

ONTWERP RETAILVISIE GEMEENTE LEEUWARDEN **VISIE EN BELEID**

20 SEPTEMBER 2021



ONTWERP RETAILVISIE GEMEENTE LEEUWARDEN VISIE EN BELEID

20 SEPTEMBER 2021

Status:
Definitief

Datum:
20 september 2021

Een product van:
Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1H
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 Visie Beleid 060821DEF

INLEIDING	7
VISIE EN BELEID IN EEN NOTENDOP	9
DEEL A AMBITIES, VISIE EN BELEID	12
1 AMBITIE VOOR RETAIL IN LEEUWARDEN	13
2 VISIE OP DE RETAILSTRUCTUUR	16
2.1 VISIE OP DE RETAILSTRUCTUUR	
2.2 DE JUISTE FUNCTIE OP DE JUISTE PLAATS	
3 BELEIDSLIJN	26
3.1 BELEIDSINSTRUMENTEN T.B.V. GEZONDE EN TOEKOMSTBESTENDIGE RETAILSTRUCTUUR	
3.2 REDUCTIE BUITEN HOOFDSTRUCTUUR NOODZAKELIJK	
4 GEBIEDSPROFIELEN	32
BIJLAGE 1 BEGRIPPEN	
BIJLAGE 2 HORECANOTA GEMEENTE LEEUWARDEN	

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 de WTC-ontwikkeling aan de andere kant van de stad. Deze verhuizing gaat gepaard met toevoeging van grootschalige detailhandel en (grootschalige) leisure. Ook is de uitbreidingswens van GDV cluster de Centrale van 12.000 m² bvo inmiddels vergund en in aanbouw. 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:



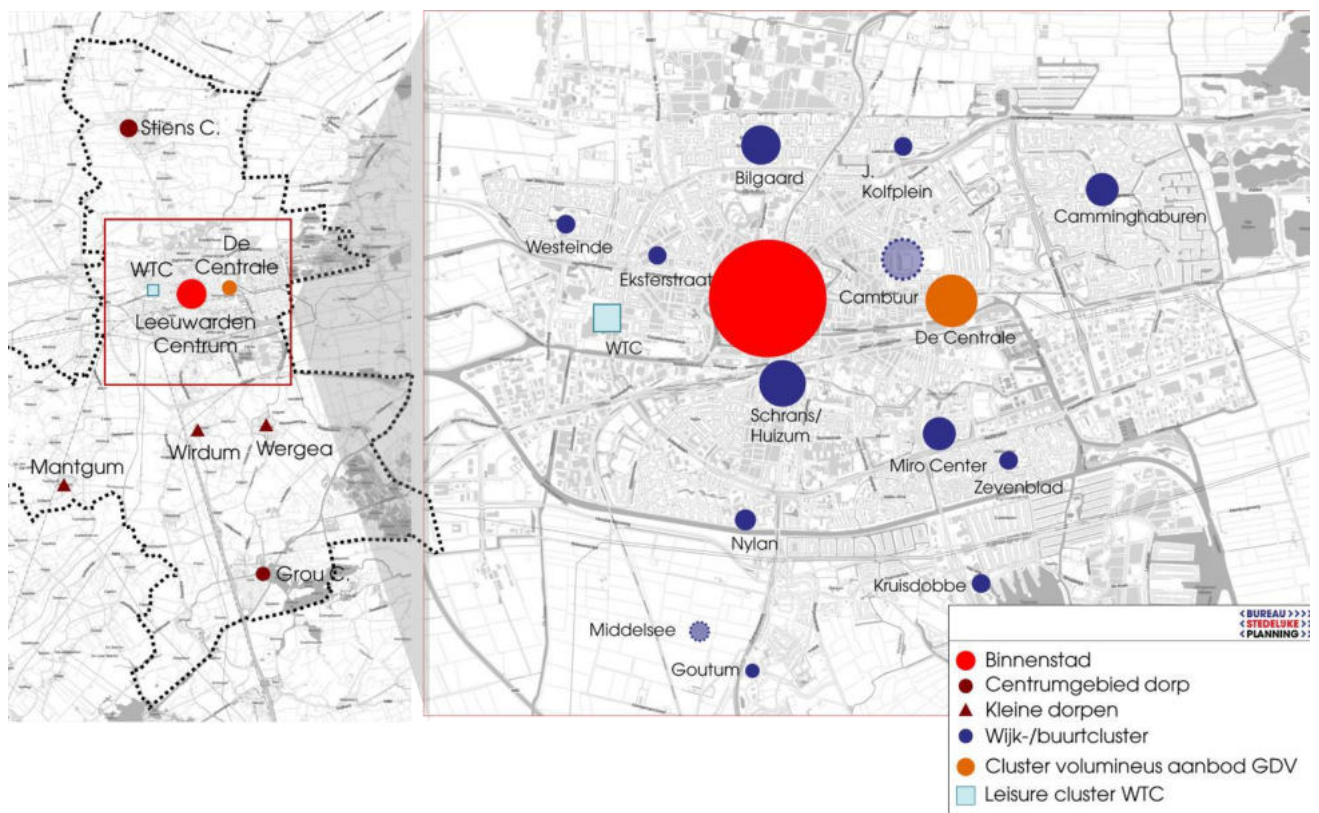
Binnen retail is detailhandel nog steeds de grootste sector. In Leeuwarden valt 47% van de verkooppunten en 74% van de meters onder detailhandel. Het is tegelijkertijd ook de sector met die het meest onderhevig is aan veranderend consumentengedrag. Detailhandel maakt door deze problematiek steeds meer 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.

VISIE EN BELEID IN EEN NOTENDOP

Binnen de gemeente Leeuwarden zijn er verschillen in het functioneren van de retail, per type gebied, maar ook binnen (centrum)gebieden. We gaan voor een vitale en aantrekkelijke structuur voor alle inwoners. Er is binnen de gewenste structuur op basis van functie en maatvoering het volgende onderscheid gemaakt:



FIGUUR 2 GEWENSTE RETAILSTRUCTUUR

Samengevat kent het nieuwe beleid de volgende hoofdlijnen:

- Clusters onderdeel van de gewenste retailstructuur gelden als het zogenaamde toernooiveld en binnen deze gebieden geldt de grondhouding voor initiatieven 'ja, mits'.
- Initiatieven dienen bij te dragen aan de versterking van de gewenste structuur in de gemeente Leeuwarden.
- Nieuwe clusters van retailfuncties buiten de genoemde structuur zijn niet gewenst.
- Initiatieven die voorzien in de realisering of uitbreiding van verspreid (of solitair) gevestigd detailhandelsaanbod zijn niet mogelijk.

Centrale keuze is dat we volledig inzetten op de bestendinging en versterking van de vitale onderdelen van de retailstructuur. Voor alle typen retailfuncties kunnen we een onderscheid maken of die functie primair een bovenlokale, lokale of dorps- of wijkverzorgende functie heeft. Insteek is dat de juiste functie op de juiste plaats landt.

De volgende uitwerking voor initiatieven is leidend:

- Binnen de gewenste retailstructuur is er sprake van een toernooiveld. Hier is binnen de kaders veel mogelijk. Om de gewenste retailstructuur te laten floreren is buiten de structuur sprake van strikt beleid.
- De binnenstad zit nooit 'op slot' voor winkel-, horeca- of leisure concepten. Mocht fysieke inpassing niet mogelijk zijn, dan kan binnen de heldere hiërarchie naar een alternatieve locatie binnen de gemeente Leeuwarden gezocht worden.
- Binnen de lokale centrumgebieden van de dorpen Stiens en Grou en de volumineuze clusters als GDV cluster De Centrale **kunnen detailhandelsinitiatieven gehonoreerd worden en nieuwe concepten ingepast**, mits ze passend zijn in de beoogde functie van het retailcluster, en passend zijn binnen de positie die het cluster binnen de structuur vervult.
- Om de bewoners, maar ook de ondernemers zekerheid te bieden, wordt er **geen medewerking verleend aan initiatieven tot nieuwe clusters van detailhandel buiten de structuur**. Ook nieuwe solitaire reguliere detailhandel (waaronder supermarkten) ontwikkelingen zijn niet gewenst. Uitzonderingen zijn 1) indien er sprake is van integrale gebiedsontwikkeling (zoals realisatie nieuwe woonwijken) en revitaliseringsopgaven (waarbij verplaatsing noodzakelijk is voor een aantrekkelijk leefmilieu) en 2) voor PDV geldt dat dit zoveel mogelijk geconcentreerd moet worden bij bestaande PDV verkooppunten (en langs de hoofdwegenstructuur).
- Voor horeca en leisure ligt de focus eveneens op het clusteren binnen de structuur. Daarbij moet eveneens gekeken worden of het beoogde initiatief past bij de functie van het retailcluster/verblijfsgebied. Buiten de structuur is er ruimte voor een **acupunctuur van horeca en leisure**. Daarbij is het belangrijk dat dit bijzondere en kwalitatieve concepten zijn, die aanhaken op bijzondere locaties (bijvoorbeeld water of natuur).
- Voor de diensten geldt dat de ambachten (zoals de kapper, stomerij en schoonheidsspecialist) een gezond perspectief hebben omdat deze (fysieke) diensten veelal geen concurrentie van online ondervinden. De meer financiële en particuliere dienstverlening verdwijnen massaal uit het straatbeeld. Clustering van de diensten is essentieel.

In de gemeente Leeuwarden geldt voor alle detailhandelsbranches dat er in 2025 een (ruim) overschot aan winkelmeters is. De urgentie van het maken van keuzes wordt alleen maar vergroot door de Coronacrisis waar we sinds maart 2020 mee te maken hebben. Om **deze reductieopgave vorm te geven moeten er keuzes gemaakt worden**:

1. Enerzijds om de bestaande (winkel)ruimte te gebruiken voor initiatieven op het gebied van o.a. horeca, en mogelijk aan de randen ook wonen en andere werkfuncties.
2. Anderzijds door zeer voorzichtig om te gaan met nieuwe (grootschalige) initiatieven, met name buiten de gewenste structuur. Daarbij ook door actief meters op ongewenste plekken buiten de structuur de bestemming detailhandel er af te halen als deze kans zich voordoet.

In de volgende hoofdstukken werken we de visie uit (hoofdstuk 1 en 2), en voorzien we deze van een beleids- en quickscan toetsingskader (hoofdstuk 3) en van profielen van de belangrijkste verblijfsgebieden met ambities.

