat het aantal retailmeters bij deze herontwikkeling gelijk blijft met de huidige situatie. Tot slot is in de nieuwe uitleglocatie Middelsee aan de zuidzijde van de kern Leeuwarden een buurtcentrum voorzien met een

supermarkt (zacht plan) en relatief veel horeca inspelend op de waterrijke omgeving.



FIGUUR 13 PLANVOORRAAD GEMEENTE LEEUWARDEN

Bron: Gemeente Leeuwarden, BRT Achtergrondkaart; Bewerking Bureau Stedelijke Planning

2 BESTAAND BELEIDSKADER, TRENDS EN ONTWIKKELINGEN

2.1 BELEIDSKADERS

RIJKSBELEID >>

- **Ladder voor duurzame verstedelijking.** Op grond van artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) dienen overheden nieuwe stedelijke ontwikkelingen standaard te motiveren. Per 1 juli 2017 zijn de drie treden van de Ladder losgelaten en geldt dat de toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, een beschrijving bevat van de behoefte aan die ontwikkeling. Indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied is een motivering vereist waarom niet binnen het stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien. Uit de jurisprudentie weten we dat een nieuwvestiging of uitbreiding groter dan 500 m² bvo aan de Ladder voor duurzame verstedelijking moet worden gemotiveerd.
- **Retailagenda.** De Retail agenda is in 2015 gestart op initiatief van het ministerie van Economische zaken en betrokken organisaties en marktpartijen die streven naar een gezonde en toekomstige retailsector. Aanleiding voor de Retailagenda zijn de grote structurele veranderingen in de retail die de afgelopen jaren sterk zichtbaar werden met vele faillissementen en leegstand als gevolg³. De belangrijkste thema's waar nu op gefocust wordt zijn:
 - Gemeentelijke afstemming
 - Lokale transformatie
 - Samen investeren
 - Human Capital Agenda
 - Kenniscreatie en innovatie

De Europese Dienstenrichtlijn

Vooraf in de Buitenstad gelden allerlei beperkingen ten aanzien van branchering. Aantallen winkels, minimale en maximale maat van de winkels. Tot voor kort konden deze beperkingen worden opgelegd binnen de bestemming detailhandel met een verwijzing naar het beschermen van vitaliteit van binnensteden en centra.

³ <https://retailand.nl/retailagenda/>

De tussenuitspraak van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State d.d. 20 juni 2018 inzake branchebeperking voor het Woonplein in Appingedam werpt een ander licht op de zaak. De Afdeling stelt dat de Europese Dienstenrichtlijn van toepassing is. Brancheringsregels worden hierin niet onmogelijk gemaakt, maar het moet wel **noodzakelijk** zijn en op een **evenredige manier** gebeuren.

De casus Appingedam – het van toepassing zijn van de Dienstenrichtlijn – zal in ieder geval leiden tot een andere manier van a) detailhandelonderzoek en onderbouwingen, b) het maken van detailhandelsbeleid en c) het borgen hiervan in bestemmingsplannen.

Bureau Stedelijke Planning heeft in samenwerking met Rho adviseurs en Locatus de “Nadere motivering branchebeperking bestemmingsplan Stad Appingedam” (december 2018) verzorgd. In de uitspraak van 24 juli 2019 in deze zaak oordeelt de Afdeling Bestuursrechtspraak 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.

In oktober 2019 is door de genoemde bureaus een leidraad opgesteld: “Omgaan met de Dienstenrichtlijn in ruimtelijk detailhandelsbeleid” (i.o.v. de Retailagenda en Detailhandel Nederland, met bijdrage van de Stichting Detailhandelsfonds). In deze leidraad wordt aangegeven wanneer een bestemmingsplan in strijd is met de Dienstenrichtlijn en hoe gemeenten kunnen omgaan met de geconstateerde risico’s.

Bron: Bureau Stedelijke Planning, Rho adviseurs en Locatus.

PROVINCIAAL BELEID FRIESLAND >>

De provincie Friesland wenst samenwerking tussen de gemeenten in de provincie te bevorderen. Deze samenwerking is bekrachtigd in het document ‘De Friese Retailaanpak 2018-2020’. De focus in deze aanpak ligt op:

- **Een gezonde retailmarkt met een passend aantal winkelmeters.** Terugdringen van overcapaciteit en overbodige plancapaciteit in winkelmeters en leegstand;
- **Versterking van het ondernemerschap;**
 - a. Stimuleren en ondersteunen van startende retail-ondernemers.
 - b. Vergroten van de flexibiliteit en het innovatievermogen van de retailsector om in te kunnen spelen op maatschappelijke en economische veranderingen/ontwikkelingen (onder meer in de omgeving, koopgedrag en bestedingspatronen van consumenten, de economische conjunctuur en technologische ontwikkelingen).

- c. (Bij)scholing, opleiding en competentie-ontwikkeling van retail-personeel zodat deze aansluiten bij een veranderende omgeving, en nieuwe ontwikkelingen en trends (kwalitatief).
- d. Optimale aansluiting onderwijs – arbeidsmarkt en beschikbaarheid van voldoende geschoold personeel (kwantitatief).
- e. Kenniscreatie, -overdracht en netwerkontwikkeling.
- f. Ontwikkeling van innovatieve concepten en oplossingen, businessmodellen of ondernemingsvormen, en product-markt/functie-combinaties.
- **Creëren van reuring.** Versterken van de uitstraling, beleving en aantrekkelijkheid van winkelgebieden;
- **Professionaliseren promotie:** Duidelijke profilering van winkelgebieden. Het promoten van het unieke vestigingsmilieu van de Friese winkelkernen om nieuwe concepten en formules aan te trekken.

Om in kaart te brengen hoe winkelgebieden functioneren is als onderdeel van de Friese Retailaanpak een **sterkte-zwakte analyse** uitgevoerd. Daarin zijn 71 Friese winkelgebieden onderzocht. Binnen de gemeente Leeuwarden zijn de volgende gebieden meegenomen in de analyse: Binnenstad Leeuwarden, Bilgaard, Cambuurplein, Camminghaburen, Johannes Kolfplein, Miro Center, Huizum (Schrans), Zuidvliet (ook wel Vliet in SWOT-analyse), Westeinde, Nijlân, De Centrale, Zevenblad, en de centra van Grou en Stiens (zie bijlage Bijlage 2 voor uitkomsten SWOT voor deze gebieden).

GEMEENTELIJKE BELEIDSKADERS >>

De gemeente Leeuwarden heeft diverse beleidsdocumenten en visies omtrent retail opgesteld. Enkele voorbeelden zijn de Economische binnenstadsagenda 2019 – 2020, Ruimtelijk-functionele visie De Centrale (2018), Horecabeleid (2016, vastgesteld 2017) en Detailhandelsstructuur Leeuwarden (2014 en addendum 2017). Voor al deze documenten geldt dat deze óf een deel van de retail vatten, óf slechts op een deelgebied binnen de gemeente Leeuwarden ingaan, óf (deels) verouderd zijn in het licht van de snelle ontwikkelingen rondom online bestedingen. In 2014, ten tijde van het opstellen van de detailhandelsstructuurvisie, speelde de gebiedsontwikkeling rondom het WTC nog niet waardoor het ook geen onderdeel uitmaakt van het vigerende beleid. Hierbij komt de inlijving van gemeente Leeuwarderadeel in 2018, waardoor er ook voor deze voormalig zelfstandige gemeente separaat beleid opgesteld is.

2.2 TRENDS EN ONTWIKKELINGEN IN HET RETAILLANDSCHAP

Detailhandel is een branche die altijd aan ontwikkelingen onderhevig is, denk momenteel bijvoorbeeld aan de toename van online bestedingen en de effecten op de fysieke winkelstructuur. Echter ook voor de horeca- en dienstensector geldt dat trends en ontwikkelingen komen en gaan. In deze paragraaf behandelen we de

belangrijkste trends en ontwikkelingen die van invloed zijn op het retaillandschap.

STRUCTURELE ONTWIKKELINGEN >>

Momenteel zijn er diverse structurele ontwikkelingen die invloed (gaan) hebben op de retailstructuur. De structurele veranderingen hebben gevolgen voor alle typen retailgebieden, van de buurtcentra tot de grootste binnensteden, en van de grootschalige concentraties (woonboulevards) tot de stadsdeelcentra. Toch is het ene centrum kwetsbaarder voor de veranderingen dan het andere. Criteria die van invloed zijn op de mate van kwetsbaarheid zijn uiteenlopend van aard:

- **Demografisch.** Commerciële concentraties in stedelijke gebieden in de Randstad zijn minder kwetsbaar. Deze gebieden hebben over het algemeen te maken met bevolkingsgroei en (relatieve) verjonging, die resulteert in een groeiend draagvlak voor de voorzieningen. Dit in tegenstelling tot de krimpgemeenten van Nederland, waar het draagvlak juist afneemt. Binnen de gehele gemeente Leeuwarden is sprake van bevolkingsgroei. Dit vindt echter grotendeels plaats in Goutum (wijk Zuidlanden) en in de rest van de gemeente en met name de kleine kernen daalt het aantal inwoners.



FIGUUR 14 GENERIEKE ONTWIKKELINGEN DIE VAN INVLOED ZIJN OP DE RETAIL
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Branchesamenstelling.** Gebieden die een groot aandeel internetgevoelige branches kennen (mode, bruin- en witgoed, sport en spel, reisbureaus, banken) zijn gevoeliger dan gebieden die vooral gedragen worden door supermarkten, andere dagelijkse winkels, horeca en ambachtelijke diensten.
- **Omvang en functie.** Grote, aantrekkelijke recreatieve retailgebieden (vaak binnensteden) met een groot verzorgingsgebied en met een grote keuze en variatie aan aanbod (ook buiten de detailhandel) en een hoge dichtheid bieden sfeer en beleving. Deze grote retailgebieden bieden meer sfeer en beleving dan de middelgrote centra en stadsdeelcentra, die zich noch functioneel, noch in termen van beleving kunnen onderscheiden, niet ten opzichte van het internet en niet ten opzichte van de grote binnensteden. Dorpscentra en boodschappenclusters doen het relatief goed, omdat deze centra klein zijn gebleven en de focus ligt op frequente boodschappen die men dichtbij huis wil doen.



FIGUUR 15 VERGRIJZING IS VAN INVLOED OP DETAILHANDEL
Bron: Bureau Stedelijke Planning

DE FOODSECTOR GROEIT EN WORDT DIVERSER >>

- **Food wint aan belang** in de winkelstraat en -centra. Waar de niet-dagelijkse detailhandel door generieke ontwikkelingen onder druk staat, drukt de foodsector juist een steeds grotere stempel op retailgebieden, ook (of juist) in de grote stad. De bevolking identificeert zich sterk met zijn eetgedrag ("Food is the new fashion") en met name jongeren leven sterk bij de dag. Ook de drang om buiten de deur te eten past hierbij.



FIGUUR 16 FOOD WINT AAN BELANG DOOR O.A. KOPPELING MET IDENTITEIT – KAASWINKEL KAASKOPERIJ
BILGAARD (LINKS) EN AH XL MIRO (RECHTS)
Bron: Bureau Stedelijke Planning

Blurring in vorm en distributiekkanalen – Jumbo-app en Picnic

Onder invloed van omni-channel breiden bestaande supermarktfomules hun bezorgdiensten steeds verder uit. Jumbo heeft een app ontwikkeld waar de klant de producten die zij wil bestellen kan scannen (bijvoorbeeld direct uit de koelkast) of aanklikken in de app, waarna deze thuisbezorgd worden. Daarnaast zijn er diensten als Pieter Pot (verpakkingsvrije online supermarkt⁴) en Picnic (eveneens 100% internetdienst),

⁴ Zie ook: <https://www.pietter-pot.nl/>

waar klanten online hun producten bestellen, die vervolgens de volgende dag op het gewenste tijdstip met de typerende Picnic-busjes worden thuisbezorgd. Momenteel is Picnic nog niet actief in Leeuwarden, maar is de bezorgdienst wel actief bezig met de uitrol in het noorden van het land⁵.



FIGUUR 17 BUSHOKJE UTRECHT TER PROMOTIE VAN JUMBO-APP
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Supermarkten maken inhaalslag.** Supermarkten profiteren van de inhaalslag die food in de winkelstraten maakt. Albert Heijn liep in de jaren negentig voorop door ook een grootstedelijke variant van de supermarkten in steden: kleiner, goed bereikbaar voor fietser en voetganger, met een assortiment dat aansloot bij de behoeften in de stad (gemak, vers, kwaliteit). Inmiddels maken de andere formules met aangepaste concepten een inhaalslag en groeit de omzet in de fysieke supermarkt nog steeds.
- **Nieuwkomers van binnen de sector** komen op in de foodbranche. Aanbieders als Stach richten zich op een specifieke markt en op de consument die zich bewust is van zijn eetgewoonten en de identiteit. Daarnaast zijn er **nieuwkomers vanuit de horeca**. Restaurants bieden hun producten aan om thuis te consumeren (Deliveroo en Thuisbezorgd.nl).

MINDER BEHOEFTE FYSIEKE WINKELS IN DE NON-FOOD >>

- **Grote impact e-commerce.** Internetwinkelen neemt inmiddels al meer dan 24% van de non-food bestedingen in (KSO 2018). In 2017 was dit voor ca. 10% van de niet-dagelijkse bestedingen in Friesland het geval (Koopstromenonderzoek Friesland 2017). Een verdere groei zal niet uitblijven en winkels moeten inspelen op de veranderende wensen van de consument en ze bedienen met een goed functionerende en overzichtelijke webshop.