DEEL A AMBITIES, VISIE EN BELEID



1 AMBITIE VOOR RETAIL IN LEEUWARDEN

Aan de hand van de uitgevoerde analyses en daaruit voortvloeiende overwegingen hebben we de volgende ambitie gespecificeerd voor de retailstructuur van de gemeente Leeuwarden:

1. **Duurzame structuur en ruimtegebruik.** De retailclusters moeten in omvang en samenstelling passen bij het verzorgingsgebied en de functie van het cluster. Indien het (winkel)gebied te groot of te klein is voor deze functie, is optimalisering passend. Dit kan zijn in de vorm van concentratie en transformatie van een cluster (minder meters), of door een beperkte toevoeging van meters. Een retailgebied functioneert het beste met aaneengesloten voorzieningen en maximaal een frictieleegstand.
2. Zo veel mogelijk **clusteren** van detailhandel (en andere publieksvoorzieningen). Nieuwe ontwikkelingen worden alleen toegestaan in de perspectiefrijke centra en niet op solitaire locaties. Er zijn hierin drie uitzonderingen: 1) In dorpen zonder bestaand dagelijks aanbod zijn ontwikkelingen mogelijk om de leefbaarheid in de dorpen te waarborgen, en 2) In nieuwe woongebieden met voldoende (nieuw) draagvlak worden gelijksoortige voorzieningen zoveel als mogelijk geclusterd. 3) In geval van revitalisatie van een buurt of wijk bestaat de mogelijkheid om aanbod toe te voegen ter bevordering van de leefbaarheid. Essentieel is dat clustering van verschillende voorzieningen wordt nagestreefd.
3. **Kwalitatieve versterking** van de bestaande, perspectiefrijke (centrum)gebieden binnen de structuur en het intensiveren van een gemengd aanbod aan publieksfuncties binnen deze gebieden staat boven het mogelijk maken van ontwikkelingen op nieuwe locaties. Er is ruimte voor nieuwe initiatieven (binnen de huidige afbakeningen van het gebied), herontwikkeling van vastgoed wordt aangemoedigd en er wordt geïnvesteerd in een aantrekkelijke functiemix en uitstraling van o.a. de openbare ruimte. Deze centrumgebieden zullen gaan functioneren als verblijfsgebieden in plaats van puur winkelgebieden.
4. **Binnenstad als vlaggenschip.** Binnen de huidige structuur vervullen de meeste clusters primair een functie voor de eigen inwoners van de wijk of het dorp. De uitzonderingen hierop zijn de binnenstad van Leeuwarden, de WTC-ontwikkeling en GDV cluster De Centrale. Deze hebben ook een verzorgingsfunctie voor bewoners van buiten de gemeente. Voor de historische binnenstad geldt zelfs dat deze een toeristische trekpleister is en een functie vervult voor alle inwoners van Friesland en daarmee geldt als het vlaggenschip van de gemeente. Een aantrekkelijke mix aan functies is hierbij cruciaal waarbij het de ambitie is om de reuring die nu voornamelijk gedurende de weekenden aanwezig is ook doordeweeks te creëren.



5. Vitaliteit en leefbaarheid: Optimale (dagelijkse) verzorging voor alle inwoners in de gemeente, waarbij naast het dagelijks aanbod in de wijken met name de dagelijkse voorzieningen voor de dorpen Stiens en Grou in de toekomst geborgd worden. De (toekomstige) vergrijzing maakt bewoners minder mobiel, waardoor er behoefte is aan dagelijkse voorzieningen nabij. Naast een plek voor boodschappen vormt het ook een ontmoetingsplek. De opgave is om **vitale en leefbare dorpskernen** in stand te houden en waar nodig een kwalitatieve impuls te geven. Zeker ook in de dorpen waar momenteel nog een beperkt aanbod is, worden initiatieven toegejuicht.
6. **Nieuwe gewenste ontwikkelingen moeten dan ook gestimuleerd en naar de juiste plaats geleid worden.** Binnen de grenzen van de verblijfsgebieden zijn nieuwe ontwikkelingen gewenst, ondanks dat er geen directe kwantitatieve uitbreidingsruimte aanwezig is. Juist om de centra dynamisch, van de tijd en aantrekkelijk te houden zijn kwalitatieve impulsen wel wenselijk. Hier is ruimte voor innovatieve ontwikkelingen als pop-up stores, blurring concepts, een meer multifunctionele invulling en andere deels niet te voorziene ontwikkelingen. Gewenste ontwikkelingen worden daarom omarmd en geleid naar het daarvoor best passende verblijfsgebied. Buiten de aangewezen verblijfsgebieden wordt een restrictief beleid gehandhaafd, zodat de hoofdstructuur kan floreren.
7. **Detailhandel PDV/GDV en volumineuze leisure en horeca zoveel mogelijk clusteren, zodat het elkaar versterkt.** Door ook bij het volumineuze aanbod zoveel mogelijk in te zetten op clustering ontstaat er synergie tussen de verschillende retailers. De ene woonwinkel profiteert van de andere, en het wereldrestaurant profiteert van de overdekte speelhal en de kartbaan. Niet enkel clustering is essentieel, maar ook een gezamenlijke marketing, delen van parkeerterreinen en een uitnodigende openbare ruimte dragen bij aan aantrekkelijk en goed functionerende clusters.
8. **Koester en bevorder de reeds aanwezige samenwerking** tussen de direct betrokkenen. Structurele samenwerking tussen met name ondernemers, vastgoedeigenaren en gemeente bepaalt in steeds grotere mate het succes en de ontwikkeling van centrumgebieden. Professionalisering van

samenwerkingsverbanden op verschillende schaalniveaus versterkt uiteindelijk de gewenste structuur.

Met het naleven van de bovenstaande ambities in beleidsvorming, omgang met plannen en samenwerking komen we tot gezonde vraag-aanbod verhoudingen, een goede ruimtelijke ordening, wordt (onnodige) leegstand voorkomen en worden met structurele samenwerking succesvolle retailclusters gecreëerd.

2 VISIE OP DE RETAILSTRUCTUUR

In dit hoofdstuk werken we de visie op de retailstructuur uit. Wat zijn de belangrijkste retailgebieden en welke typering kennen zij? Waar kan de modische detailhandelssector geconcentreerd worden en waar is ruimte voor (volumineuze) horeca en leisure?

2.1 VISIE OP DE RETAILSTRUCTUUR

In onderstaande figuur is de visie op de gewenste retailstructuur in de gemeente Leeuwarden weergegeven. De structuur omvat de grootste en belangrijkste clusters. Initiatieven worden bij voorkeur geleid naar en ontplooid in deze (verblijfs)gebieden.



FIGUUR 3 GEWENSTE RETAILSTRUCTUUR

Er wordt onderscheid gemaakt in zeven typen centra die als volgt getypeerd kunnen worden:

1. **Hoofdcluster Binnenstad Leeuwarden** als het recreatieve winkelhart van de provincie Friesland, het zogenaamde vlaggenschip. Dit centrum vormt het

regionale winkelhart met een mix van (inter)nationale ketens en (zelfstandig) innovatief ondernemerschap. Die positie dient te worden versterkt, ook door ruimte te maken voor leisure (in de brede zin, ofwel waaronder horeca, vermaak en cultuur) en andere functies met een grote reikwijdte.

2. **Centrumgebieden dorpen Stiens en Grou.** Hier is meer aanbod dan enkel voor de dagelijks verzorging van de inwoners nodig is. Omdat de positie van centra van deze omvang als niet-dagelijks winkelgebied echter kwetsbaar is, dient versterking hier vooral in kwalitatieve zin plaats te vinden. Daarbij hebben deze centrumgebieden een belangrijke ontmoetingsfunctie.
3. **Het aanbod in kleine dorpen** (als Wirdum en Wergea) is veelal beperkt. In sommige gevallen is er een kleine supermarkt aanwezig, veelal wel iets van horeca (ook overnachtingsmogelijkheden als een hotel) en enig ander aanbod aanwezig. Het directe draagvlak in deze kleinere dorpen is veelal beperkt, waardoor de jaren heen het retailaanbod beperkter is geworden. Initiatieven in deze dorpen moeten in principe worden aangemoedigd, indien dit ten goede komt van de leefbaarheid van de inwoners.
4. **Ondersteunende wijk- en buurtstructuur** met de ondersteunende clusters als de Bilgaard, Huizum/Schrans en Camminghaburen. In deze clusters is inzetten op behoud aan de orde. Versterking in kwantitatieve zin van het dagelijkse aanbod is alleen mogelijk als het past bij het draagvlak van het verzorgingsgebied. Kwalitatieve versterking en meer diversiteit (minder detailhandel, meer horeca en ambachten) zijn altijd gewenst, zeker als dit een verbetering van de verblijfskwaliteit betekent. Toekomstig cluster in de Middelsee zal door de unieke ligging aan het water naast een regulier boodschappenaanbod een ruimer horeca aanbod kennen dat een gemiddeld wijkcluster.
5. **Het perifere aanbod zoveel mogelijk concentreren.** Volumineus aanbod dient zoveel mogelijk geconcentreerd te worden, o.a. op bedrijventerrein de Zwette en langs de hoofdwegenstructuur waar momenteel al een ruim aanbod gevestigd is. Brancheverruiming is niet gewenst. Wel kan er meer ingezet worden op clustering, het verbeteren van de verblijfskwaliteit en eventueel grootschalige leisurefuncties (niet passend binnen centra) toe te staan.
6. **De Centrale als GDV-cluster.** Op De Centrale volumineus aanbod is geclusterd. De branchering is opvallend voor dit type cluster, waar normaliter enkel volumineus aanbod toegestaan wordt zien we hier ook reguliere detailhandel zoals Action, Blokker en Casa. Verdere brancheverruiming is ook hier onwenselijk waarbij de nadruk blijft liggen op doelgericht winkelen. Toegestane branches (GDV en PDV) kunnen hier landen als de maatvoering te groot is om in de binnenstad te faciliteren.
7. **Leisure cluster WTC-ontwikkeling.** Binnen de WTC-ontwikkeling wordt gestreefd naar een geïntegreerd stadioncomplex waarin naast voetbal ook andere leisure functies worden ondergebracht. Door het al ruime aantal clusters in Leeuwarden is het van groot belang om de WTC-ontwikkeling als een grootschalig leisure centrum te (blijven) profileren dat een aanvulling is op de andere verblijfsgebieden van Leeuwarden en kan zorgen voor de nodige

synergie. Door de ontwikkeling van volumineuze horeca en leisure concepten is die richting een aantrekkelijke en kansrijke positionering.

Binnen deze clusters kunnen initiatieven gehonoreerd worden en nieuwe concepten ingepast, mits ze passend zijn in de beoogde functie van het gebied, passend zijn binnen de positie die het retailgebied in de structuur vervult en binnen de grenzen in branchering en maatvoering voor dat cluster past.