⁵ <https://www.dvhn.nl/economie/Bezorgsuper-Picnic-wil-in-het-Noorden-boodschappen-bezorgen-24911656.html>

Sluitingen en faillissementen zetten centra onder druk

Het detailhandelslandschap verandert. Met name de niet-dagelijkse detailhandel staat onder druk. Verschillende formules sluiten (veel van hun) vestigingen, denk recent aan Zeeman en Steps. Anderen gaan failliet. De meeste klappen vallen in het middensegment. De afgelopen jaren gingen formules als Didi, Engelen schoenen, Coolcat, Intertoys, Kijkshop, Witteveen, Charles Vögele, MS Mode, Scapino, V&D en Miss Etam failliet.



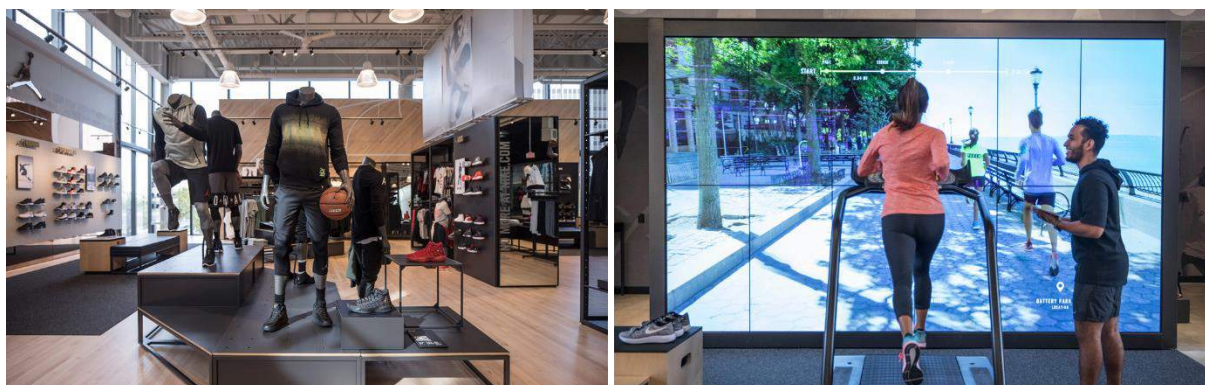
FIGUUR 18 GREEP UIT FAILLIETE WINKELKETENS VAN DE AFGELOPEN JAREN (DEELS OOK MET VESTIGINGEN IN DE GEMEENTE LEEUWARDEN)

Bron: Bureau Stedelijke Planning (foto)

Veel retailers die wel overeind bleven konden uit de voeten met een aanzienlijk beperkter aantal vestigingen. En enkel in de grootste winkelgebieden. Dit betekent dat middelgrote centra, die te weinig onderscheidend zijn, het lastig hebben. Ze bieden te weinig (uniek) aanbod en zijn te weinig relevant voor de kritische consument. Daarbij zijn deze centra vaak te groot en te complex (parkeren) voor de makkelijke boodschap. Hierdoor worden de middelgrote centra het snelst overgeslagen. Met leegstand tot gevolg.

Bron: <https://www.businessinsider.nl/winkel-failliet-vd-coolcat/>, <https://locatus.com/blog/hoe-nu-verder-met-de-middelgrote-stad/>

- De non-foodsector trekt zich terug in de **grootste centra** (met voldoende kritische massa en mogelijkheden voor exposure): Momenteel maken veel ketens een pas op de plaats en investeren zij primair in centrumgebieden.
- **Traditionele verdienmodel staat op zijn kop:** tegenwoordig dienen fysieke winkels vaker als een showroom of als centrum van beleving dan als plek van transactie. Grote ketens willen aanwezig zijn in de winkelstraat om hun producten en concepten te tonen. Ze zijn zich ervan bewust dat klanten meer en meer gebruik maken van het internet als aankoopplaats.



FIGUUR 19 VOORBEELD WINKEL NIKE: GROTE EIGEN WINKELS MET FOCUS OP SERVICE EN BELEVING

Bron: <https://news.nike.com/news/nike-miami-first-look>

BELANG VAN HORECA EN LEISURE NEEMT TOE >>

- **Horeca is groeisector.** Het aanbod en de diversiteit aan horeca is sterk groeiend. De consument besteedt zijn of haar tijd graag buiten de deur en heeft daar een andere perceptie van de prijs van eten en drinken. Ook in kleinere centra en ondersteunende gebieden is horeca niet alleen het verlengstuk van een bezoek aan een winkel, maar ook andersom.
- **Vernieuwing, blurring** (binnen en buiten de sector). Horeca maakt meer en meer een onderdeel uit van andere sectoren. Anderzijds is er ook binnen de sector van vervaging sprake. Horecagelegenheden mengen verschillende functies of veranderen hun concept naar tijdstip. Zo zijn er verschillende dag-horecagelegenheden die 's nachts de tafels aan de kant zetten voor een feestje en heeft Hostel King Kong in Rotterdam tevens een openbaar toegankelijke koffiebar.

Blurring: vervagende grenzen tussen food en retail

Blurring is een fenomeen dat zeker niet als een hype mag worden weggezet. Vervagende grenzen tussen sectoren en branches is iets van alle tijden. De bekendste vorm van blurring is die tussen foodretail (supermarkt en speciaalzaak) enerzijds en foodservices (horeca) anderzijds. Voorbeelden zijn: Jumbo Foodmarkt, Dekamarkt World of Food en Stach.

Ook is er blurring van buiten de foodsector. Dit gebeurt op zeer uiteenlopende manieren. Van de boekhandel die ook koffie en broodjes serveert tot de doe-het-zelf winkel waar men ook kan klussen. In de gemeente Leeuwarden is o.a. NØRD aan de Sint Jacobsstraat in de binnenstad van Leeuwarden een goed voorbeeld. Naast de verkoop van woonaccessoires, boeken en planten is het ook een koffiebar.



FIGUUR 20 BLURRING: COMBINATIE VAN VERSCHILLENDE FUNCTIES – HIER CONCEPTSTORE NØRD ALS WINKEL EN KOFFIEBAR IN LEEUWARDEN
Bron: Bureau Stedelijke Planning

- **Schaalvergroting en ketenvorming:** Deze ontwikkeling vindt op twee manieren plaats. Zo is er sprake van ketenvorming als succesvolle concepten verschillende vestigingen met hetzelfde concept openen (in horeca, maar ook leisure). De schaal hierin is divers, van internationaal (Starbucks) tot op een lager schaalniveau, met enkele vestigingen in het land (Loetje, Anne&Max). Daarnaast is er ook minder zichtbare ketenvorming. Succesvolle ondernemers starten vestigingen met verschillende namen en een iets afwijkende concepten.



FIGUUR 21 KETENVORMING HORECA EN LEISURE. VOORBEELDEN BIEFSTUKRESTAURANT LOETJE (LINKS) EN KLIMWAND MOUNTAIN NETWORK NOORDWAND (RECHTS)
Bron: Bureau Stedelijke Planning (links) en Mountain Network (rechts)

AMBACHTELIJKE DIENSTEN GROEIEN, REST ONDER DRUK >>

- De **commerciële dienstverlening staat onder druk**. Met name de sectoren die geen product leveren en/of vervaardigen en goed te vervangen zijn de online diensten hebben het moeilijk. Zo bieden banken, reisbureaus, uitzendbureaus allen in steeds grotere mate hun diensten aan via internet en **verdwijnen veel fysieke vestigingen**. Alleen de zeer specifieke bedrijven, die zich op een speciale markt richten, blijven overeind.
- Wel zijn er ook diensten die steeds belangrijker zijn voor winkelgebieden. Bijvoorbeeld de **ambachtelijke commerciële diensten** als de kapper en schoenmaker, en maatschappelijke diensten als de tandarts en het kinderdagverblijf zijn in de toekomst idealiter steeds vaker onderdeel van een cluster. Al deze voorzieningen samen trekken allemaal potentiële klanten naar een gebied. Ze zorgen ervoor dat het ontmoetingsplekken blijven en zullen elkaar versterken.



FIGUUR 22 RETAILSHIFT VAN BEZIT NAAR GEBRUIK - SITES ALS PEERBY HELPEN HIERBIJ

Bron: Peerby

- **Verhuur via andere kanalen** dan de van uit het verleden bekende plekken. Zo worden auto's niet per definitie verhuurd meer via de autoverhuurder maar bijvoorbeeld van de buren (via SnappCar) of door reiskosten te delen door mee te rijden (BlaBlaCar). Ook voor bijvoorbeeld het huren van gereedschap verandert dit. Via Peerby kan men kijken wat de buren willen uitlenen. Enerzijds heeft dit een effect op de verkoop van deze producten, anderzijds ook op het gebruik van de traditionele verhuurdiensten als Boels en Hertz.

URGENTIE KEUZES DETAILHANDEL GROTER DOOR CORONACRISIS IN '20 EN '21 >>

Detailhandel staat veelal voor een reductieopgave. De urgentie voor het maken van keuzes waar wel en geen detailhandel gewenst is wordt alleen maar vergroot door de Coronacrisis waar we sinds maart 2020 mee te maken hebben. De pandemie heeft door de verplichte sluiting van horecazaken en sterk teruglopende bezoekersaantallen in de winkelstraten (mensen blijven zo veel mogelijk thuis) zijn weerslag op het retailaanbod. Ook zijn de winkels in de winter van 2020 – 2021 een lange tijd verplicht gesloten geweest.

Er wordt veel gevraagd van de ondernemerskracht, creativiteit en financiële buffers van ondernemers. Ondanks de steunmaatregelen van het kabinet zal het aantal faillissementen (nadat deze maatregelen stoppen) toenemen. Daarbinnen is er wel sprake van een gedifferentieerd beeld:

- Een aantal branches weet de schade beperkt te houden: supermarkten en de overige foodsector, tuincentra, bouwmarkten (de laatste twee naar verwachting tijdelijk);
- Een aantal branches staat nagenoeg stil: horeca, modische sector, ambachtelijke dienstverleners, leisurevoorzieningen.

Het na-ijleffect (na zomer 2021) zal naar verwachting in de retail forsler zijn dan in andere delen van de economie. Als de economie weer op gang komt, is dit in de zogenaamde anderhalve-meter-economie. Het is juni 2021 nog niet exact duidelijk hoe die gaat uitwerken en hoe lang deze gaat duren. Ondernemers passen zich aan door herinrichting van de eigen vestiging (bijvoorbeeld restaurants met minder tafels en grotere onderlinge afstanden). Verder zijn consumentengedrag/-consumptieve bestedingen een onzekere factor in het herstel. Als de woningmarkt inzakt, hebben ook de gemiddeld goed presterende bouwmarkten daar last van. Daarbij heeft het dalen van het consumentenvertrouwen een nadelig effect op alle niet-dagelijkse detailhandelsbranches.

De concurrentieslag met het online-aanbod krijgt daarbij een extra impuls nu de consument nog meer went aan deze manier van boodschappen doen en winkelen. Voor horeca en leisure is het ook relevant dat alle grote evenementen zijn afgelast en het toerisme voorlopig nog stil liggen. Het maken van scherpe keuzes voor de structuur van de gemeente Leenwarden (met concentratie, transformatie) wordt daarmee nog urgenter. Dit geldt eveneens voor de relevantie van een onderscheidende positionering en professionele marketing voor de gebieden. Om dit te bereiken is naast een duidelijke visie ook een goede samenwerking belangrijk. Dit geldt zowel binnen een gebied dan tussen de gebieden. Met een goede organisatiekracht kunnen duidelijk en gezamenlijke stappen gezet worden, maar voornamelijk gezamenlijk plannen worden gemaakt. Dit zien we in veel centrumgebieden van de grond komen met verplichte looprichtingen op drukke momenten.

3 HUIDIG EN TOEKOMSTIG FUNCTIONEREN AANBOD

In dit hoofdstuk wordt het huidige en naar verwachting toekomstige functioneren van het detailhandelsaanbod in de gemeente Leeuwarden geanalyseerd. Hier komt de gemeente als geheel, maar ook de grootste kernen en clusters onderling aan de orde.

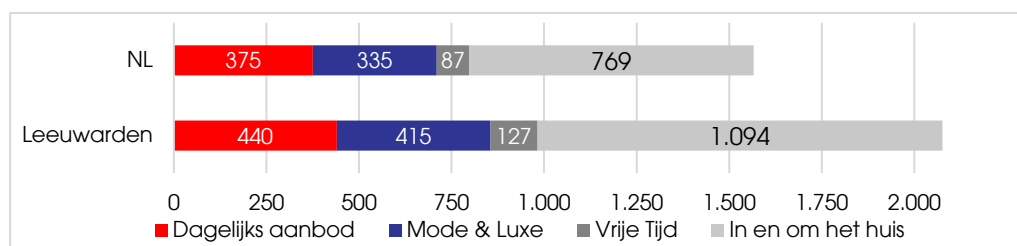
3.1 HUIDIGE FUNCTIONEREN RETAILAANBOD

In deze paragraaf is het huidige functioneren van het aanbod in de gemeente Leeuwarden opgenomen. De focus ligt hier op de detailhandel (door middel van o.a. dichtheden en een distributieve toets), maar ook de andere retailfuncties komen meer kwalitatief aan de orde. Ook de status van leegstand en succesvolle en probleemlocaties komen aan bod.