BUITEN DE STRUCTUUR >>

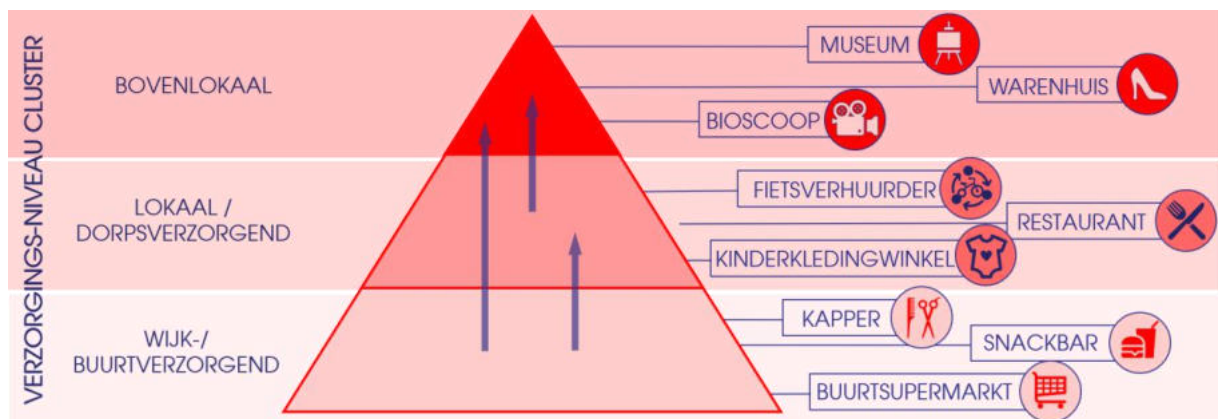
Daarnaast vallen er nog enkele clusters of solitaire verkooppunten buiten de hoofdstructuur. Dat winkels, horeca en andere verkooppunten geen onderdeel uitmaken van de structuur betekent dat ontwikkelmogelijkheden hier zeer beperkt zijn. Indien formules bijvoorbeeld wensen uit te breiden, wordt dit alleen mogelijk gemaakt indien dit samengaat met een relocatie naar een cluster binnen de structuur (en herbestemmen van de achtergelaten meters). Door hier strikt mee om te gaan wordt een toekomstbestendige verzorgingsstructuur voor de bewoners van de gemeente Leeuwarden gewaarborgd. In onderstaande paragraaf gaan we in op hoe dit verschilt per type functie.

2.2 DE JUISTE FUNCTIE OP DE JUISTE PLAATS

DE ESSENTIE VOOR HET BELEID: DE JUISTE FUNCTIE OP DE JUISTE PLAATS >>

Centrale keuze is dat we inzetten op de bestendiging en versterking van de vitale onderdelen van de retailstructuur. Voor alle typen retailfuncties kunnen we een onderscheid maken of die functie primair een bovenlokale, lokale of dorps- of wijkverzorgende functie heeft. Insteek is dat de juiste functie op de juiste plaats landt: bijvoorbeeld bovenlokale functies als een groot warenhuis en theater in binnenstad Leeuwarden (m.u.v. volumineus aanbod dat niet inpasbaar is of qua trekkracht en typering beter bij WTC-ontwikkeling past), lokale functies in de centra van Stiens en Grou of de andere dorpen en de wijk- en buurtverzorgende functies in de ondersteunende structuur meer gericht op de dagelijkse verzorging.

Daarbij geldt voor de reguliere clusters dat de hiërarchie wel van onderaf doorbroken kan worden, maar idealiter niet andersom (weergegeven door blauwe pijlen in Figuur 4). Ofwel: *Een (buurt)supermarkt kan wel landen in een lokaal, dorpsverzorgend of bovenlokaal cluster, maar een museum niet in een wijkverzorgend cluster. Een snackbar past prima in de binnenstad van Leeuwarden of het dorpscentrum van Grou, maar het grote modewarenhuis komt bij voorkeur niet in het dorpscentrum van Stiens.*



FIGUUR 4 CONCEPTUEEL MODEL 'DE JUISTE FUNCTIE OP DE JUISTE PLEK'

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Voor volumineuze retail, voornamelijk detailhandel, horeca en leisure, geldt enigszins hetzelfde, echter verschilt dat hiervoor geen wijk en buurtverzorgende concepten bestaan. Ook het aanbod lokale volumineuze functies is zeer beperkt.

Er zijn voor detailhandel enkele uitzonderingen te noemen. Zo hebben **tuincentra en met name bouwmarkten** een iets lager verzorgingsniveau dan de meeste volumineuze detailhandel en genereren zelf voldoende trekkracht. Daardoor zien we deze functies ook nu al buiten de hoofdstructuur zoals bijvoorbeeld Karwei in Leeuwarden Noord West (Meester P.J. Troelstraweg) en Intratuin (Tijnjedyk). Zij kunnen daardoor als uitzondering ook vestigen op aangewezen plekken buiten de hoofdstructuur.

DETAILHANDEL FACILITEREN BINNEN BESTAANDE CLUSTERS >>

Binnen de historische binnenstad van Leeuwarden, de lokale centrumgebieden van de dorpen Stiens en Grou en de volumineuze clusters als GDV cluster De Centrale **kunnen detailhandelsinitiatieven gehonoreerd worden en nieuwe concepten ingepast**, mits ze passend zijn in de beoogde functie van het retailcluster, en passend zijn binnen de positie die het cluster binnen de structuur vervult. Daarbij moet er rekening gehouden wordt dat clustering en meer compacte centra een doel van alle centra zijn. Dus initiatieven aan de randen moeten goed afgewogen worden.

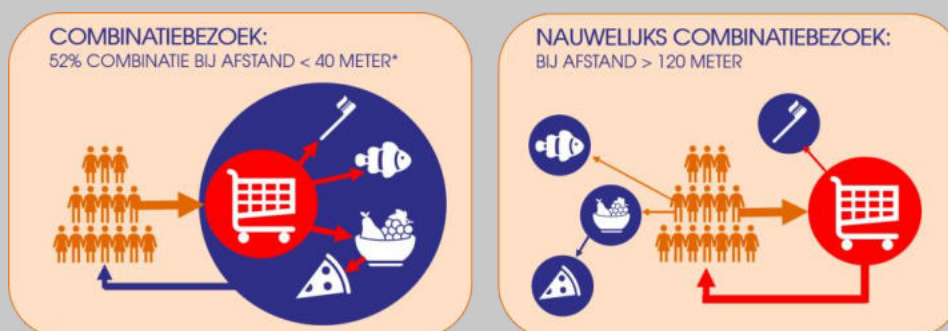
Voor de ondersteunende structuur voornamelijk gericht op de dagelijkse verzorging, te weten de verkooppunten in de dorpen buiten Stiens en Grou om en de ondersteunende clusters in Leeuwarden stad, geldt dat er ook enige ruimte is voor initiatieven. Met name als dit een kwalitatieve versterking van dat cluster betekent en er geen functiesprong beoogd wordt. Daarbij zijn ook nieuwe ontwikkelingen in de dorpen zonder of met een beperkt aanbod zeer welkom, mits ze primair een (dagelijkse) functie hebben voor de inwoners van deze dorpen.

Om de bewoners, maar ook de ondernemers zekerheid te bieden, zijn **initiatieven tot nieuwe clusters van detailhandel buiten de structuur** niet wenselijk. Ook nieuwe solitaire ontwikkelingen zijn niet gewenst. Winkelontwikkelingen dienen immers bij te dragen aan (een versterking van) de gewenste structuur en leefbaarheid voor inwoners. Dit betekent ook dat winkels buiten de structuur (en daarbij horen ook initiatieven voor nieuwe solitair gevestigde supermarkten of eigenstandig trekkende winkels) niet gewenst zijn. Een uitzondering wordt gemaakt voor initiatieven voor compacte clusters van dagelijkse verzorging voor de bewoners in nieuwbouwgebieden in de toekomst, zoals bijvoorbeeld Middelsee binnen Zuidlanden. Of in de dorpen waar momenteel geen bestaand dagelijks aanbod is en in wijken waar revitalisering gewenst is en een commerciële plint als katalysator voor verdere investeringen en modernisering dient. Als aangetoond kan worden middels onafhankelijk onderzoek dat er voldoende behoefte is voor extra dagelijks aanbod ten behoeve van de nieuwe inwoners, zonder dat ten koste gaat van bestaand aanbod, is nieuwvestiging mogelijk. Wel moet er dan gezocht worden naar clustering met bestaand aanbod (eventueel middels gezamenlijke verplaatsing).

Een uitbreiding van verspreide bewinkeling is niet gewenst. Dit geldt voor reguliere detailhandel (waaronder supermarkten), maar ook voor PDV. Uitbreiding van reeds en vaak solitair gevestigde tuincentra is aanvaardbaar als de uitbreiding qua maatvoering past bij de functie van de vestiging (geen schaa sprong) en er voldoende behoefte is. Nieuwvestiging van supermarkten, bouwmarkten of tuincentra is op solitaire locaties niet geoorloofd. Deze dienen altijd zoveel mogelijk geclusterd te worden, ten behoeve van een sterke retailstructuur en aantrekkelijke woonomgeving voor bewoners.

Omgang met initiatieven van supermarktorganisaties

'Supermarkten met grote aantrekkingskracht kunnen best zonder een centrum (verblijfsgebied), maar het centrum niet zonder de supermarkten.'



FIGUUR 5 SUPERMARKT BELANGRIJK VOOR ANDERE DAGWINKELS DOOR COMBINATIEBEZOEK
Bron: Bureau Stedelijke Planning - * percentage onderzoek dtnp

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. Supermarkten profiteren van de inhaalslag die food in de winkelstraten maakt en fungeren van oudsher als de dragers van dorps- en wijkcentra. De supermarktbranche is dynamisch, competitief en sterk onderhevig aan trends zoals gemak, duurzaamheid, gezond en online. Voor supermarktorganisaties is het belangrijk dat zij kunnen meebewegen met de consument.

Modernisering en/of optimalisatie met mogelijk een uitbreiding, zonder dat er sprake is van een functiesprong, kan worden gefaciliteerd in de gemeente Leeuwarden. Daarbij is het belangrijk dat het initiatief niet ten koste gaat van de gewenste retailstructuur en van het (omzet)perspectief van clusters elders binnen de gemeente. Het is aan de supermarktorganisatie om op basis van onafhankelijk onderzoek aan te tonen dat het initiatief aan alle genoemde voorwaarden voldoet.

Nieuwvestiging van supermarkten op solitaire locaties is niet wenselijk. Een verplaatsing van een solitaire supermarkt naar een bestaand retailcluster wordt wel toegejuicht, mits de functie van supermarkt wordt wegbestemd voor het achtergelaten pand/locatie en de supermarkt past binnen de planologische ruimte van het desbetreffende cluster.

HORECA EN LEISURE BINNEN CLUSTERS ÉN OP BIJZONDERE PLEKKEN >>

Voor horeca en leisure ligt de focus eveneens op het clusteren binnen de structuur. Horeca en leisure voorzieningen dragen bij aan een moderne, gemixte en aantrekkelijke verblijfsgebieden. Daarbij moet eveneens gekeken worden of het beoogde initiatief past bij de functie van het retailcluster/verblijfsgebied. Zo horen horeca en leisure die een gemeente overstijgende functie hebben zoveel mogelijk in de binnenstad van Leeuwarden thuis, of bijvoorbeeld bij de WTC-ontwikkeling indien ruimtelijk-functioneel niet inpasbaar in de binnenstad. Echter is hier ook in de dorpscentra ruimte voor. Met name in het centrum van Grou, dat met de ligging aan het water een belangrijke toeristische trekpleister binnen de gemeente vormt, geldt dat horecavoorzieningen goed passen. Meer lokale horeca- en leisurevoorzieningen (als een bibliotheek of fitness) kunnen landen in bijvoorbeeld het centrum van Stiens, de grotere ondersteunende clusters of de dorpen zonder echt centrumgebied.

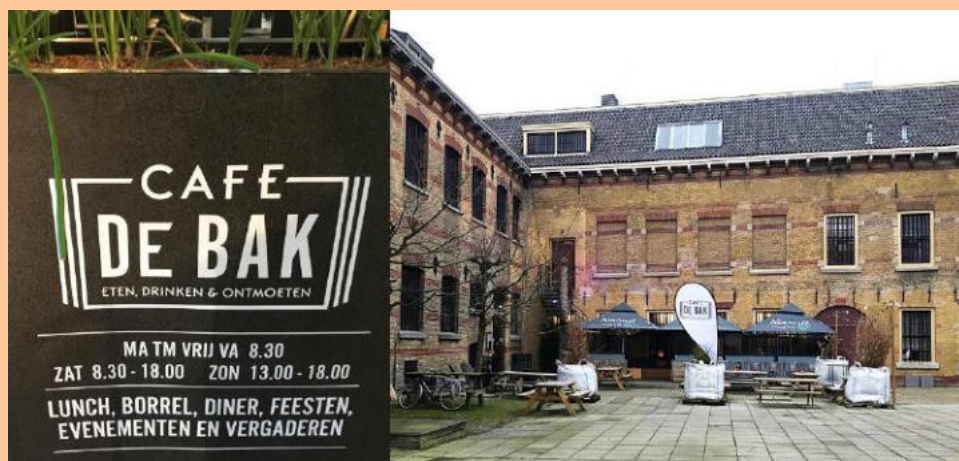
Horecanota gemeente Leeuwarden 2016 bestendigen

Met het oog op het Culturele Hoofdstadjaar 2018 is de Horecanota in 2016 geactualiseerd om met name horeca initiatieven goed te kunnen geleiden naar de gewenste plekken in de binnenstad. In de nota wordt onderscheid gemaakt in vijf horecatypes overeenkomstig met hoe deze in de bestemmingsplannen zijn

opgenomen. De types 1 tot en met 4 naar aard van de functie oplopend (mogelijk belastend zijn voor de omgeving (door openingstijden en daarmee ook geluid). In de binnenstad is overal (afhankelijk van de exacte locatie al dan niet onder voorwaarden) ruimte voor horecatypen 1 en 2 (daghoreca en restaurants), terwijl voor horecatypen 3 en 4 die vaak ruimere openingstijden kennen (café, bars, clubs) specifieke zones in de binnenstad zijn aangewezen.

In het centrum van Grou, dat ook een uitgaansfunctie kent, zijn typen 1, 2 en 3 mogelijk terwijl in de rest van de gemeente Leeuwarden typen 1 en 2 (daghoreca en restaurants) uitsluitend zijn toegestaan indien het initiatief een functionele, maatschappelijke en/of ruimtelijke meerwaarde voor het omringend gebied betekent, bijvoorbeeld een wijkrestaurant of lunchroom. Het metrage is hierbij beperkt.

Waar in de Horecanota nog wordt gesproken over ondergeschikte horeca willen we deze term in de Retailvisie vervangen door *verblijfsgebied versterkende horeca*. Deze vorm van horeca hangt sterk samen met blurring-concepten en tijdelijkheid. Verblijfsgebied versterkende horeca is het kleinschalig verstrekken van eten en drinken tegen betaling voor gebruik ter plaatse, dat een ondergeschikt onderdeel is van de hoofdactiviteit. Hierbij valt te denken aan een koffiecorner bij een winkel, eethoek bij de visboer, eetcafé bij een museum, (lees)café bij een bibliotheek etc..



FIGUUR 6 CAFE DE BAK BINNEN/NAAST DE BIBLIOTHEEK AAN DE KEIZERSGRACHT
Bron: Bureau Stedelijke Planning

De exacte criteria voor nieuwvestiging van horeca uit de Horecanota zijn terug te lezen in Bijlage 2.

Net als voor detailhandel is volledige clustering voor horeca en leisure van belang maar zijn er meerdere uitzonderingen. Voor een aantrekkelijke leefomgeving en voorzieningenaanbod geldt dat ook de vestiging van deze functies buiten de structuur mogelijk moet zijn. Daarvoor is het adagium 'de juiste functie op de

juiste plek' van belang. Buiten de structuur is er ruimte voor een **acupunctuur van horeca en leisure**. Daarbij is het belangrijk dat dit bijzondere en kwalitatieve concepten zijn, die aanhaken op bijzondere locaties. Denk aan een plek aan het water of in de natuur (zoals de mogelijkheid tot de ontwikkeling van horeca bij het water van de Grote of Kleine Wielen of op mooie andere plekken (aan het water)). Of aan horeca die qua karakter past bij de toekomstige Spoorzone. Er moet echter geen wildgroei ontstaan, dus toetsing op kwaliteit, concept en bijdrage aan de omgeving zijn essentieel. Functie en locatie moeten elkaar versterken. Overige horeca- en leisure-initiatieven dienen binnen de structuur gefaciliteerd te worden.

Horeca op bijzondere plekken

Stek is gevestigd in het oude Brugwachtershuisje op de Harlingersingel, net buiten de binnenstad. Stek serveert vers en biologisch ontbijt, lunch, diner en borrel en daarnaast bieden ze de mogelijkheid om de zogenaamde Stek boot te huren voor feestjes en partijen. Door de unieke ligging aan het water met zicht op de binnenstad is het een passende functie op deze plek.



IMPRESSIE STEK MET TERRAS AAN HET WATER
Bron: Foto's via Stek

DIENTEN EVENEENS ZO VEEL MOGELIJK GELEIDEN NAAR CLUSTERS >>

Voor de diensten geldt dat de ambachten (zoals de kapper, stomerij en schoonheidsspecialist) een gezond perspectief hebben omdat deze (fysieke) diensten veelal geen concurrentie van online ondervinden. Wel ondervinden zij soms concurrentie van ambachten aan huis (bijvoorbeeld de thuiskapper²). De meer financiële en particuliere dienstverlening (zoals de bank en het reisbureau) staat echter onder druk. De vestigingspunten van de laatstgenoemde branches verdwijnen massaal uit het straatbeeld. Veelal blijft er een vestiging per gemeente over die in het centrum gesitueerd wordt, waar zij eerder ook vaak onderdeel uitmaakten van bijvoorbeeld de (grotere) ondersteunende clusters. Voor de veelal ambachtelijke diensten die nog wel meer vestigingspunten nodig hebben, geldt

² <https://www.anko.nl/actueel/anko-en-zzp-nederland-hebben-goed-gesprek-over-thuiskappers>

dat deze ook zo veel mogelijk geleid moeten worden richting clusters (ook kapperszaken als zij meer dan één stoel hebben). Ze dragen bij aan de dynamiek en multifunctionaliteit van deze clusters. Deze diensten zijn ook van positieve invloed voor de leefbaarheid en levendigheid in dorpen en wijken.



FIGUUR 7 VOORBEELDEN VAN DIENSTEN ALS ONDERDEEL VAN CLUSTER: BINNENSTAD LEEUWARDEN (LINKS - STOMERIJ EN FOTOZAAK) EN CENTRUM GROEN (RECHTS - KAPPER)

Bron: Bureau Stedelijke Planning

OVERZICHTSTABEL MET PASSENDE FUNCTIES BIJ TYPE GEBIEDEN >>

In onderstaande tabel is op basis van de voorgaande visie op de structuur en per type functie weergegeven hoe deze zich vertalen naar beoordeling per type initiatief en per type cluster. Met andere woorden: welke functies en voorzieningen passen wel, niet of onder voorwaarden (bijvoorbeeld maatvoering en branchering) bij de verschillende gebiedstyperingen? Het gaat hier om richtlijnen. In werkelijkheid vraag de beoordeling van elk initiatief om maatwerken zal de gemeente graag in overleg gaan om de juiste functie naar de juiste plek te geleiden.

	DAGELIJKE VERZORGING	REGULIERE NIET- DAGELIJKE DETAILHANDEL ³	RECREATIEF AANBOD DETAILHANDEL	VOLUMINEUS AANBOD DETAILHANDEL	TREKKENDE HORECA	ONDERSTEUNENDE / ONDERGESCHIKTE (DAG)HORECA	BOVENLOKALE LEISUREFUNCTIONIES	VOLUMINEUZE LEISURE	DIENSTEN	BLURRING
Binnen structuur										
Binnenstad Leeuwarden	V	V	V	~	V	V	V	V	V	V
Centrumgebied dorpen Stiens en Grou	V	V	V	~	V	V	~	~	V	V
Aanbod overige dorpen	V	~	~	X	V	V	~	X	V	V
Ondersteunende wijk- en buurtclusters	V	V	~	X	~	V	X	X	V	V
Perifere detailhandel clusters	X	X	X	V	~	V	~	V	~	X
GDV cluster De Centrale	X	X	~	V	X	V	X	X	~	X
Leisure cluster WTC-ontwikkeling	V	X	X	X	V	V	~	V	X	X
Buiten structuur										
Overig	X	X	X	X	~	~	~	X	X	~
Legenda										
V = Toegestaan	~ = Toegestaan, mits voldaan aan voorwaarden: zoals maatvoering, bijdrage aan structuur, branchering, behoefte en bestemmingsplan					X = Niet toegestaan				

TABEL 1 FUNCTIES EN VOORZIENINGEN PASSEND BIJ TYPE CENTRUM

³ Regulier niet-dagelijks aanbod zijn winkels in bijvoorbeeld huishoudartikelen en bloemenzaken. Het zijn niet-dagelijkse winkels waar bewoners veelal frequenter komen.

3 BELEIDSLIJN

Leeuwarden is het meest gebaat bij een goed functionerende en aantrekkelijke retailstructuur met aantrekkelijke verblijfsgebieden. Om deze te bewerkstelligen of te behouden moeten er keuzes gemaakt worden. In dit hoofdstuk wordt de visie voor een sterke structuur uitgewerkt in een beleidslijn. Dit ten behoeve van een goed functionerende structuur voor de inwoners van de gemeente Leeuwarden die bijdraagt aan de (dagelijkse) verzorging van de inwoners, maar ook rechtszekerheid biedt aan ondernemers en initiatiefnemers. Het zorgt voor een gelijk speelveld binnen de gemeente.

3.1 BELEIDSINSTRUMENTEN T.B.V. GEZONDE EN TOEKOMSTBESTENDIGE RETAILSTRUCTUUR

Uitvoering van retailbeleid krijgt vorm middels praktische en juridische instrumenten. Eerst gaan we in op de praktische instrumenten en vervolgens wordt ingegaan op de juridisch instrumenten die het mogelijk maken om de visie uit te voeren.