DICHTHEDEN DETAILHANDEL TEN OPZICHTE VAN NEDERLAND HOOG >>

WINKELDICHTHEDEN LEEUWARDEN TEN OPZICHTE VAN LANDELIJK

Een winkeldichtheid⁶ geeft een indicatie van de hoeveelheid aanbod er is gevestigd in de gemeente Leeuwarden ten opzichte van het landelijk gemiddelde.



FIGUUR 23 DICHTHEID DETAILHANDELSBRANCHES IN M² WVO PER 1.000 INWONERS

Bron: Locatus Retailfacts 2019, Locatus januari 2020

- De totale detailhandelsdichtheid van de gemeente Leeuwarden ligt op 2.077 m² wvo per 1.000 inwoners. Dit is duidelijk hoger dan de 1.566 m² wvo per 1.000 inwoners dat als gemiddelde voor Nederland geldt (ca. + 33%).
- Deze hogere dichtheid geldt voor het geheel aan detailhandelsmeten, maar ook voor de vier detailhandelsgroepen afzonderlijk. Zo ligt de dichtheid voor de dagelijkse sector in Leeuwarden op 440 m² wvo per 1.000 inwoners, ten opzichte van 375 m² wvo per 1.000 inwoners als landelijk gemiddelde.

⁶ Het aantal m² wvo per 1.000 inwoners – enkel voor detailhandel geanalyseerd i.v.m. dat er geen landelijke Locatus cijfers bekend zijn van Leisure en Diensten.

- De relatief grootste plus is er voor de detailhandelsgroep Vrije tijd. Hiervan ligt de dichtheid ruim 46% hoger dan landelijk. Ook voor In en om het huis geldt dat de dichtheid met 42% hoger ligt dan Nederland.



FIGUUR 24 EEN (TE) HOGE DICHTHEID KAN BETEKENEN DAT ER TE WEINIG BESTEDINGEN ZIJN OM HET AANBOD TE LATEN FLOREEREN

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Een hogere dichtheid dan landelijk kan verschillende dingen betekenen. Enerzijds kan het aangeven dat het aanbod in een gebied een bovenlokale functie heeft, want er is te veel aanbod voor alleen de bewoners. Deze bovenlokale functie heeft met name de stad Leeuwarden (en waarbinnen weer voornamelijk de binnenstad en De Centrale) voor de rest van Friesland. Anderzijds kan het ook betekenen dat er overaanbod is. Met het oog op de toename in online bestedingen en een ook op landelijk niveau al bestaand overaanbod in diverse branches kan de gemeente voor een (ruim) overaanbod komen te staan. Het is de vraag of de te verwachten beperkte bevolkingsgroei dit gat voldoende kan vullen.

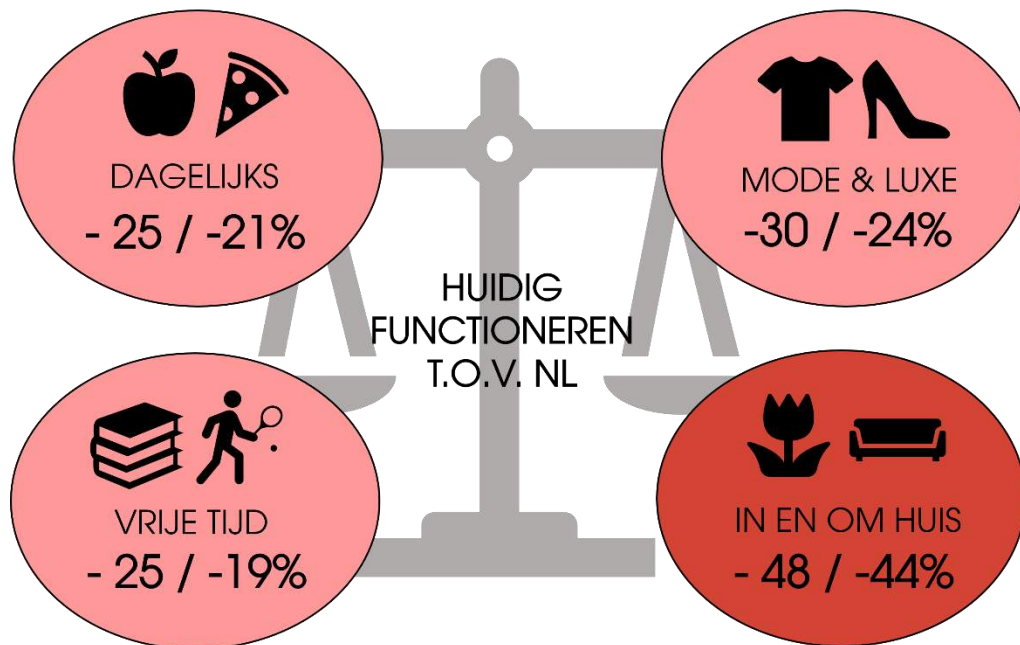
HUIDIG FUNCTIONEREN VAN DETAILHANDEL GEMIDDELD MATIG

Op indicatieve wijze kan het gemiddeld functioneren van het detailhandelsaanbod berekend worden middels een distributieve toets. Aan de hand van koopstromen en omzetkengetallen (gemiddelde bestedingen en vloerproductiviteit) ontstaat er een indicatie van het functioneren van het aanbod in vergelijking met het landelijk gemiddelde. Als de gemiddelde vloerproductiviteit hoger is dan landelijk, presteert het aanbod gemiddeld goed, en vice versa⁷.

- Het detailhandelsaanbod in de gemeente Leeuwarden functioneert gemiddeld genomen onder gemiddeld. De vloerproductiviteit van alle vier de branchegroepen ligt duidelijk onder het landelijk gemiddelde. Vooral de vloerproductiviteit van de groep In en om het Huis ligt met -48% tot -44% duidelijk lager dan het landelijk gemiddelde.
- Een nuancering is op zijn plaats. In perifeer gelegen steden zoals Leeuwarden is het normaal dat de gerealiseerde vloerproductiviteit lager ligt dan het landelijk gemiddelde aangezien huisvestings- en personeelskosten in landelijk gebied ook aanzienlijk lager zijn. Een rendabele exploitatie is in deze kernen ook bij een lagere vloerproductiviteit nog steeds mogelijk. Een consultatieronde langs

⁷ Daarbij moet wel rekening gehouden worden met het feit dat er op sommige plekken o.a. een hogere huurlast is en dat een hogere vloerproductiviteit dan ook noodzakelijk is om tot een goede marge te komen. Dit geldt ook andersom.

verschillende supermarktketens bevestigt het beeld dat binnen deze dagelijkse branche de winkels gemiddeld genomen van ruimere opzet zijn binnen de gemeente Leeuwarden dan in de Randstad. Hierdoor is de vloerproductiviteit lager maar is van een onrendabele exploitatie geen sprake.



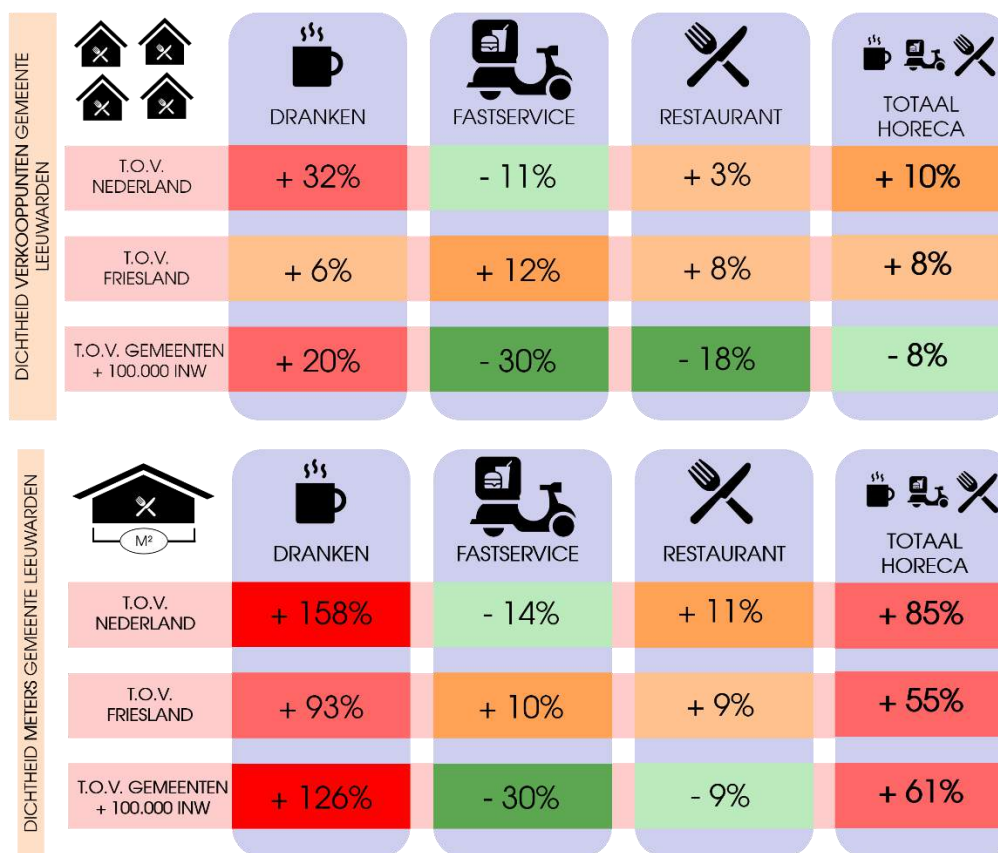
FIGUUR 25 HUIDIG FUNCTIONEREN DETAILHANDELSAANBOD GEMEENTE T.O.V. LANDELIJK
Bron: Locatus 2020, Omzetkengetalen 2018

OOK DICHTHEDEN HORECA AANBOD GEMIDDELD HOGER >>

Ook voor horeca kunnen we een analyse doen naar de dichtheden (in aantal verkooppunten én m² wvo). We vergelijken de gemeente Leeuwarden met het landelijk en Fries gemiddelde en met het gemiddelde van gemeenten met meer dan 100.000 inwoners. Deze analyse laat het volgende beeld zien:

- In vergelijking met het landelijk gemiddelde en dat van de provincie Friesland ligt de horecadichtheid in Leeuwarden (duidelijk) hoger, zowel voor verkooppunten als meters (respectievelijk 10% en 8% meer verkooppunten, en 85% en 55% meer meters).
- Ten opzichte van grote gemeenten ligt de dichtheid in verkooppunten iets lager. Hier zijn gemiddeld vaker grotere hoeveelheden horeca geclusterd. Dit verschil kan enigszins verklaard worden uit het feit dat andere grote gemeenten (als Amsterdam, Den Haag en Utrecht) hoogstedelijker zijn en minder landelijk gebied kennen dan de gemeente Leeuwarden. Gekeken naar de dichtheden in meters is het aanbod in vergelijking met deze gemeenten al zeer hoog (61% meer meters dan gemiddeld).

- Gekeken naar de verschillende horecafuncties is te zien dat in Leeuwarden in de dranksector⁸ in vergelijking met alle benchmarks een hogere dichtheid in verkooppunten en meters aanwezig is. Voor fastservice geldt dat er nog wel enige ruimte is voor uitbreiding. Voor restaurants is op basis van de vergelijking met grote gemeenten ook nog enige ruimte. De dichtheid van het aantal restaurants in de gemeente Leeuwarden ligt ca. 18% onder dat van andere Nederlandse gemeenten met meer dan honderdduizend inwoners, voor de dichtheid in meters is dit 9% minder. Met het toevoegen van kwalitatieve (kleine) restaurants en fastservice kan zeker een gat worden opgevuld.



FIGUUR 26 RELATIEVE DICHTHEID HORECABRANCHES IN LEEUWARDEN (ZOWEL IN VERKOOPPUNTEN ALS M²) TEN OPZICHTE VAN ANDERE DICHTHEDEN

Bron: Horeca DNA 2020⁹

Op basis van de relatief hoge horecadichtheden zal niet al het aanbod goed functioneren. Met name in de drankensector (o.a. cafés, coffeecorner en discotheken) is het aanbod groot en zullen de vestigingen gemiddeld onder druk staan. In de fastservice en restaurantsector zal het gemiddeld beter gaan.

⁸ Zie Definities in Bijlage 1 voor type horecagelegenheden tot de verschillende sectoren behoren.

⁹ Gebruik makend van Horeca DNA aangezien Locatus geen Retailfacts voor horeca beschikbaar heeft op bijvoorbeeld landelijk en provinciaal niveau. We kunnen er van uitgaan dat de dichtheden uit Horeca DNA tot geldige conclusies leiden.