BLURRING >>

Er bestaan veel vragen over hoe om te gaan met 'blurring'. Blurring is het Engelse woord voor vervagen en het fenomeen heeft dan ook alles te maken met branchevervaging: winkels die aanbod uit alle branches verkopen, maar ook winkels met horeca of een kapper met een expositieruimte. In de gemeente zien wij de **beleidslijn rondom blurring als volgt**:

Binnen de reguliere structuur van centrumgebieden van Leeuwarden (binnenstad), centrum Stiens en centrum Grou kan in blurring worden voorzien. Binnen de ondersteunende clusters, en de dorpen is blurring ook mogelijk als deze een versterking van de dagelijkse verzorging van het dorp of de wijk betekent. Ook een koffiehoeke bij bijvoorbeeld een bouwmarkt is een wenselijke ontwikkeling, zolang het ondergeschikt is aan de hoofdfunctie en geen verbreding van de verblijfsfunctie veroorzaakt.

Blurring wordt toegestaan onder voorwaarde dat er aan de wettelijke mogelijkheden wordt vastgehouden. Dit betekent dat er in winkels en andere niet-horecabedrijven geen alcoholische dranken geschonken mogen worden (in verband met Drank- en Horecawetgeving). Voor zover bijdragend aan versterking van het cluster c.q. de structuur dient in de reguliere centrumgebieden de houding ten aanzien van blurring positief te zijn.

HOOFDFUNCTIE	GEMENGD MET	ALCOHOL
Detailhandel, diensten*	Horeca (of andere publieksfuncties), mits a) ondergeschikt, b) gemaximeerd, c) geen eigen ingang, d) dezelfde openingstijden als de winkel en e) geen alcohol geschonken.	Niet toegestaan
Horeca	Detailhandel (of andere publieksfuncties), mits a) ondergeschikt, b) gemaximeerd en c) er sprake is van twee (of meer) afzonderlijke lokaliteiten, gelet op geldende wet- en regelgeving	Toegestaan, mits vergund

TABEL 2 BLURRING-CONCEPTEN - *OF EEN ANDERE RETAILFUNCTIE NIET ZIJNDE HORECA

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Ten aanzien van branchevervaging op GDV cluster De Centrale of andere perifeer volumineus aanbod of op verspreide locaties geldt echter dat blurring dient te worden beperkt. Op deze locaties is detailhandel in volumineuze branches toegestaan. Voorkomen moet worden dat deze winkelgebieden die bedoeld zijn voor volumineuze detailhandel verkleuren naar reguliere retailgebieden / verblijfsgebieden en daarmee concurreren met de binnenstad. In ondergeschikte vorm is de verkoop van niet-volumineuze artikelen wel aanvaardbaar, dit kan ook in de vorm van ondergeschikte horeca (zoals de lunchzaak in een tuincentrum). Dit dient te worden vastgelegd in het bestemmingsplan, bijvoorbeeld door een maximum percentage van het totale oppervlak, met een bepaald maximum in meters. In het horecabeleid van de gemeente Leeuwarden (2017) gelden de volgende normen voor ondergeschikte horeca:

M ² HOOFDFUNCTIE	MAX. % VAN NETTO VLOEROPPervlakte VOOR HORECA	MAX. METRAGE AAN HORECA
< 1.500 m ² wvo	15%	150 m ²
> 1.500 m ² wvo	10%	450 m ²

TABEL 3 ONDERGESCHIKTE HORECA

Bron: Horecabeleid Leeuwarden 2017



FIGUUR 8 VERSCHILLENDE VORMEN VAN BLURRING: KOFFIE/FIETSEN - BOEKENWINKEL/CAFÉ

Bron: Bureau Stedelijke Planning

BRANCHEVERVAGING EN DE DIENSTENRICHTLIJN >>

Het Europese Hof van Justitie heeft in januari 2018 geoordeeld dat detailhandel als een dienst moeten worden beschouwd, waarop de Dienstenrichtlijn van toepassing is. Volgens het Hof is de Dienstenrichtlijn er niet op gericht om de vestigingslocatie van een dienst – en dus ook een winkel – afhankelijk te stellen van een geografische beperking. Dat de Dienstenrichtlijn van toepassing is op detailhandel is nieuw, maar de regels gelden ook ten aanzien van andere vormen van retail. Simpel gezegd is dat daar waar in een bestemmingsplan gronden zijn bestemd voor detailhandel, er in beginsel geen nadere eisen en beperkingen mogen worden gesteld ten aanzien van branchering, (winkel)omvang en aantal verkooppunten.

De Dienstenrichtlijn sluit bovengenoemde beperkingen niet op voorhand volledig uit. Conform artikel 15 lid 3 zijn deze beperkingen nog steeds mogelijk, mits wordt voldaan aan de eisen inzake:

- *Non-discriminatie.* Eisen die geen direct of indirect onderscheid maken naar nationaliteit of, voor vennootschappen, de plaats van de statutaire zetel.
- *Noodzakelijkheid.* De door centrale overheden gestelde eisen aan dienstverleners zijn gerechtvaardigd vanwege een dwingende reden van algemeen belang.
- *Evenredigheid.* De door overheden gestelde beperking is geschikt om het nagestreefde doel – de dwingende reden van algemeen belang – te bereiken en gaat niet verder dan strikt genomen noodzakelijk is.

Concreet gevolg van de Dienstenrichtlijn is het omkeren van de bewijslast. Voorheen konden gemeenten verwijzen naar bestemmingsplanregels om een (ongewenst) initiatief van een initiatiefnemer te weigeren. Als gevolg van de Dienstenrichtlijn moeten (decentrale) overheden hun eigen regelgeving die betrekking heeft op detailhandel en andere retailfuncties die als dienst worden aangemerkt toetsen aan de Dienstenrichtlijn. Het is dus aan de gemeente om te onderbouwen dat de maatregel (bestemmingsregeling) nodig is omwille van een dwingende reden van algemeen belang, dat de maatregel geschikt is om dat doel te bereiken en dat het doel niet met andere, minder vergaande maatregelen bereikt kan worden (zie ook de [Handreiking Dienstenrichtlijn](#)).

3.2 REDUCTIE BUITEN HOOFDSTRUCTUUR NOODZAKELIJK

De algemene boodschap omtrent detailhandel is een duidelijke en gezien de trends geen verrassende. Detailhandel staat landelijk onder druk door trends als online shoppen, het terugtrekken van retailers naar de grootste winkelgebieden en een (mede daardoor) steeds kritischer wordende consument als het gaat om 'winkelen'. De behoefte aan fysieke detailhandelsruimtes neemt de komende jaren (verder) af. In de gemeente Leeuwarden geldt voor alle detailhandelsbranches

dat er in 2025 een (ruim) overschot aan winkelmeters is. De behoefte ligt dus ondanks een beperkt groeiend inwonertal lager dan het huidig aantal gevestigde meters aan detailhandel. Daarbij is er nog een ruim planvoorraad van nog toe te voegen winkelmeters, o.a. bij de WTC-ontwikkeling. Indien deze opgevuld worden ontstaat er voor de toekomst een nog groter overaanbod⁴.

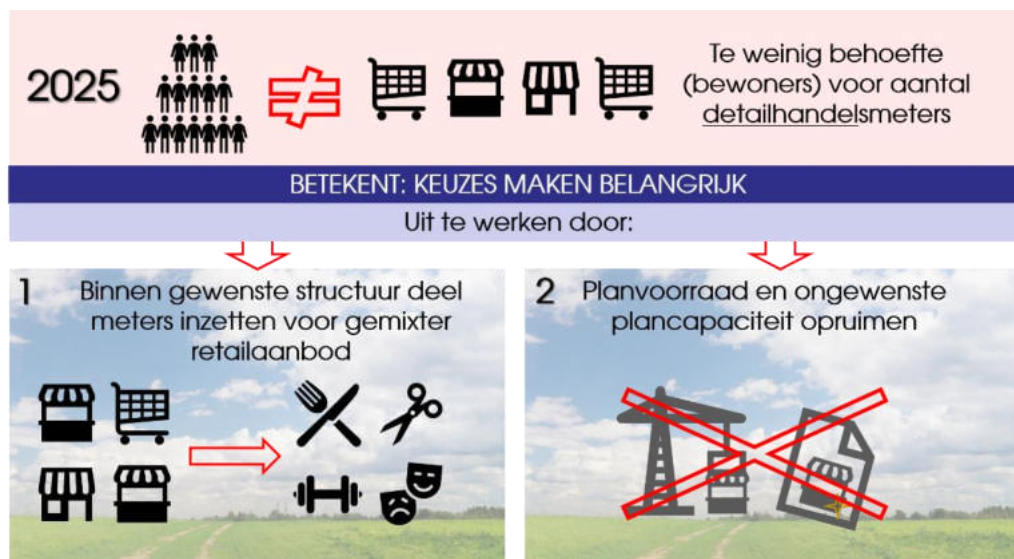
Met dit overaanbod is de reductieopgave voor detailhandel in de gemeente groter dan de kansen die er zijn voor uitbreiding van meters. De urgentie van het maken van keuzes wordt alleen maar vergroot door de Coronacrisis waar we sinds maart 2020 mee te maken hebben. Om deze reductieopgave vorm te geven moeten er keuzes gemaakt worden. Er zijn hierbinnen twee lijnen te onderscheiden, die naast elkaar :

- Enerzijds om de bestaande ruimte te gebruiken voor initiatieven op het gebied van horeca, leisure en diensten, en mogelijk aan de randen ook wonen. Door te zoeken naar de juiste mix ontstaan er meer toekomstbestendige en aantrekkelijke verblijfsgebieden;
- Anderzijds door zeer voorzichtig om te gaan met nieuwe (grootschalige) initiatieven, met name buiten de gewenste structuur. Daarbij ook door actief meters op ongewenste plekken buiten de structuur de bestemming detailhandel er af te halen als deze kans zich voordoet.

Voor een deel van de detailhandelsmeters, met name de meters die binnen de structuur gevestigd zijn, geldt dat deze op centrale plekken met andere publieksfuncties ingevuld kunnen worden. Winkelclusters van het verleden, worden in de toekomst meer en meer verblijfsgebieden met een gemixt publieksaanbod. Hiervoor is het belangrijk dat verschillende publieksfuncties worden geclusterd binnen deze structuur. Dit gaat om commerciële publieksfuncties als horeca, cultuur, overig leisure en diensten, maar ook om meer maatschappelijke functies als zorgfuncties. Daarbij kan ook de woon- en kantoorfunctie van deze centrumgebieden geïntensiveerd worden, zeker aan de randen. Uiteindelijk wordt op deze manier een hart ontwikkeld op verschillende schaalniveaus: van binnenstad via hart van het dorp en hart van de wijk tot een hart voor de buurt. Een levendig hart/verblijfsgebied ontstaat door de invulling van haar gebruikers. De ontmoeting van de gebruikers moet in al zijn facetten gestimuleerd worden zonder dwingend te zijn. Een doel of bestemming (functie) is cruciaal, maar ook een mix van functies en vrijheid in gebruik (in principe altijd gedurende de dag/avond voor iedereen toegankelijk) van het hart is belangrijk.⁵

⁴Voor een deel van de meters die bij het WTC gerealiseerd worden betreffen te verplaatsen meters. Lichter zullen alle winkels groter worden dan in de huidige/reeds achtergelaten situatie. Daarmee gaat het netto om een uitbreiding van het aantal meters.

⁵ <https://site-ud.nl/gebiedsontwikkeling/hart-maken-waar-energiesamenkomt/>



FIGUUR 9 KEUZES MAKEN

ONGEWENSTE DETAILHANDELSBESTEMMINGEN TERUGDRINGEN >>

Doordat het detailhandelsaanbod in Leeuwarden te groot is voor een toekomstbestendige exploitatie, is het noodzakelijk om in ieder geval (verborgen) plancapaciteit op plekken waar geen detailhandel gewenst is terug te dringen. Dit zal gedaan moeten worden door de detailhandelsbestemming te wijzigen naar niet-detailhandelsfuncties. Als deze plekken nu niet in gebruik zijn als detailhandel kan de bestemming zonder risico op planschade worden gewijzigd, als hier een redelijke termijn aan wordt gekoppeld (voorzienbaarheid creëren). Mogelijke instrumenten zijn:

- **Uitsterfconstructie** waarbij na bijvoorbeeld meer dan twee jaar leegstand de detailhandelsbestemming verdwijnt.
- Bestemming wijzigen naar niet-detailhandel op een locatie waar geen sprake is van voort te zetten gebruik of er feitelijk nooit detailhandel in heeft gezeten (in de afgelopen 10 jaar). Dit noemen we het **wegbestemmen van onbenutte plancapaciteit of restcapaciteit**.
- Op het moment dat de kans zich voor doet worden solitaire winkels verleid te bewegen om te **verplaatsen** naar de **structuur**.

Lichtpuntjes in Coronatijd binnen de gemeente Leeuwarden

Naast de extra klap die de retail krijgt sinds de coronacrisis zijn er ook lichtpuntjes. Voor de gehele gemeente Leeuwarden geldt dat hier door de perifere ligging geprofiteerd is van extra (binnenlands) toerisme. Friesland was in de zomer van 2020 een van de belangrijkste vakantiebestemmingen voor Nederlanders⁶. Ondernemers in de retailsector merken dit.



FIGUUR 10 IN OKTOBER 2020 GEOPENDE DILLE EN KAMILLE AAN DE NIEUWESTAD IN LEEUWARDEN
Bron: winkelsleeuwarden.nl

Daarbij zijn er ook verschillende retailers die een duidelijke opleving hebben opgemerkt sinds maart 2020 doordat mensen op andere activiteiten zijn aangewezen. Spellen winkel Spellekijn in Leeuwarden is zo'n voorbeeld die veel meer verkocht, waaronder puzzels.

Waar enerzijds leegstand ontstaat door sluiting van met name winkels en horeca zijn er ook hier enkele openingen geweest. Zo heeft Dille en Kamille, een zaak die spullen verkoopt voor huisinrichting, accessoires en verantwoord speelgoed, geopend in oktober 2020. En is de goed functionerende cosmetica winkel Rituals naar een groter pand aan de Nieuwestad verhuisd.

Tot slot is de bouw van een nieuwe Pathé bioscoop in de binnenstad in het Ruiterskwartier in volle gang waardoor ook het leisure aanbod in de binnenstad van Leeuwarden een stevige impuls zal krijgen.

⁶ https://frieschdagblad.nl/2020/7/18/topzomer-voor-recreatiesector-in-fryslan?harvest_referrer=https%3A%2F%2Fwww.google.nl%2F

4 GEBIEDSPROFIELEN

In dit hoofdstuk wordt een duidelijk inzicht in de verschillende verblijfsgebieden gegeven binnen de gemeente Leeuwarden. Wat karakteriseert de verschillende gebieden en hoe verhouden deze gebieden zich tot elkaar?

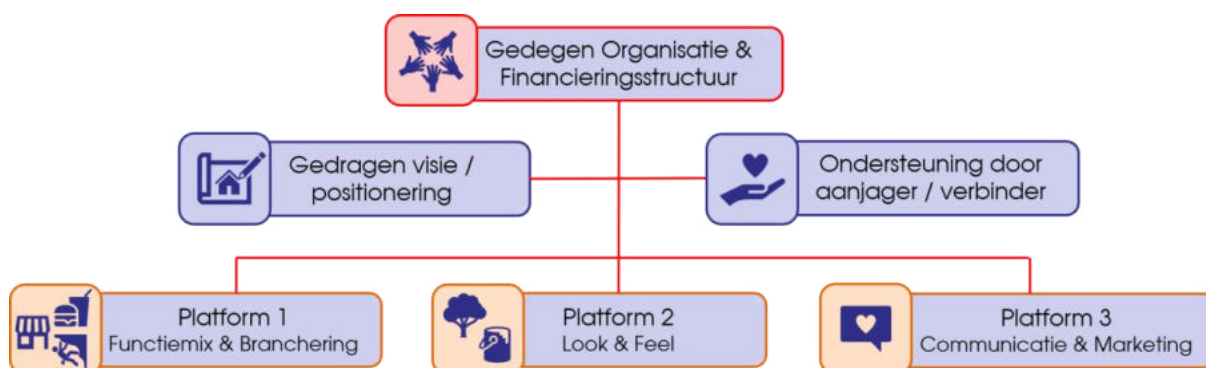
Dit hoofdstuk vormt de eerste aanzet van de vertaling van de visie en beleid naar acties en maatregelen. Het hoofddoel hierbij is het behoud en versterking van de gewenste retailstructuur. Om dit hoofddoel te realiseren geldt het volgende: De focus ligt op de **versterking van de gewenste structuur met bijbehorende clusters**.

Uitwerking van elk gebiedsprofiel bestaat uit de volgende onderdelen:

- Impressie cluster;
- Positionering;
- Ruimtelijk-functionele ambities: ingevuld op basis van schema met ingrediënten succesvolle retailgebieden.

FORMULEREN VAN AMBITIES >>

Binnen de hoofdstructuur is samenwerking van ondernemers en eigenaren van essentieel belang voor de kracht en toekomstbestendigheid van het gebied. Een gedegen samenwerking en organisatie met bijbehorende financieringsstructuur vormt de basis. Indien dit op orde is kan er gezamenlijk worden gewerkt naar een passende positionering van het desbetreffende gebied die verder kan worden uitgewerkt naar een passende Functiemix & Branchering, Look & Feel en Communicatie & Marketing. Bij de uitvoering ervan is een aanjager / verbinder van essentieel belang. Dit kan zowel een direct belanghebbende zijn als een externe kracht.



FIGUUR 11 SCHEMATISCHE WEERGAVE VAN TYPE INGREDIËNTEN TOT EEN SUCCESVOL VERBLIJFSGEBIED
Bron: Bureau Stedelijke Planning

De bovenstaande schematische weergave biedt de kapstok waaraan de ambities voor de clusters in de hoofdstructuur worden opgehangen. Op basis van de input van de werksessie met stakeholders, locatiebezoek en input vanuit de gemeente Leeuwarden zijn de ambities ingevuld. In de onderstaande factsheets van de verblijfsgebieden zijn de ambities per ingrediënt opgenomen. Retailgebieden worden doorgaans aantrekkelijker en succesvoller als voor alle ingrediënten uit dit schema de juiste inzet en aanpak aanwezig zijn.

Het ingrediënt '*Ondersteuning door aanjager / ondersteuner*' is niet gespecificeerd voor alle deelgebieden. Het is ontzettend belangrijk dat de urgentie wordt gevoeld door alle stakeholders binnen een verblijfsgebied en dat er wordt gewerkt aan het gezamenlijke doel om het gebied te versterken. Bij afwezigheid van deze samenhang en gezamenlijke verantwoordelijkheid kan een centrummanager of winkelstraatmanager worden ingezet om dit te bevorderen.

UITWERKING GEBIEDSPROFIELEN >>

Onderstaand zijn de gebiedsprofielen in de volgende volgorde uitgewerkt:

- Binnenstad Leeuwarden;
- GDV cluster De Centrale;
- WTC-ontwikkeling;
- Dorpscentrum Grou;
- Dorpscentrum Stiens;
- Overige Dorpen;
- Cluster Schrans (Huizum);
- Toekomstig cluster Middelsee;
- Overige wijk- en buurtclusters.

PROFIEL BINNENSTAD LEEUWARDEN

IMPRESSIE CLUSTER



POSITIONERING



DE BINNENSTAD MET AANTREKKINGSKRACHT VOOR ALLE FRIEZEN. EEN AANTREKKELIJKE MIX VAN HET HISTORISCHE KARAKTER EN MODERNE RETAIL, MET RUIMTE VOOR INITIATIEVEN EN ONDERNEMERSCHAP

(RUIMTELIJK FUNCTIONELE) AMBITIES

TYPE	WAT?	BESCHRIJVING
	ORGANISATIE & FINANCIERING	Samenwerking koesteren en uitbreiden om gezamenlijk creativiteit en levendigheid te stimuleren.
	GEDRAGEN VISIE & POSITIONERING	Clustering en daardoor een compactere binnenstad creëren, aan de randen van de binnenstad ombouw naar woonfunctie zonder dat dit ten koste gaat van het zogenaamde dwaalmilieu (aanloopgebied).
	FUNCTIEMIX & BRANCHERING	Binnenstad met een aantrekkelijke mix van alle retailfuncties waar alle bezoeks-motieven samenkomen zodat de functies elkaar versterken.
	LOOK & FEEL	Een aantrekkelijke openbare ruimte met voldoende ruimte voor groen, zitmogelijkheden en prullenbakken (t.b.v. netheid) draagt bij aan een positieve beleving van een centrum.
	COMMUNICATIE EN MARKETING	Levendigheid stimuleren gedurende de gehele week (ook ma t/m don) en bekendheid (o.a. door middel van evenementen), zoals bijvoorbeeld 'mooie zondag'.

PROFIEL GDV CLUSTER DE CENTRALE

IMPRESSIE CLUSTER



POSITIONERING



EEN GROOTSCHALIG CLUSTER MET AANTREKKINGSKRACHT OOK BUITEN DE GEMEENTEGRENZEN, COMPLEMENTAIR AAN DE BINNENSTAD.
VESTIGINGSPLAATS VOOR WINKELS DIE BEHOEFTE HEBBEN AAN GROTER METRAGE DAN VOORHANDEN IS IN DE HISTORISCHE BINNENSTAD.