FUNCTIONEREN OVERIG LEISURE EN DIENSTEN AANBOD >>

Voor leisure voorzieningen en diensten is het functioneren moeilijker na te gaan dan voor detailhandel en horeca. Voor detailhandel zijn diverse kwantitatieve toetsen bruikbaar om het functioneren indicatief weer te geven. Voor horeca zijn dichtheden eveneens een goede indicatieve bron. Voor de andere retailbranches zijn deze er veelal niet. Wel kunnen we aan de hand van een kwalitatieve analyse of andere bronnen een inschatting geven van het functioneren van deze branches:

- **Leisure:** Leisure is een zeer brede sector. Dit maakt een algemeen inzicht van het functioneren van de sector in de gemeente Leeuwarden zeer lastig. Daarbij hebben deze voorzieningen soms een zeer groot verzorgingsbereik. Op basis van dichtheden, de aan- of afwezigheid van een voorzieningen en de kwaliteit daarvan zou wel een indicatie gegeven worden. Omdat deze retailvisie zich focust op de verblijfsgebieden en functioneren daarvan, focussen we op die voorzieningen die hier vaak aanwezig zijn.
- **Bioscoop.** Op basis van het onderzoek voor het Cambuur/WTC terrein¹⁰ blijkt er behoefte te zijn aan meer bioscoopstoelen. Daarbij ontbreekt in de huidige situatie een Multiplexbioscoop. Met de toevoeging van een bioscoop bij het nieuwe Cambuurstadion, is de kwantitatieve behoefte gevuld.
- **Diensten:** Voor de dienstensector geldt dat het functioneren ten eerste erg af hangt van het functioneren van de desbetreffende sector. Voor de financiële dienstverlening (banken en hypotheekadviseurs) en particuliere dienstverlening (o.a. reisbureaus) sterk onder druk staan. Deze diensten worden meer en meer overgenomen door online diensten en consumenten die het zelf regelen. Deze dienstverlening verdwijnt dan ook langzaam uit het straatbeeld. Voor de ambachten is dit anders. De kappers, schoonheidsspecialisten en schoenmakers beoefenen een beroep waar het mensenwerk essentieel is. Deze sectoren zijn toekomstbestendig, maar zullen door de grote groei ook niet altijd even goed presteren. Voorkomen moet worden dat het aantal vestigingen van deze branches onevenredig groeit ten opzichte van de toename van de behoefte.

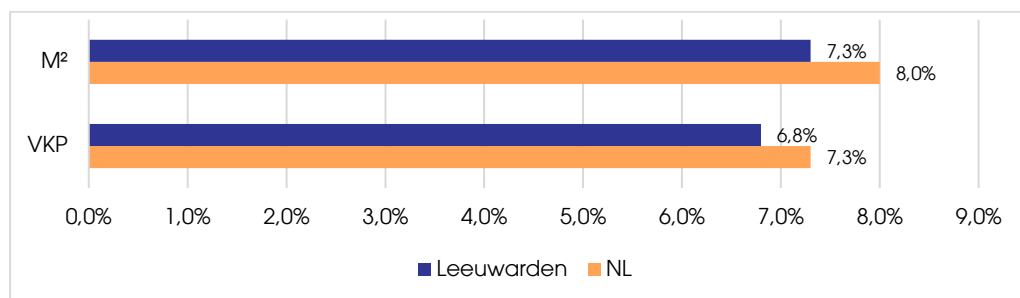
ANALYSE VAN DE LEEGSTAND >>

In de gemeente Leeuwarden is in totaal ruim 26.000 m² wvo aan leegstaande retailmeters aanwezig (momentopname Locatus; per 1 januari 2020¹¹). Deze is verspreid over 126 leegstaande verkooppunten. Het leegstandspercentage van de gemeente Leeuwarden ligt voor zowel de verkooppunten als meters iets onder het landelijk gemiddelde. Het aandeel meters¹² dat leegstaat ligt op 7,3%. Dit is iets lager dan het landelijke gemiddelde van 8,0%. Voor het aandeel verkooppunten dat leeg staat geldt eveneens dat deze iets onder het landelijk gemiddelde ligt: 6,8% in Leeuwarden en 7,3% in Nederland.

¹⁰ Toets Ladder voor duurzame verstedelijking WTC/Cambuurstadion (STEC groep)

¹¹ De leegstandscijfers zijn net als alle cijfers over de verkooppunten in Locatus momentopnamen. Waar een verkooppunt in de cijfers nog is opgevuld, kan dit momenteel niet meer zo zijn, of andersom.

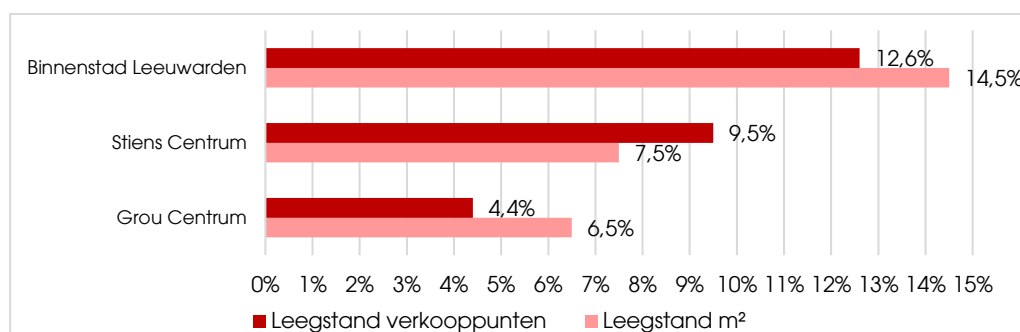
¹² Van detailhandel, horeca, leisure en diensten



FIGUUR 27 LEEGSTANDSPERCENTAGE LEEUWARDEN TEN OPZICHTE VAN LANDELIJK

Bron: Locatus januari 2020 en <https://locatus.com/blog/na-jaren-van-herstel-neemt-de-leegstand-weer-flink-toe/>

De grootste leegstand, zowel in percentage van de verkooppunten en meters, als voor het absolute aantal m² wvo, ligt in de binnenstad van Leeuwarden. In totaal is hier ongeveer 14.500 m² wvo aan leegstaande retailmeters gesitueerd. Dit is meer dan de helft van de leegstand in de gehele gemeente en in totaal 14,5% van alle meters in de binnenstad. In de twee andere centrumgebieden van de gemeente Leeuwarden ligt de leegstand lager, echter ligt in Stiens Centrum het aandeel leegstaande verkooppunten met 9,5% eveneens aan de hoge kant.



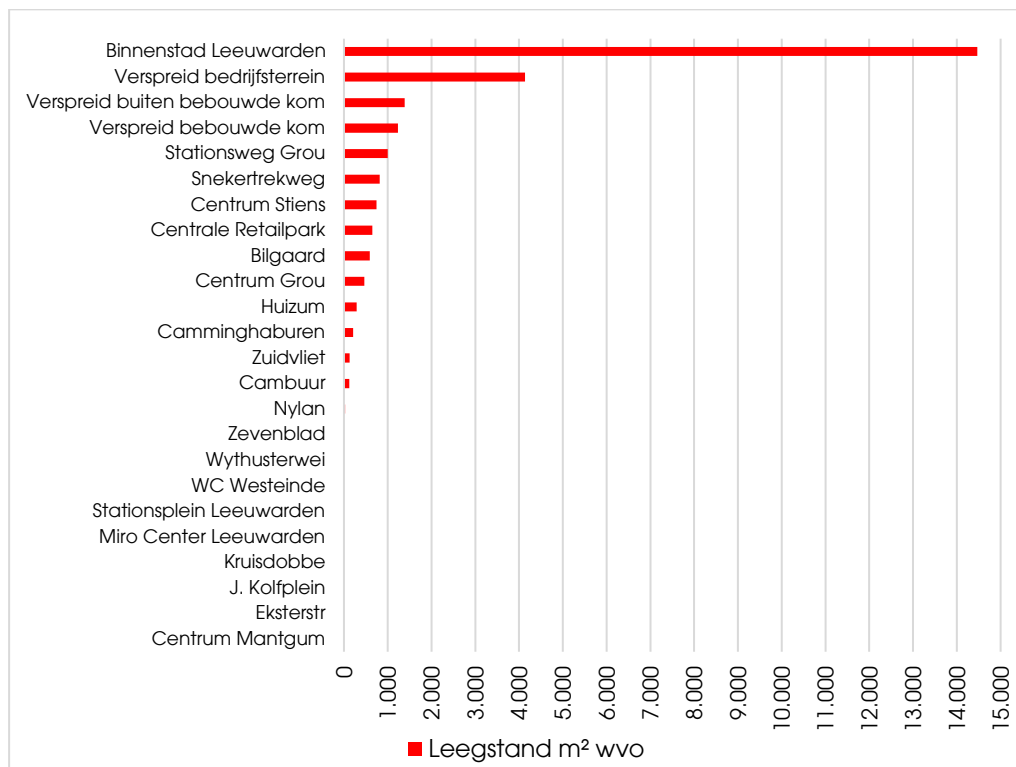
FIGUUR 28 LEEGSTANDSSITUATIES CENTRUMGEBIEDEN

Bron: Locatus januari 2020

Naast de leegstand in de centrumgebieden en andere retailclusters (die veelal in meters beperkt blijft) is er ook nog ca. 6.500 m² wvo aan leegstand verspreid over de gemeente aanwezig. Dit zijn leegstaande retailmeters op bedrijventerreinen, buiten de bebouwde kom of verspreid binnen de kernen. Met name op bedrijventerreinen is er verspreid nog veel leegstand (ca. 4.000 m² wvo). Dit betreft echter slechts enkele grote units (4 verkooppunten).

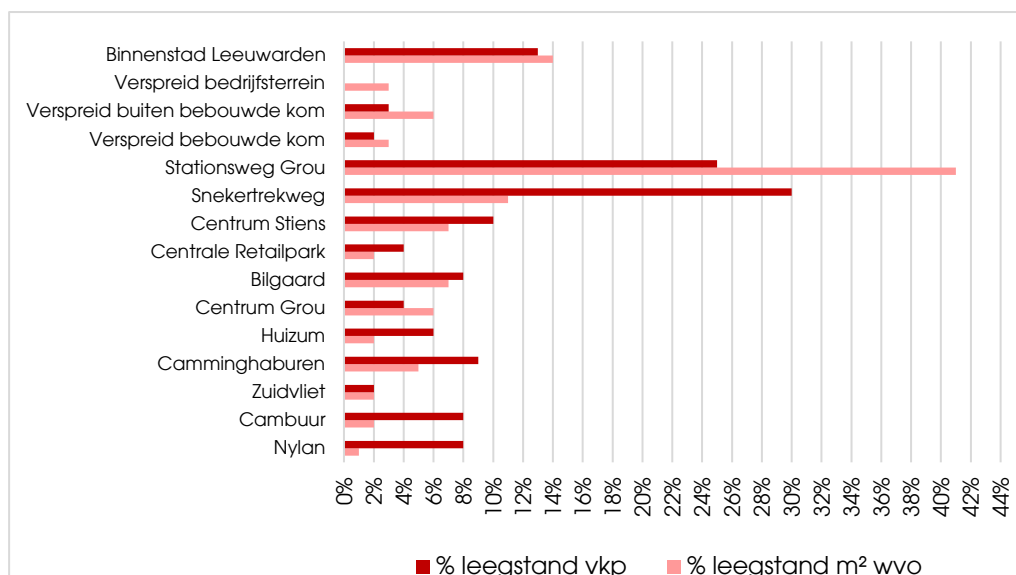
Uiteraard is er verschil in de negatieve effecten van leegstaande panden. Meerdere panden naast elkaar hebben een negatievere invloed op de beleving dan één verkooppunt dat leeg staat en leegstand centraal in het centrumgebied is erger dan aan de randen. Daarbij kan er zelfs sprake zijn van gewenste leegstand. Zo is een leegstandspercentage onder de 5% (frictieleegstand) belangrijk om nieuwe initiatieven een plek te kunnen bieden. Daarbij kan er ook sprake zijn van zogenaamde 'gewenste leegstand'. Deze bevindt zich op plekken waar transformatie naar andere functies voorzien en meer passend is. Als de

verkooppunten leeg staan zijn bijvoorbeeld eigenaren eerder bereid hieraan mee te werken en te investeren.



FIGUUR 29. LEEGSTAND IN M² VVO PER CLUSTER EN/OF TYPE VERSPREIDE AANBOD

Bron: Locatus januari 2020



FIGUUR 30. LEEGSTAND IN AANDEEL VAN TOTAAL M² VVO EN VKP PER CLUSTER EN/OF TYPE VERSPREIDE AANBOD (ENKEL GEBIEDEN MET LEEGSTAND OPGENOMEN)

Bron: Locatus januari 2020

3.2 TOEKOMSTIGE (ON)MOGELIJKHEDEN DETAILHANDEL

Door middel van een distributieve berekening (DPO) kan voor detailhandel ook voor de toekomstige situatie een indicatieve uitspraak worden gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden van het detailhandelsaanbod in de gemeente Leeuwarden. Een positieve marktruimte kan veroorzaakt worden door een toenemend inwonertal, positieve ontwikkelingen van de kooporiëntaties (meer binding, minder afvloeiing, meer toevloeiing) of een (zeer) goed functionerend huidig aanbod. Ook kan er een negatieve marktruimte zijn door o.a. krimp, lagere binding, een matig functionerend aanbod of een afname van bestedingen in winkels (bijvoorbeeld door de toename van online).

In onderstaande paragrafen wordt het functioneren van het aanbod in de gemeente Leeuwarden weergegeven voor de verschillende detailhandelsgroepen.

VERWACHTE AFNAME BESTEDINGEN IN FYSIEKE WINKELS DOOR ONLINE >>

Online bestedingen nemen nog steeds toe. Met name in de niet-dagelijkse sector spelen de webshops een grote rol. Naar verwachting heeft de verdere groei van het online marktaandeel gevolgen voor de behoefte aan fysieke winkels en winkelmeters. Immers, naarmate consumenten minder besteden in winkels, daalt de omzet en komt het functioneren onder druk te staan. Daar is bij de marktruimteberekening voor 2025 rekening mee gehouden.



FIGUUR 31 OMNICHANNEL: WINKEL PULL & BEAR (LINKS) EN WEBSITE ZARA (RECHTS), BEIDE VAN INDITEX
Bron: Bureau Stedelijke Planning, website Zara

De vraag is echter hoe groot die effecten gaan zijn. Momenteel gaat de groei van het online marktaandeel niet een-op-een ten koste van de behoefte aan fysieke winkelmeters. Online bestedingen kunnen immers bij hetzelfde (moeder)bedrijf terecht komen. En winkels dienen vaak als afhaalpunt voor online gekochte artikelen. Wel heeft de sterke groei van het online marktaandeel in bijvoorbeeld Mode en Luxe inmiddels geleid tot een aangescherpte expansiestrategie van grote modeketens; retailers als de Inditex group (o.a. Zara en Bershka) en H&M richten zich op naast verkoop via internet (nog steeds) op een gerichte uitbreiding van hun fysieke winkels.

Om rekening te houden met bestedingsafname in 2025 door de groei van online aankopen is bij de berekening gebruik gemaakt van een bandbreedte. In deze analyses hanteren we als uitgangspunt dat de fysieke bestedingen met maximaal 5%-punt af zullen nemen tot 2025. We berekenen daarom met een bandbreedte van een afname tussen de 0 en 5%-punt. Deze bandbreedte bestaat daarmee uit 1) een minimum indicatieve marktruimte, waarbij rekening is gehouden met bestedingsafname in fysieke winkels door de groei van online aankopen (gecombineerd met de minimale binding), en 2) een maximum indicatieve marktruimte waarbij geen rekening is gehouden met bestedingsafname in fysieke winkels door groei van online aankopen (gecombineerd met de maximale binding).

MARKTRUIMTE 2025 >>

Voor de berekening van de marktruimte in 2025 is gebruik gemaakt van distributieve berekeningen voor vier branches: 'Dagelijks', 'Mode & Luxe', 'Vrije Tijd' en 'In en om het Huis' (zie volledige berekeningen in Bijlage 3).

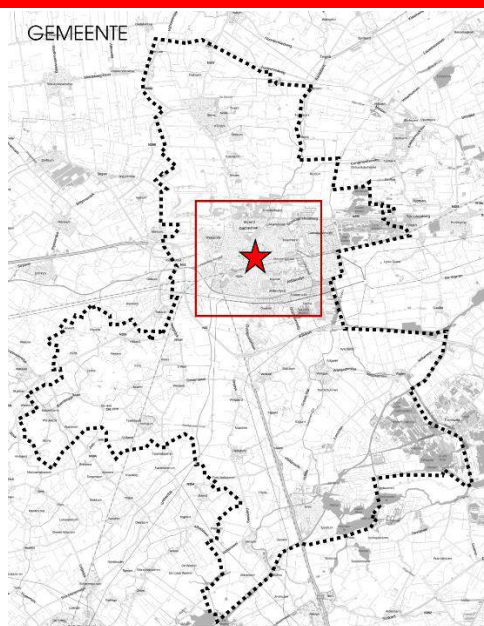
In de huidige situatie functioneert het winkelaanbod per branche gemiddeld matig (zie ook Figuur 32). Voor alle branches betekent dat deze onder het landelijke gemiddelde presteren. In de toekomst kan dit door verschillende factoren zowel positief als negatief veranderen. Het aantal inwoners in de gemeente groeit tot 2025 met ca. 2,2%. Deze groei zal vooral plaats vinden in Zuidlanden in deelgebied Goutum. Ondanks deze groei is er voor de gemeente een totale indicatieve negatieve marktruimte in 2025, zowel in het minimum als maximum scenario. Vooral In en om het Huis laat een sterk negatieve marktruimte zien in 2025.



4 FACTSHEETS

In dit hoofdstuk wordt een duidelijk inzicht gegeven in de kwantitatieve kenmerken van de verschillende verblijfsgebieden.

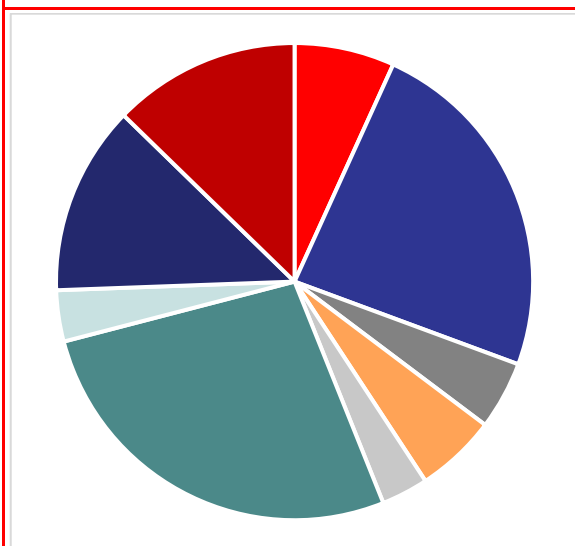
FACTSHEET BINNENSTAD LEEUWARDEN



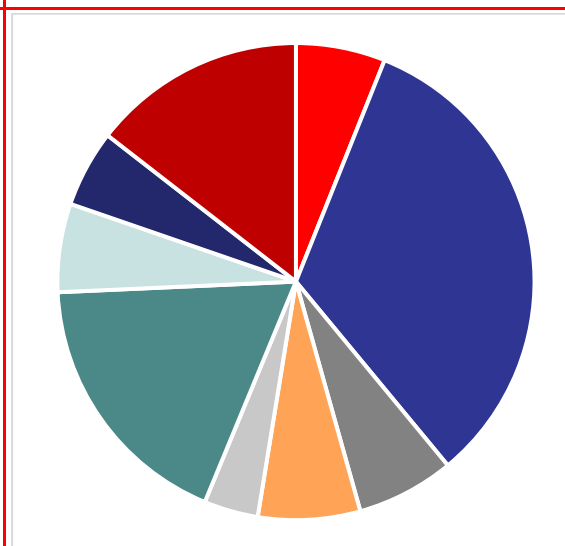
ENKELE KENMERKEN

TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	696
TOTAAL AANTAL M² WVO	99.804 M² WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M² WVO)	56%
LEEGSTAND (VKP / M² WVO)	88 VKP / 14.465 M² WVO

VERDELING VERKOOPPUNTEN

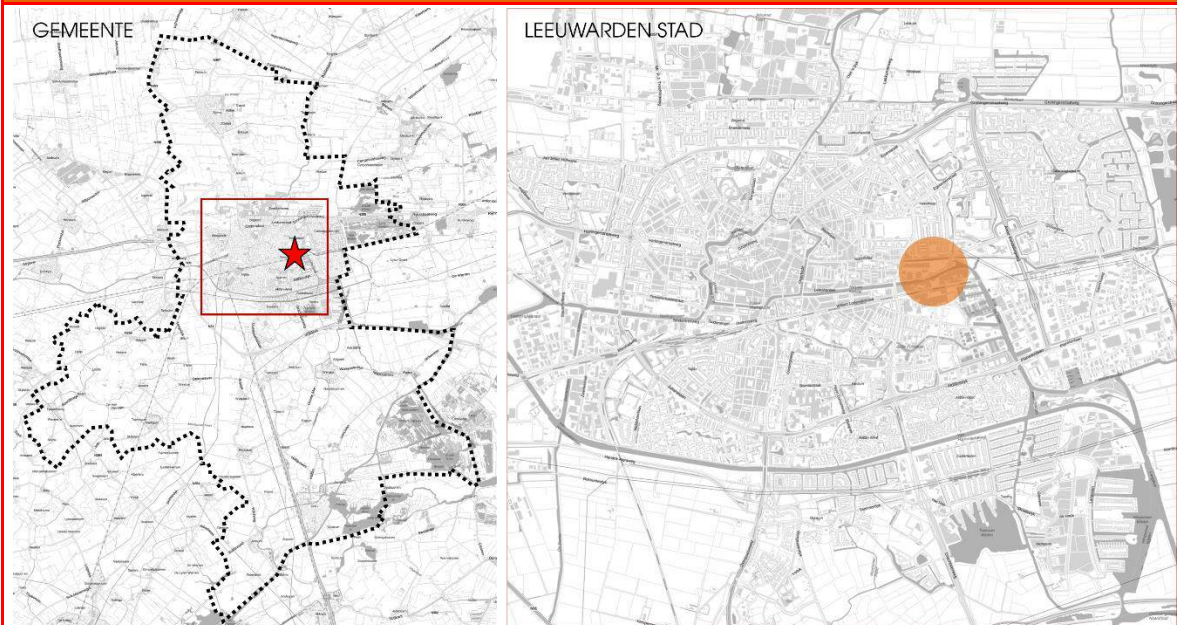


VERDELING M² WVO



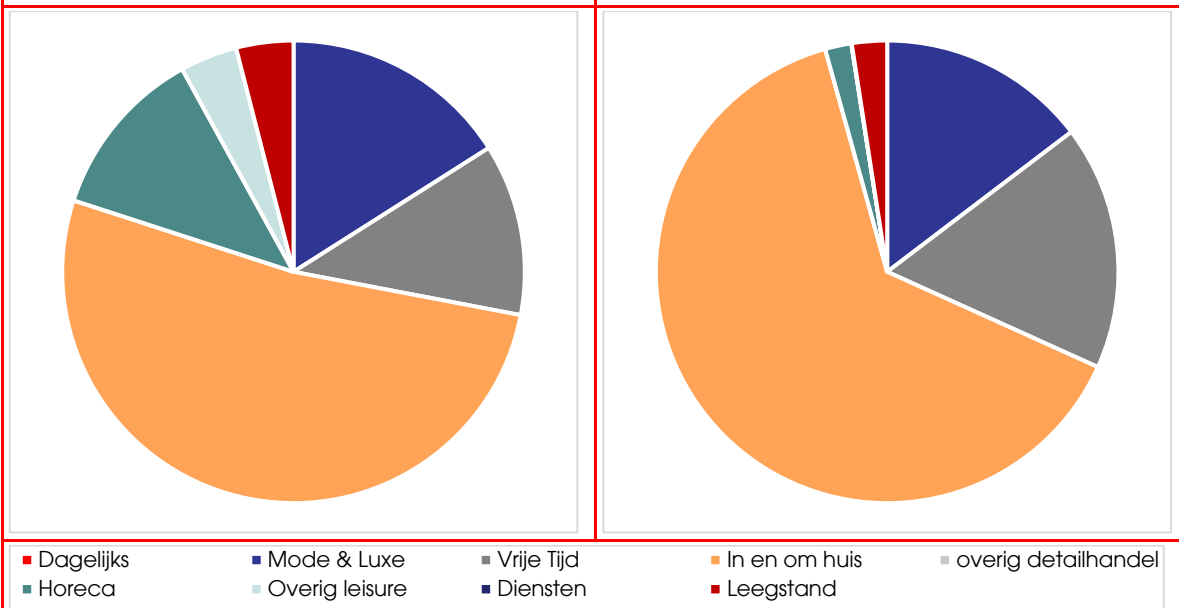
■ Dagelijks ■ Mode & Luxe ■ Vrije Tijd ■ In en om huis ■ overig detailhandel
■ Horeca ■ Overig leisure ■ Diensten ■ Leegstand

FACTSHEET DE CENTRALE

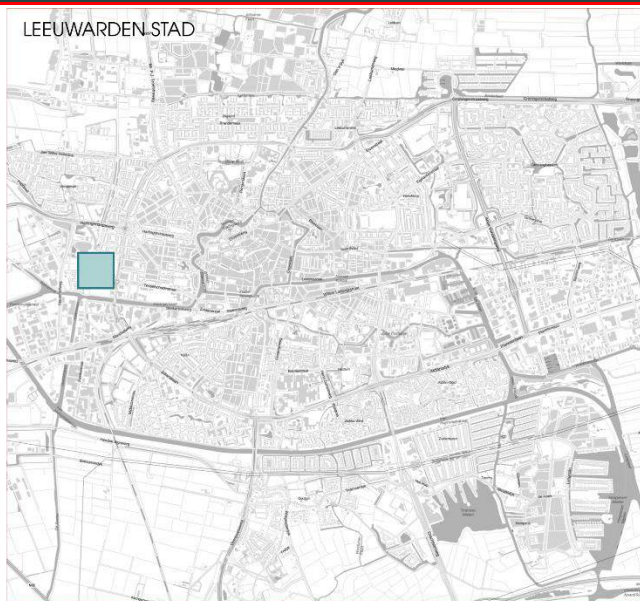
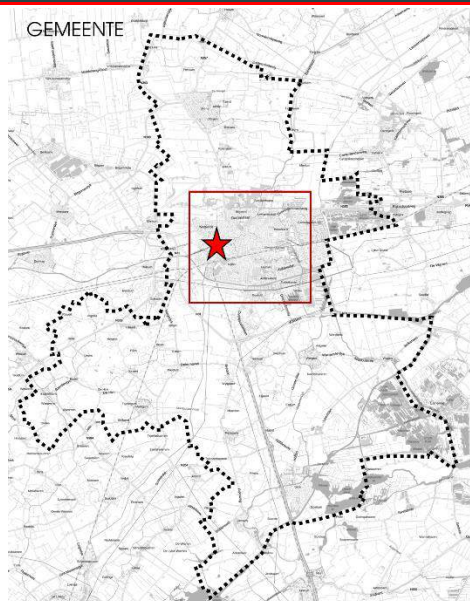