(RUIMTELIJK FUNCTIONELE) AMBITIES

TYPE	WAT?	BESCHRIJVING
	ORGANISATIE & FINANCIERING	Goede samenwerking tussen ondernemers en eigenaar. Afstemming met de Binnenstad draagt bij aan een aantrekkelijke en elkaar aanvullende combinatie.
	GEDRAGEN VISIE & POSITIONERING	Een cluster voor consumenten met een duidelijk koopmotief en daarbij passend aanbod dat doelgericht bezocht wordt.
	FUNCTIEMIX & BRANCHERING	Vasthouden en versterken van huidige branchering. Ruimte bieden voor beleving binnen winkels en in het openbaar gebied. Toevoegen van daghoreca in bestaande winkels, bijvoorbeeld een klus café, kan hier ook aan bijdragen.
	LOOK & FEEL	Net als veel andere grootschalige clusters is de uitstraling van de panden niet altijd even aantrekkelijk. Door de panden meer open te maken en goed te onderhouden is deze uitstraling beter en aantrekkelijker voor klanten.
	COMMUNICATIE EN MARKETING	Beleving zowel in het openbaar gebied als in de winkels toevoegen om zo onderscheidend te zijn ten opzichte van online aanbod, voorbeeld daarvan is het direct kunnen uitproberen van sportartikelen bij Decathlon.

PROFIEL WTC-ONTWIKKELING

IMPRESSIE TOEKOMSTIG CLUSTER



POSITIONERING



FOCUS OP GROOTSCHALIGE LEISURE FUNCTIES DIE VANWEGE BEHOEFTE AAN GROTER METRAGE NIET PASSEND ZIJN IN DE HISTORISCHE BINNENSTAD. DAARBIJ AANGEVULD MET BOODSCHAPPENFUNCTIE.

(RUIMTELIJK FUNCTIONELE) AMBITIES

TYPE	WAT?	BESCHRIJVING
	ORGANISATIE & FINANCIERING	Aansluiting zoeken bij de voor Friesland unieke functies zoals het Cambuurstadion, WTC Expo, ijshal, casino en WTC hotel.
	GEDRAGEN VISIE & POSITIONERING	Complementair aan de binnenstad waarbij door samenwerking combinatiebezoek wordt gestimuleerd, denk hierbij aan OV pendelbus, (elektrische) fiets etc.
	FUNCTIEMIX & BRANCHERING	De WTC-ontwikkeling is het aangewezen cluster voor grootschalige leisure (voornamelijk plezier, nauwelijks cultuur) en horeca. Het aantrekken van eigentijdse grootschalige leisure ontwikkelingen, met een functie voor geheel Friesland is dan ook de ambitie. Voor detailhandel blijft het aanbod beperkt tot de geprojecteerde supermarkten.
	LOOK & FEEL	Een aantrekkelijk en verbonden gebied. Het bezoek aan de ene voorziening moet ook het bezoek aan de naastgelegen voorziening uitlokken. Een aantrekkelijke openbare ruimte met groen en gezamenlijke parkeerplaatsen dragen hieraan bij.
	COMMUNICATIE EN MARKETING	Duidelijke profilering als het leisurevoorzieningen cluster van Friesland draagt bij aan een succesvol en aantrekkelijk gebied.

PROFIEL DORPSCENTRUM GROU

IMPRESSIE CLUSTER



POSITIONERING



AANTREKKELIJK CENTRUMGEBIED ALS KLOPPEND HART VAN GROU MET DE FOCUS OP DE BOODSCHAPPEN- EN ONTMOETINGSFUNCTIE. DOOR DE TOERISTISCHE FUNCTIE OOK VOLDOENDE HORECA/FLEXIBEL AANBOD.

(RUIMTELIJK FUNCTIONELE) AMBITIES

TYPE	WAT?	BESCHRIJVING
	ORGANISATIE & FINANCIERING	Koesteren van reeds goed functionerende ondernemersvereniging. Samenwerken om een centrumvisie en uitwerking mogelijk te maken.
	GEDRAGEN VISIE & POSITIONERING	In het hart van Grou zijn commerciële publieksfunctie wenselijk. Duidelijke keuzes waar wel retail en geen retail gewenst is zijn wenselijk. Leegstand aan de flanken zal naar niet-publieksfuncties moeten wijzigen.
	FUNCTIEMIX & BRANCHERING	Ontwikkelen tot een modern centrum voor boodschappen plus extra aankopen en diensten, en verblijfs- en vermaakvoorzieningen voor de bewoners van Grou. Ontmoeting wordt gestimuleerd en daardoor is het ook een aantrekkelijk centrumgebied voor de toeristen..
	LOOK & FEEL	Het historisch karakter en de connectie met het water kan meer benut worden. Het heeft een positief effect op de verblijfskwaliteit en de aantrekkingskracht van Grou. Eenheid en zichtbaarheid kunnen versterkt worden met bijv. hanging baskets. Daarnaast zijn terrassen in een aantrekkelijke openbare ruimte essentieel.
	COMMUNICATIE EN MARKETING	In communicatie optimaal profiteren van de kracht van het water en historische kwaliteiten van Grou. Een plek van rust als tegenhanger van de binnenstad van Leeuwarden.

PROFIEL DORPSCENTRUM STIENS

IMPRESSIE CLUSTER



POSITIONERING



CENTRUMGEBIED MET BOODSCHAPPEN PLUS AANBOD VOOR STIENS EN OMGEVING. ZOWEL PLEK VOOR EFFICIËNT BOODSCHAPPEN DOEN ALS OM ELKAAR TE ONTMOETEN EN TE VERBLIJVEN.

(RUIMTELIJK FUNCTIONELE) AMBITIES

TYPE	WAT?	BESCHRIJVING
	ORGANISATIE & FINANCIERING	Koesteren van reeds goed functionerende ondernemersverenigingen. Samenwerken om visie en uitwerking mogelijk te maken.
	GEDRAGEN VISIE & POSITIONERING	In het hart van Stiens zijn commerciële publieksfunctie wenselijk. Leegstand aan de flanken zal naar niet-publieksfuncties moeten wijzigen. Een grotere connectie tussen beide supermarktclusters en de Langebuorren is essentieel.
	FUNCTIEMIX & BRANCHERING	Functioneren als boodschappencentrum plus. De combinatie met andere (maatschappelijke) voorzieningen wordt steeds belangrijker en deze dan ook zo veel mogelijk clusteren in het centrum. Op deze manier versterken de verschillende voorzieningen elkaar en ontstaat een kloppend hart van het dorp. Enkele kwalitatieve horecazaken met terrassen zou het centrum een boost geven.
	LOOK & FEEL	Het historisch karakter rondom de kerk beter benutten. Daarbij gebruik makend van het groene karakter dat rondom de kerk aanwezig is en dit doortrekken over de Langebuorren.
	COMMUNICATIE EN MARKETING	Een eenduidige uitstraling, zowel binnen het gebied, als op bijvoorbeeld een online website, gezamenlijke acties.

PROFIEL OVERIGE DORPEN

POSITIONERING



ONTWIKKELING VAN HET AANBOD IN DE OVERIGE DORPEN IS GEWENST TEN BEHOEVE VAN EEN GOEDE LEEFBAARHEID. RUST EN DORPS KARAKTER STAAN VOOROP BIJ ONTWIKKELINGEN.

(RUIMTELIJK FUNCTIONELE) AMBITIES

TYPE	WAT?	BESCHRIJVING
	ORGANISATIE & FINANCIERING	Gebruik maken van ons-kent-ons karakter in veel dorpen, waarin bewoner en ondernemer elkaar ondersteunen. Er zijn korte lijnen richting gemeente om initiatieven te bespreken en behandelen.
	GEDRAGEN VISIE & POSITIONERING	Het aanbod in de dorpen is veelal beperkt. Initiatieven op centrale plekken en binnen de bestaande bebouwing zijn dan ook welkom, mits deze passend zijn bij het draagvlak van het dorp.
	FUNCTIEMIX & BRANCHERING	Met name dagelijkse voorzieningen om boodschappen te doen passen in deze kleine dorpen. Echter ook aanbod dat de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van dat dorp bevordert zijn welkom, denk aan een koffiezaak of kapper.
	LOOK & FEEL	Dorps karakter met aanbod in maat en uitstraling passend bij het desbetreffende dorp. Uitnodigende en groen sfeer zijn essentieel.
	COMMUNICATIE EN MARKETING	Door clustering duidelijkheid over waar aanbod zich bevindt. Gezamenlijke activiteiten, in samenwerking met bewoners, rondom bijvoorbeeld de feestdagen draagt bij aan de levendigheid in de dorpen.

PROFIEL SCHRANS (HUIZUM)

IMPRESSIE CLUSTER



POSITIONERING



STADSSTRAAT MET EN GEMIST RETAILAANBOD EN DAARDOOR EEN FUNCTIE VOOR EEN GROOT DEEL VAN DE LEEUWARDERS EN IMPULSAANKOPEN VOOR PASSANTEN, MAAR IN VEEL MINDERE MATE VOOR BEZOEKERS VAN BUITEN DE STAD.

(RUIMTELIJK FUNCTIONELE) AMBITIES

TYPE	WAT?	BESCHRIJVING
	ORGANISATIE & FINANCIERING	Samenwerking met elkaar in winkeliersvereniging bestendigen en versterken, en met omliggende gebieden (als de binnenstad) bevorderen.
	GEDRAGEN VISIE & POSITIONERING	Een gemixte toegangsstraat tot de binnenstad. Op den duur mogelijk inkrimping van het aanbod door vanaf de zuidzijde transformatie mogelijk te maken, zodat er een aaneengesloten strip overblijft.
	FUNCTIEMIX & BRANCHERING	Een gemixt retailaanbod met ruimte voor speciaalzaken en andere retailconcepten, in aanvulling op het aanbod in de binnenstad. Het op orde houden van supermarkt essentieel voor functioneren.
	LOOK & FEEL	Eenduidige en gezamenlijke uitstraling, o.a. te bereiken door hanging baskets en gezamenlijke kerstverlichting. Behoud van uitstraling (historische) panden essentieel. Meer groen (bomen) wenselijk.
	COMMUNICATIE EN MARKETING	Door samenwerking ook gezamenlijke marketingacties en sfeer. Inrichten website met alle aanbieders.

PROFIEL MIDDELSEE

IMPRESSIE MIDDELSEE



WIJK MIDDELSEE / DE WERP

BEELD UIT ONTWIKKELKADER⁷

POSITIONERING



AANTREKKELIJK BUURTCLUSTER MET EEN RUIM HORECAAANBOD IN EEN WATERRIJKE OMGEVING.