ENKELE KENMERKEN

TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	26
TOTAAL AANTAL M² WVO	26.406 M² WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M² WVO)	96%
LEEGSTAND (VKP / M² WVO)	1 VKP / 648 M² WVO
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING M² WVO



FACTSHEET WTC GEBIED



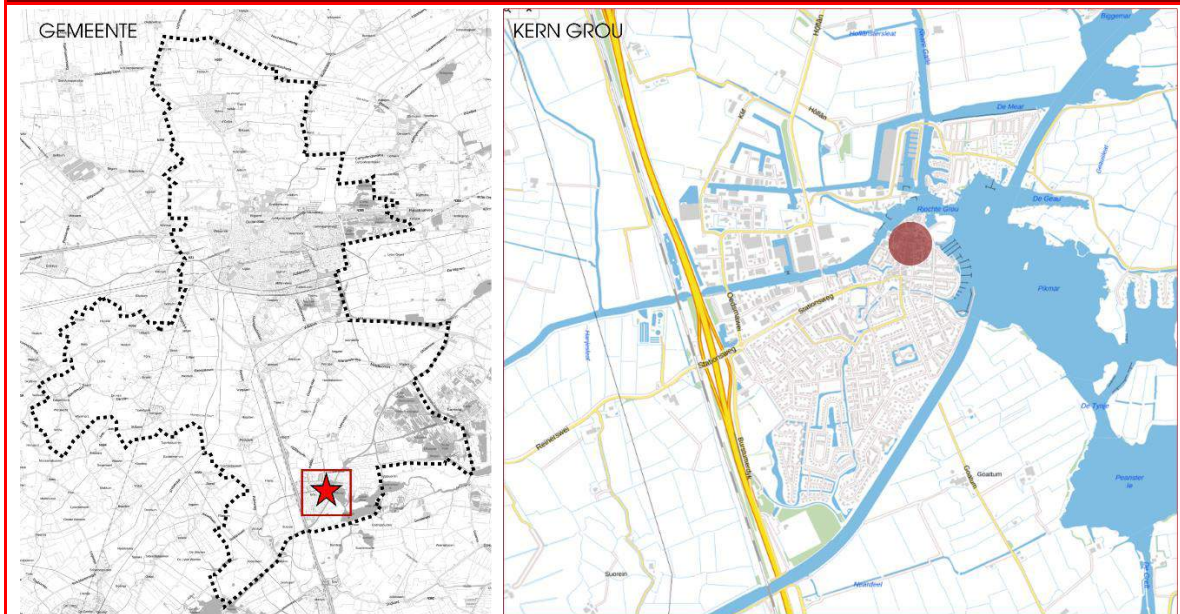
IMPRESSIE TOEKOMSTIG CLUSTER



ENKELE KENMERKEN (O.B.V. MOGELIJKHEDEN BESTEMMINGSPLAN)

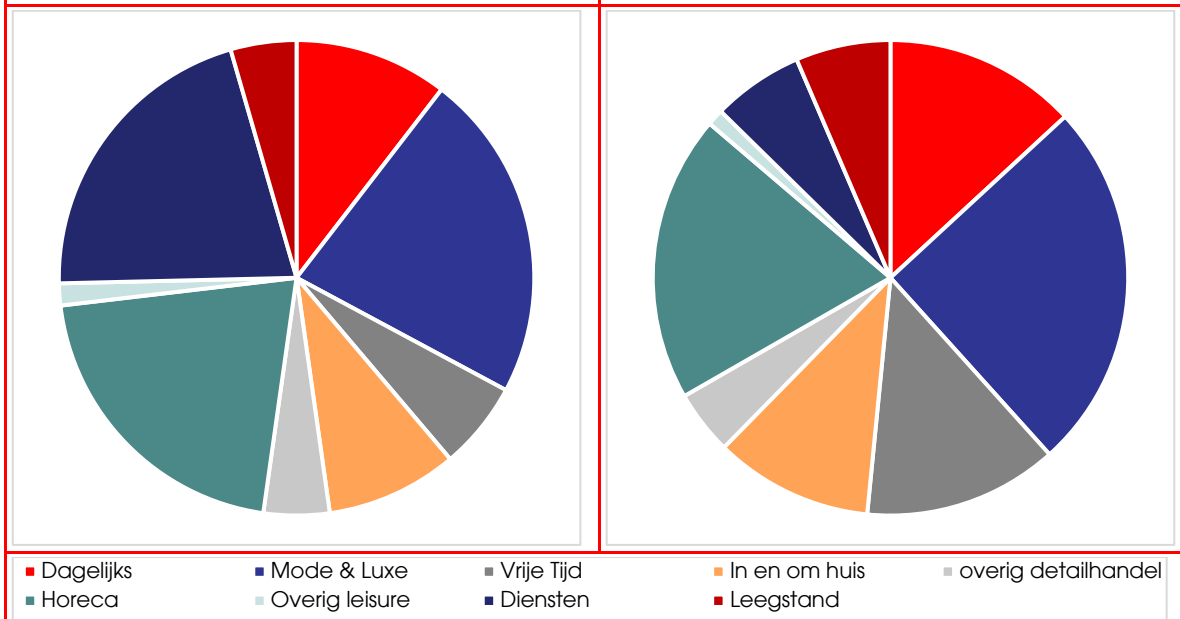
MAXIMAAL SUPERMARKTEN	5.406 M² BVO
MAXIMAAL OVERIG DAGELIJKSE DETAILHANDEL	1.564 M² BVO
MAXIMAAL NIET-DAGELIJKSE DETAILHANDEL	4.026 M² BVO
HORECA	5.471 M² BVO
LEISURE (INCL. BIOSCOOP)	20.908 M² BVO
SPORT	2.056 M² BVO

FACTSHEET DORPSCENTRUM GROU

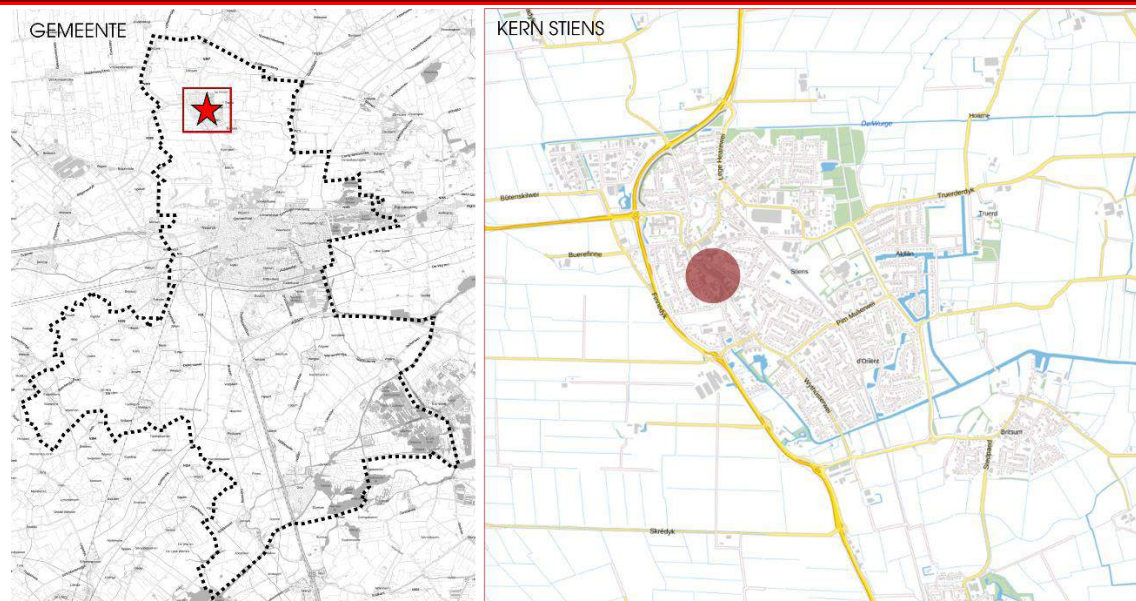


ENKELE KENMERKEN

TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	68
TOTAAL AANTAL M ² WVO	7.185 M ² WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M ² WVO)	67%
LEEGSTAND (VKP / M ² WVO)	3 VKP / 464 M ² WVO
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING M ² WVO

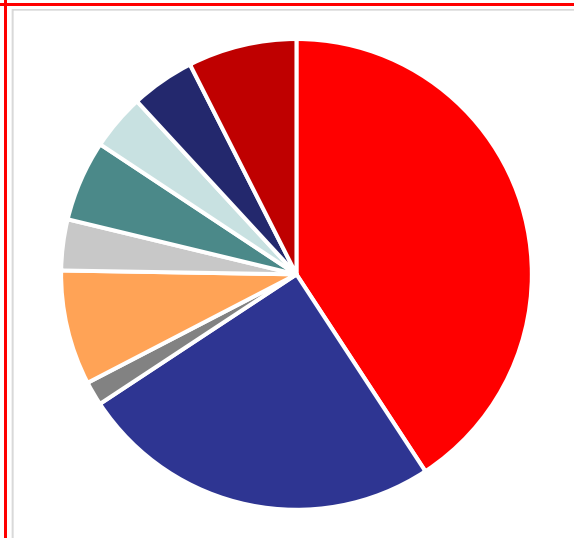
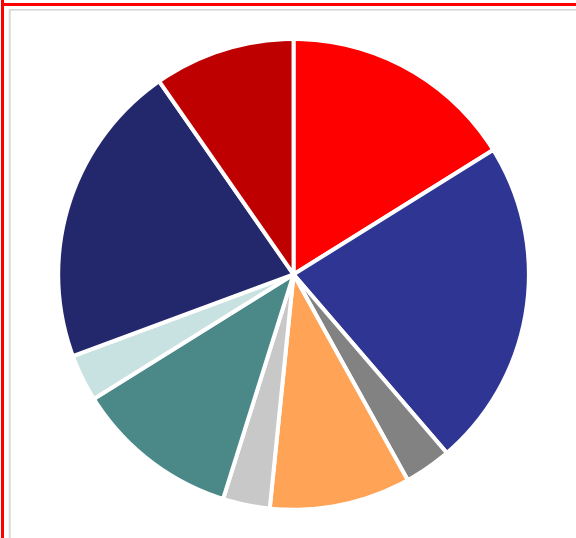


FACTSHEET DORPSCENTRUM STIENS



ENKELE KENMERKEN

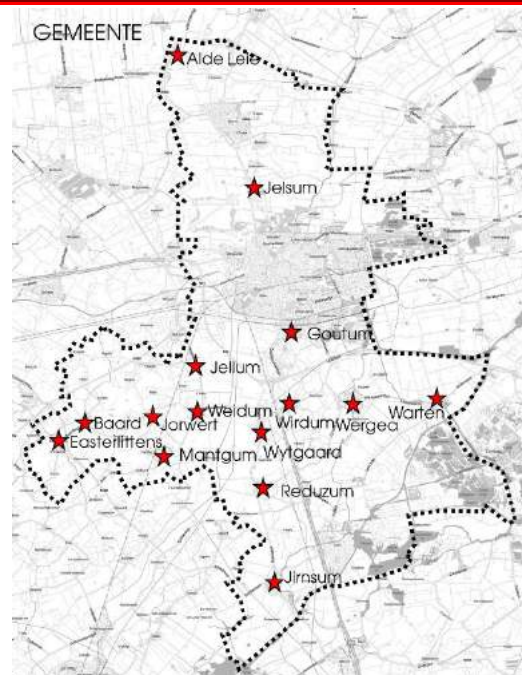
TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	63
TOTAAL AANTAL M ² WVO	9.982 M ² WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M ² WVO)	79%
LEEGSTAND (VKP / M ² WVO)	6 VKP / 746 M ² WVO
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING M ² WVO



■ Dagelijks ■ Mode & Luxe ■ Vrije Tijd ■ In en om huis ■ overig detailhandel
■ Horeca ■ Overig leisure ■ Diensten ■ Leegstand

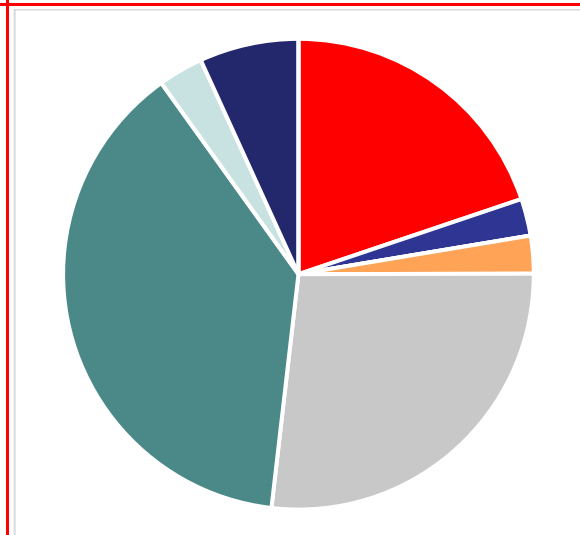
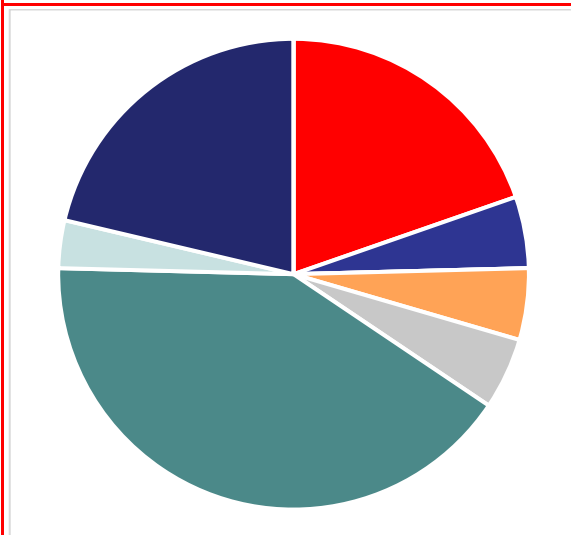
FACTSHEET OVERIGE DORPEN

O.A. MANTGUM, WERGEA EN WIRDUM, MAAR OOK DORPEN MET NOG MINDER AANBOD



ENKELE KENMERKEN

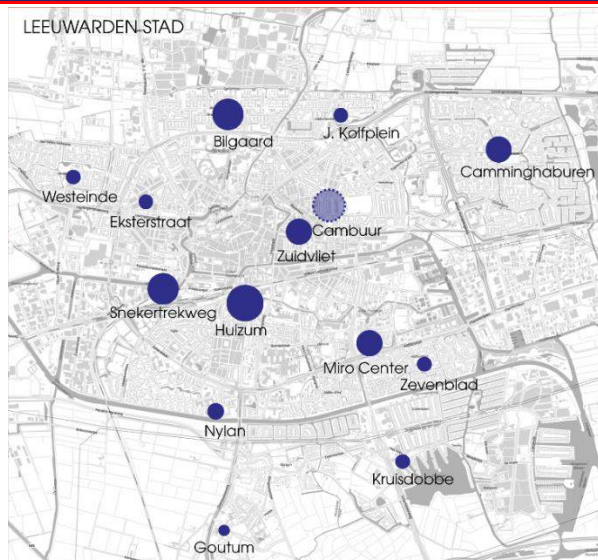
TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	61
TOTAAL AANTAL M² WVO	6.633 M² WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M² WVO)	52%
LEEGSTAND (VKP / M² WVO)	0 VKP / 0 M² WVO
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING M² WVO



■ Dagelijks
 ■ Mode & Luxe
 ■ Vrije Tijd
 ■ In en om huis
 ■ overig detailhandel
■ Horeca
 ■ Overig leisure
■ Diensten
■ Leegstand

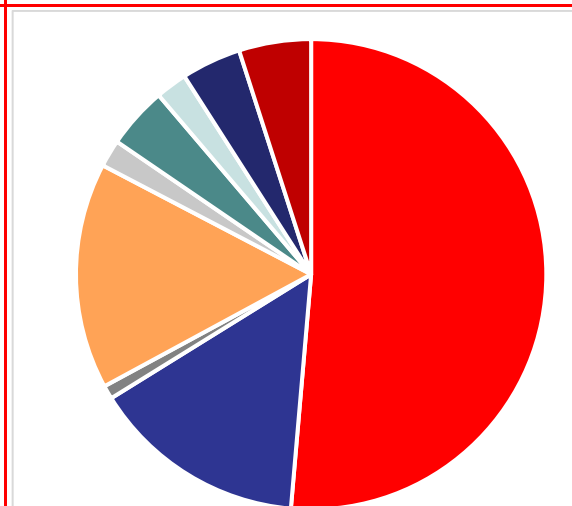
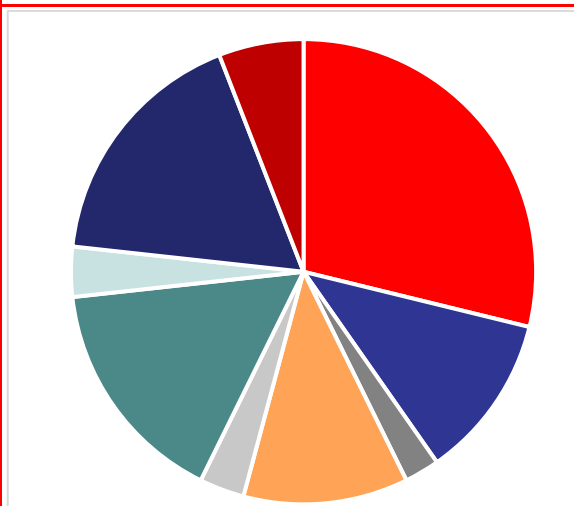
FACTSHEET ONDERSTEUNENDE CLUSTERS

(WIJK- EN BUURTCENTRA + AANBOD KLEINE DORPEN)



ENKELE KENMERKEN

AANTAL CLUSTERS	13 BUURT + WIJK
TOTAAL AANTAL VERKOOPPUNTEN	288
TOTAAL AANTAL M ² WVO	64.281 M ² WVO
GEMIDDELDE MAAT PER CLUSTER (VKP / M ²)	22 VKP / 4950 M ² WVO
AANDEEL DETAILHANDEL (/ TOTAAL M ² WVO)	85%
LEEGSTAND (VKP / M ² WVO)	17 VKP / 3.186 M ² WVO
VERDELING VERKOOPPUNTEN	VERDELING M ² WVO



■ Dagelijks
 ■ Mode & Luxe
 ■ Vrije Tijd
 ■ In en om huis
 ■ overig detailhandel
■ Horeca
 ■ Overig leisure
■ Diensten
■ Leegstand

BIJLAGE 1 BEGRIPPEN

Bedrijfsoppervlakte (BVO)

De bedrijfsvloeroppervlakte (BVO) is de totale vloeroppervlakte van een kantoor, winkel, bedrijf of voorziening met inbegrip van de daartoe behorende magazijnen en overige dienstruimten.

Dagelijkse sector

Winkels in Levensmiddelen en Persoonlijke Verzorging. Dit betreffen onder meer supermarkten, versspeciaalzaken, drogisterijen, parfumeries en apotheken.

Diensten

Tot de Diensten behoren den hoofdbranches Verhuur, Ambacht, Financiële instelling en Particuliere dienstverlening. Hiertoe vallen de volgende verkooppunten: Videotheek, Autoverhuur, Rijkwielverhuur, Gereedschap verhuur, Verhuur Overig, Edelsmid, Schoenreparatie/Sleutels, Kapper, Tattoo/Piercing, Schoonheidsspecialist, Kledingreparatie, Stoffeerderij, Kleermaker, Pottenbakker, Electro reparatie, Drukwerk, Foto-ontwikkelen, Dierentrimsalon, Lijstenmaker, Ambacht overig, Financiële intermediair, Verzekeringswerk, Bank, Postkantoor, Bellen/Internet, Fotostudio, Makelaardij, Autowasserij, Autopoetsbedrijf, Fietsenstalling, Stomerij/Wassalon, Reisbureau, Uitzendbureau, Uitvaart, Diensten overig.

Horeca

De Nederlandse horeca omvat de volgende sectoren (indeling Horeca DNA, bij Locatus valt het allemaal onder de hoofdbranche Horeca):

- *Drankensector:* Café/Bar, Discotheek, Coffeecorner, Kiosk, Horeca bij recreatiebedrijf of sportaccommodatie, Strandbedrijf, Ontmoetingscentrum, Zalen-/Partycentrum
- *Fastservicesector:* IJssalon, Cafeteria/Snackbar, Fastservicerestaurant, Shoarmazaak, Lunchroom, Pannenkoekenrestaurant, Restauratie, Spijsverstrekkers (hieronder vallen met name afhaalbedrijven die (beperkt) zijn ingericht voor verbruik ter plaatse. Denk hierbij aan toko's en afhaalchinezen.)
- *Restaurant sector:* Bistro, Pizzeria, Restaurant, Café-restaurant, Wegrestaurant

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied of naar online kanalen.

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtoevloeiing

Aandeel van de omzet die van bewoners komt die buiten een bepaald gebied wonen.

Leegstand

Een unit/verkooppunt/pand met een commerciële bestemming, zonder dat daar een functie is gevestigd. Een leegstaand pand kan in het verleden een winkel zijn geweest, maar ook een andere functie hebben gehad (zoals bijvoorbeeld een ambacht, horeca of dienstverlening). Ook bij eventuele invulling van het pand kunnen naast een winkel ook andere functies gevestigd worden.

Leisure

Leisure is een brede term voor verschillende commerciële functies. Door Locatus is de groep uitgesplitst naar drie branches: Horeca, Cultuur en Vermaak. Onder Cultuur valt o.a. de bibliotheek, bioscoop, museum en theater. Vermaak betreffen functies als een pretpark, bowlingbaan, sauna en zwembad.

Locatus

Locatus is een onafhankelijke commerciële dienstverlener die informatie verzamelt over alle winkels en consumentgerichte, dienstverlenende bedrijven. Veldwerkers bezoeken en onderzoeken jaarlijks alle winkelgebieden in de Benelux. De verzamelde gegevens, zoals (winkel)naam, winkelverkoopvloeroppervlak en branche worden geregistreerd in de database. Er wordt daarnaast ook een indeling in winkelgebieden aan gekoppeld en winkelgebieden worden geclassificeerd.

Marktruimte (o.b.v. distributieve berekening)

Een veelgebruikt rekeninstrument om het huidige functioneren en eventuele indicatieve markt voor detailhandel in de toekomst te kunnen duiden is de distributieve berekening. Hierin wordt het huidige gevestigde aanbod in een specifieke branche (bijvoorbeeld dagelijkse detailhandel) in een afgebakend gebied vergeleken met het landelijke gemiddelde. Daarbij wordt de gemiddelde vloerproductiviteit berekend van het in het gebied gevestigde aanbod. Het verschil tussen de gerealiseerde vloerproductiviteit en de landelijke gemiddelde vloerproductiviteit bepaalt of de desbetreffende branche boven- of ondergemiddeld functioneert. Het verschil tussen de gerealiseerde en gemiddelde vloerproductiviteit kan worden opgevat als indicatieve uitbreidingsruimte, dan wel overaanbod.

Niet-dagelijkse Sector (regulier)

Winkels in Mode & Luxe, Vrije Tijd en Elektronica. Dit betreffen de branches warenhuizen, kleding & mode, schoenen en lederwaren, huishoudelijke & luxe artikelen, juwelier & optiek, antiek & kunst, sport & spel, hobby, media en bruin &

witgoed. Deze branches treffen we gewoonlijk aan in de centrale en ondersteunende winkelgebieden.

PDV (perifere detailhandelsvestigingen)/ Volumineuze detailhandel

Perifere detailhandelsvestigingen zijn winkels die vanwege hun aard en omvang over het algemeen niet in de traditionele winkelcentra (binnenstad, buurt- en wijkcentra) gevestigd kunnen worden. Het gaat hierbij vooral (en niet uitsluitend) over de volumineuze aard van de goederen. Deze benadering van perifere winkels is vanuit het voormalige rijksbeleid ingestoken en dus met name branchegericht. Veelvoorkomende branches zijn; auto's, boten en caravans (ABC), bouwmarkten, tuincentra en detailhandel in woninginrichting.

Verblijfsgebied

Waar we in het verleden spraken over winkelgebieden, worden dit steeds meer verblijfsgebieden. De functie winkelen wordt minder belangrijk en dit biedt ruimte voor horeca en andere leisurfuncties. Een prettig verblijf staat voorop. We gaan van winkelgebieden waar transacties het hoofddoel vormden, naar verblijfsgebieden waar attractie en vermaak de belangrijkste doelen zijn.

Vloerproductiviteit

De vloerproductiviteit (omzet in € per m² wvo) is een veelgebruikt kengetal om het functioneren van een winkel inzichtelijk te maken.

Winkelvloeroppervlakte (WVO)

De winkelvloeroppervlakte betreft de winkeloppervlakte die in gebruik is voor de directe verkoop van goederen. Het betreft de voor de klant toegankelijke verkoopruimte van de winkel, oftewel de totale bedrijfsvloeroppervlakte minus eventueel kantoor-, personeels- en magazijnruimte, toiletten etc.

BIJLAGE 2 SWOT-ANALYSE PROVINCIE FRIESLAND 2019

De uitkomsten van de SWOT-analyse van de provincie Friesland (voor de winkelgebieden in Leeuwarden die zijn meegenomen) ziet er als volgt uit:

WINKELGEBIED		
LEEWARDEN BINNENSTAD	Sterktes	Zwaktes
	Groot en gevarieerd aanbod Goede parkeervoorzieningen Historie/cultuur Studentenstad	Leegstand Uitstraling sommige delen binnenstad Verrommeling aan uiteinden
	Kansen	Bedreigingen
	Optimaliseren website en sociale media Compacter winkelgebied Wonen boven winkel	Te veel lege panden tussen winkelpanden
LEEWARDEN BILGAARD	Sterktes	Zwaktes
	Goede trekkers dagelijks en niet-dagelijks Supermarkten van juiste oppervlakte Goed bereikbaar Daghoreca en terrassen aanwezig	Veel leegstand Relatief weinig parkeerplaatsen bij Aldi Passage functioneert matig
	Kansen	Bedreigingen
	Hema beter zichtbaar maken Instagram en Facebook benutten	Leegstand binnenzijde
LEEWARDEN CAMBUURPLEIN	Sterktes	Zwaktes
	Volledig dagelijks en frequent benodigd aanbod Goed bereikbaar Groot parkeerterrein	Online zichtbaarheid Verouderde uitstraling zonder sfeer
	Kansen	Bedreigingen
	Eigen website Ontwikkeling stadiongebied Bevolkingsprofiel	Ontwikkeling stadiongebied Verplaatsing Aldi

LEEWARDEN CAMMINGHABUREN	Sterktes	Zwaktes
	Volledig dagelijks aanbod Goed bereikbaar Aanvullende voorzieningen Facebookpagina Actieve ondernemersvereniging	Parkeren Route met kar naar supermarkten
	Kansen	Bedreigingen
	Online zichtbaarheid optimaliseren	Afnemend draagvlak
LEEWARDEN J. KOLFPLEIN	Sterktes	Zwaktes
	Bereikbaarheid Moderne supermarkt Geen leegstand	Online zichtbaarheid Beperkt overig aanbod
	Kansen	Bedreigingen
	Online vindbaar worden Veel jongeren (West)	Beperkt draagvlak wijk Vergrijzing (Oost)
LEEWARDEN MIRO CENTER	Sterktes	Zwaktes
	AH XL Eind 2019 compleet nieuw Goed bereikbaar	Online vindbaarheid Verdeling parkeren rond het centrum
	Kansen	Bedreigingen
	Gezamenlijke website en social media	Onvoldoende kwalitatieve parkeerplaatsen Ontwikkeling Leeuwarden West (verduidelijking BSP: WTC terrein)
LEEWARDEN HUIZUM (SCHRANS)	Sterktes	Zwaktes
	Goede trekkers niet-dagelijks Compleet aanbod Goed bereikbaar Facebookpagina Parkeren voor de deur	Website Uitstraling grote parkeerterrein Passages vanaf parkeerterrein
	Kansen	Bedreigingen
	Gezamenlijke website Betere uitstraling en sfeer, met name vanaf passages Betere verbinding met centrum	Te kleine supermarkt
	Sterktes	Zwaktes

LEEWARDEN ZUIDVLIET (HET VLIET)	Goed bereikbaar	Geen eenheid, niet herkenbaar als winkelgebied Veel niet-winkel functies
	Kansen	Bedreigingen
	Samenwerking ondernemers	Verdere leegstand Verloedering Groei online winkelen
LEEWARDEN WESTEINDE	Sterktes	Zwaktes
	Bereikbaarheid Aanwezigheid overige voorzieningen Geen leegstand	Parkeren rommelig Te kleine supermarkten Online zichtbaarheid
	Kansen	Bedreigingen
	Online vindbaar worden Eén volwaardige supermarkt	Beperkt consumentendraagvlak wijk Vergrijzing Te beperkt aanbod
LEEWARDEN NIJLÂN	Sterktes	Zwaktes
	Goede Lidl; enige in Leeuwarden Zuid Enig aanbod aanvullend dagelijks Centraal in de wijk gelegen	Uitstraling Sterk verouderd en vies (passage) Samenwerking ondernemers
	Kansen	Bedreigingen
	Website en social media	Vergrijzing in de wijk Beperkt draagvlak
LEEWARDEN DE CENTRALE	Sterktes	Zwaktes
	Groot aanbod Voldoende parkeerplaatsen Regionale trekkers	Inrichting openbare ruimte Sfeer
	Kansen	Bedreigingen
	Uitbreidingsmogelijkheden Website en social media Relatie met binnenstad	Groei online aankopen
LEEWARDEN ZEVENBLAD	Sterktes	Zwaktes
	2 supermarkten Goed bereikbaar Overige voorzieningen	Parkeren overzichtelijk, maar oogt rommelig (met name bij Poiesz)
	Kansen	Bedreigingen

	Betere inrichting openbare ruimte	Verdere Verrommeling van de omgeving
GROU	Sterktes	Zwaktes
	Supermarkten aanwezig Sterk en gevarieerd overig aanbod Sterke ondernemersvereniging Weinig leegstand	Zichtlijnen Parkeerroutes en -locaties centrum Presentatie en profilering winkels
	Kansen	Bedreigingen
	Website versterken Online zichtbaarheid winkels verhogen Entree/Poort winkelgebied	Groei online winkelen Vergrijzing en ontgroening
STIENS	Sterktes	Zwaktes
	Sterk supermarktaanbod Gevarieerd overig aanbod Sterke ondernemersvereniging Weinig leegstand	Aanbod verspreid over dorp/centrum Slechte zichtrelaties Presentatie en profilering winkels
	Kansen	Bedreigingen
	Website ontwikkelen Relaties in centrum verbeteren Oplossen structurele leegstand Samenwerking	Groei online winkelen Storende leegstand gemeentehuis Vergrijzing

TABEL 3 UITKOMSTEN SWOT-ANALYSE PROVINCIE FRIESLAND 2019

Bron: SWOT-analyse 71 winkelgebieden, Provincie Friesland, Broekhuis Rijs Advisering (2019)

BIJLAGE 3 DISTRIBUTIEVE TOETS

Door middel van een distributieve berekening (DPO) kan zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een indicatieve uitspraak worden gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden van het detailhandelsaanbod. Kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden van het aanbod kunnen worden verklaard door een te verwachten groei van het bevolkingsdraagvlak, door een bovengemiddeld functioneren van het huidige aanbod en/of door een groei in ambitie: een hogere, maar wel te verantwoorden binding en toevloeiing. Ook een combinatie hiervan kan een "driver" zijn achter de ontwikkelingsmogelijkheden. Anderzijds kan een negatieve marktruimte worden veroorzaakt door een momenteel (al) relatief matig functionerend aanbod. Dit kan veroorzaakt worden door bijvoorbeeld de toename van online bestedingen, een te groot aanbod voor de behoefte of veel afvloeiing naar elders (of een combinatie van).

Voor de distributieve toets maken we gebruik van de volgende kengetallen en cijfers:

- **Bevolking.** In de huidige situatie wonen er 123.107 mensen in de gemeente Leeuwarden (CBS 2019, meest recente cijfers). Voor 2025 hanteren we de gemeentelijke prognose. Daarmee wonen er in 2025 naar verwachting 125.800 mensen in de gemeente.
- **Bestedingscijfers.** De meest recente bestedingscijfers zijn gepubliceerd in het document omzetkengetallen 2018 (INretail en Panteia). Deze cijfers zijn gebaseerd op de meest recente kennis over bestedingen per branchegroep. Voor de bestedingen in 2025 hanteren we twee scenario's. Het maximum scenario waarin we de bestedingen in fysieke winkels constant veronderstellen (combinatie met maximale binding) en waarvan we ervan uit gaan dat de bestedingen in fysieke winkels met 5% af nemen door de toename van online bestedingen (combinatie met minimale binding).

	DAGELIJKS	MODE & LUXE	VRIJE TIJD	IN EN OM HUIS
Bestedingscijfer per jaar per hoofd in €	€ 2.619	€ 831	€ 229	€ 917
Bestedingscijfer 2025 afname 5% punt (minimum)	€ 2.488	€ 789	€ 218	€ 871
Vloerproductiviteit (€ / m ² per jaar)	€ 7.604	€ 2.427	€ 1.902	€ 1.377

TABEL 4 BESTEDINGSCIJFERS EN VLOERPRODUCTIVITEIT DETAILHANDELSBRANCHES
Bron: Omzetkengetallen 2018 (meest recente cijfers), INretail en Panteia

- **Inkomensniveau.** Het inkomensniveau van de gemeente Leeuwarden ligt ca. 11,5% lager dan het landelijk gemiddelde. De bestedingscijfers zullen

worden gecorrigeerd naar het gemiddeld lagere inkomen dat de inwoners hebben. Voor de dagelijkse sector gebeurt dit met een prijselasticiteit van 0,4, voor de niet dagelijkse sectoren Mode & Luxe, Vrije Tijd en In en Om het huis met een prijselasticiteit van 0,7.

- **Koopstromen.** In 2017 is er een koopstromenonderzoek uitgevoerd voor de gehele provincie Friesland (door Broekhuis Rijs Advisering). Doordat o.a. de gemeentegrenzen sinds 2017 zijn gewijzigd, de koopstromen zijn berekend op niveau van kernen (en niet gemeenten), de toevloeiing voor de dagelijkse niet bekend is en doordat de analyses de niet-dagelijkse detailhandel niet verder uitsplitsen biedt dit koopstromenonderzoek onvoldoende houvast voor een distributieve toets op gemeenteniveau. Wel kunnen we de kennis vanuit deze gegevens gebruiken als een van de informatiebronnen om tot gegronde koopstromen te komen. De andere informatiebronnen waar we ons op baseren zijn vergelijkbare gemeentes (in inwonertallen en functie) de koopstromenonderzoeken voor de Randstad (2018) en Oost Nederland (2019), en informatie van winkeliers in Leeuwarden. Op basis van deze informatie gaan we uit van de volgende kooporiëntaties voor de gemeente Leeuwarden. We veronderstellen de koopstromen als constant voor 2025:

	DAGELIJKS	MODE & LUXE	VRIJE TIJD	IN EN OM HUIS
Koopkrachtbinding	90 – 95%	55 – 60%	60 – 65%	65 – 70%
Koopkrachttoevloeiing	10%	40%	30%	30%

TABEL 5 MARGES KOOPSTROMEN

Bron: o.b.v. Koopstromen Randstad 2018, Oost Nederland 2019, Koopstromenonderzoek Friesland 2017 en informatie retailers.

- **Vloerproductiviteit.** Net als de bestedingscijfers zijn ook de meest recente cijfers voor de gemiddelde vloerproductiviteit gepubliceerd in het document omzetkengetallen. Deze zijn opgenomen in tabel 5).
- **Huidig bestaande aanbod.** Dit zijn de meters zoals opgenomen zijn in Locatus.

PARAMETER	DAGELIJKS		MODE & LUXE		VRIJE TIJD		IN EN OM HUIS	
	HUDIG	2025	HUDIG	2025	HUDIG	2025	HUDIG	2025
Inwoners	123.107	125.800	123.107	125.800	123.107	125.800	123.107	125.800
Bestedingen per hoofd in €	€ 2.619	€ 2.488 – 2.619	€ 831	€ 789 - 831	€ 229	€ 218 - 229	€ 917	€ 871 – 917
Bestedingspotentieel in € mln.	€ 322	€ 313 - 329	€ 102	€ 99 – 105	€ 28	€ 27 – 29	€ 113	€ 110 – 115
Bestedingspotentieel in € mln., incl. inkomenscorrectie	€ 308	€ 299 - 314	€ 94	€ 91 – 96	€ 26	€ 25 – 26	€ 104	€ 101 – 106
Koopkrachtbinding	90 - 95%	90 - 95%	55 – 60 %	55- 60%	60 - 65%	60 - 65%	65 - 70%	65 - 70%

Gebonden bestedingen in € mln.	€ 277 - 292	€ 269 - 299	€ 52 - 56	€ 50 - 58	€ 16 - 17	€ 15 - 17	€ 67 - 73	€ 65 - 74
Koopkrachtoevloeiing	10%	10%	40%	40%	30%	30%	30%	30%
Omzet door toevloeiing in € mln.	€ 31 - 32	€ 30 - 33	€ 34 - 38	€ 33 - 38	€ 7	€ 6 - 7	€ 29 - 31	€ 28 - 32
Totale bestedingen in € mln.	€ 308 - 325	€ 299 - 332	€ 86 - 94	€ 84 - 96	€ 22 - 24	€ 22 - 25	€ 96 - 104	€ 94 - 106
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m² wvo	€ 7.604	€ 7.604	€ 2.427	€ 2.427	€ 1.902	€ 1.902	€ 1.377	€ 1.377
Gerealiseerde vloerproductiviteit/ functioneren	€ 5.675 - 5.991	€ 5.509 - 6.122	€ 1.687 - 1.840	€ 1.637 - 1.881	€ 1.419 - 1.537	€ 1.380 - 1.570	€ 716 - 771	€ 695 - 787
Haalbaar aanbod in m² wvo	40.451 - 42.698	39.268 - 43.632	35.529 - 38.758	34.471 - 39.606	11.682 - 12.655	11.364 - 12.932	69.998 - 75.382	67.941 - 77.031
Aanbod (Locatus)	54.198	54.198	51.112	51.112	15.663	15.663	134.697	134.697
Marktruimte in m² wvo	-13.747 - -11.500	-14.930 - -10.566	-15.583 - -12.354	-16.641 - -11.506	-3.981 - -3.008	-4.299 - -2.731	-64.699 - -59.315	-66.756 - -57.666
Functioneren t.o.v. landelijk	-25% - -21%	-28% - -19%	-30% - -24%	-33% - -23%	-25% - -19%	-27% - -17%	-48% - -44%	-50% - -43%

TABEL 6 DISTRIBUTIEVE TOETS GEMEENTE LEEUWARDEN