(RUIMTELIJK FUNCTIONELE) AMBITIES

TYPE	WAT?	BESCHRIJVING
	ORGANISATIE & FINANCIERING	Samenwerking met elkaar en met andere (ondersteunende) clusters. Zo kunnen zij elkaar versterken en leren van zaken die ook elders spelen.
	GEDRAGEN VISIE & POSITIONERING	Het toekomstige cluster in Middelsee is meer dan enkel boodschappencentra. Dit dagelijkse detailhandelsaanbod wordt aangevuld met andere functies en een openbare ruimte ter bevordering van ontmoeting en verblijf.
	FUNCTIEMIX & BRANCHERING	Inzetten op een beperkt en geclusterd detailhandelsaanbod, passend bij de behoefte van de eigen wijk, aangevuld met voor een buurtcentrum relatief groot en kwalitatief hoog horeca aanbod. De waterrijke omgeving maakt dat Middelsee een aantrekkelijke locatie is voor terrassen en verblijf. Voor horeca geldt dat verspreide acupunctuur door de wijk mogelijk is, maar dat er ook zeker sprake moet zijn van een clustering van het aanbod in het hart van het commerciële centrum.
	LOOK & FEEL	Uitnodigende groene en waterrijke openbare ruimte waar ontmoeting wordt gestimuleerd middels bankjes en terrassen. Een goede bereikbaarheid, zowel lopend, met de fiets als met de auto is belangrijk.
	COMMUNICATIE EN MARKETING	Een eenduidige uitstraling draagt bij aan de kracht van de ondersteunende wijk- en buurtstructuur. Buurtgerichte evenementen en acties dragen bij aan een positief wijkgevoel. Middelsee kan zich onderscheiden door zich minder in te zetten op de koopfunctie van een wijkcentrum, maar meer op een aantrekkelijke verblijfskwaliteit.

⁷ Gemeente Leeuwarden -Ontwikkeldkader Middelsee – De Werp (vastgesteld op 7 april 2021)

PROFIEL WIJK- EN BUURTCLUSTERS

IMPRESSIE CLUSTERS



DE BILGAARD

MIRO CENTER

POSITIONERING



GERICHT OP DE BOODSCHAPPENFUNCTIE EN ONTMOETING IN DE WIJK/BUURT. WIJKGEORIËNTEERDE RETAILFUNCTIES KUNNEN IN DEZE CLUSTERS WORDEN INGEPAST.

(RUIMTELIJK FUNCTIONELE) AMBITIES

TYPE	WAT?	BESCHRIJVING
	ORGANISATIE & FINANCIERING	Samenwerking met elkaar en met andere (ondersteunende) clusters. Zo kunnen zij elkaar versterken en leren van zaken die ook elders spelen.
	GEDRAGEN VISIE & POSITIONERING	De wijk- en buurtclusters zijn meer dan enkel boodschappencentra. Met name op plekken met vergrijzing rondom is het ook een plek voor ontmoeting. Dit wordt bevorderd door een aantrekkelijk cluster en door o.a. bankjes en een koffieapparaat in de supermarkt te faciliteren.
	FUNCTIEMIX & BRANCHERING	Inzetten op behoud van aanbod en bestendiging. Optimalisering en modernisering moet mogelijk worden gemaakt, maar alleen als dit niet bijt met de andere onderdelen van de onderliggende structuur of met de centrumgebieden. Wijkgeoriënteerde retailfuncties als de snackbar en kapper passen in de wijk en buurtclusters
	LOOK & FEEL	Uitnodigende groene openbare ruimte waar ontmoeting wordt gestimuleerd middels bankjes en terrassen. Een goede bereikbaarheid, zowel lopend, met de fiets als met de auto is belangrijk.
	COMMUNICATIE EN MARKETING	Een eenduidige uitstraling draagt bij aan de kracht van de ondersteunende wijk- en buurtstructuur. Buurtgerichte evenementen en acties dragen bij aan een positief wijkgevoel.

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, Rijwielverhuur, 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, Cafetaria/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.

Ondersteunende horeca

Horeca die ondersteunend aanwezig is aan de hoofdfunctie, bijvoorbeeld detailhandel. De horeca vestiging heeft geen trekkracht op zich, maar heeft met name als functie om het verblijf aangenamer te maken en daarmee te verlengen. Ondergeschikte horeca volgt de openingstijden van de winkels. Het betreffen veelal lunch- en/of koffiezaken.

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 HORECANOTA GEMEENTE LEEUWARDEN

INDELING IN HORECACATEGORIËN >>

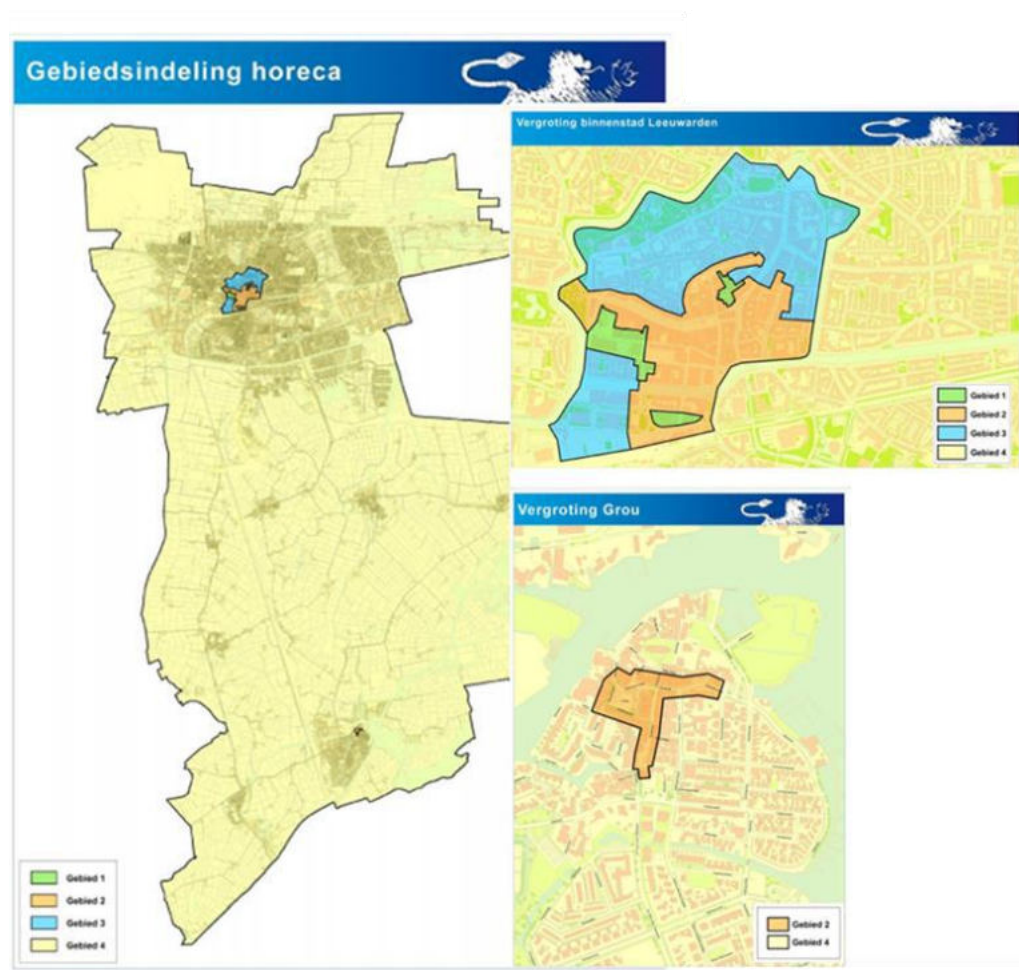
In het bestemmingsplan wordt een onderscheid gemaakt in vijf horecatypes. De horecatypes 1 t/m 4 zijn vanwege de daaraan gekoppelde openingstijden en aard van de functie oplopend potentieel belastend voor de omgeving. Hoewel het onderscheid in horecatypes vervaagt vanwege mengvormen tussen eet- en drinkhoreca, wordt deze indeling aangehouden omdat die gebruikt wordt in de rechtsgeldige bestemmingsplannen en ook landelijk algemeen gebruikt wordt.

- **Horeca 1** is een horecabedrijf dat is gericht op het verstrekken van dranken en etenswaren aan bezoekers van centrumvoorzieningen, zoals ijssalons, croissanterieën, lunch- en tearooms en naar de aard en openingstijden daarmee gelijk te stellen horecabedrijven. Het gaat hier om de zogeheten winkelondersteunende of daghoreca: dit betreft de horecazaken die complementair zijn aan de centrumfuncties en zich ook schikken naar de winkeltijden. De doelgroep van deze vorm van horeca is hoofdzakelijk de winkelbezoeker die tijdens het winkelen een hapje wil eten of een ijsje wil nuttigen.
- **Horeca 2** is een horecabedrijf dat voornamelijk gericht is op het verstrekken van maaltijden, zoals restaurants. Het betreft hier de restauratieve horecabedrijven die overwegend in de loop van de middag openen en aan het einde van de avond sluiten. Dit is een 'rustige' horecafunctie waar in de regel geen hoge bezoekersfrequentie aanwezig is.
- **Horeca 3** is een horecabedrijf dat zowel gericht is op het verstrekken van etenswaren als dranken of een combinatie van beiden, zoals cafetaria's, snackbars, automatieken en shoarmazaken. Ook eetcafés vallen onder deze categorie. Het betreft hier de bezoekers-intensieve horecabedrijven, voornamelijk gericht op het verstrekken van etenswaren, die gedurende de hele dag, avond en nacht open kunnen en mogen zijn.
- **Horeca 4** is een horecabedrijf dat voornamelijk is gericht op het verstrekken van dranken, zoals cafés, bars, clubs en discotheken. Deze categorie wordt als de zwaarste vorm van horeca beschouwd. Deze 4 horecabedrijven zijn veelal uitsluitend 's avonds en 's nachts geopend en hebben gedurende deze uren, met name in het weekend, een zeer hoge bezoekersfrequentie. Op grond van het coffeeshopbeleid mogen coffeeshops alleen in deze horeca-categorie gevestigd worden.
- **Horeca 5** betreft een bedrijfsactiviteit waarbij de bedrijfsuitoefening hoofdzakelijk is gericht op het tegen vergoeding verstrekken van logies al dan niet in combinatie met het verstrekken van etenswaren en dranken.

DEELGEBIEDEN EN OMGANG MET INITIATIEVEN >>

In de Horecanota is de gemeente Leeuwarden opgedeeld in verschillende deelgebieden, waaraan ook de gewenste horecatypen en omgang met initiatieven is gekoppeld.

- **Groen (gebied 1).** Gevormd door drie gebieden in de binnenstad die het horeca kerngebied vormen van de gemeente, hier zijn momenteel de meeste horecavestigingen geconcentreerd en het beleid is erop gericht deze functie te behouden en te versterken. Hier zijn horecatypen 1, 2, 3 en 4 toegestaan.
- **Oranje (gebied 2).** Gevormd door het deelgebied in de binnenstad van Leeuwarden dat de belangrijkste winkelfunctie herbergt en een gedeelte van het centrum van Grou, dat ook een uitgaansfunctie kent. Hier zijn in principe horecatypen 1, 2 en 3 toegestaan.
- **Blauw (gebied 3).** Gevormd door deelgebieden aan de noord- en zuidkant van de binnenstad van Leeuwarden, waar de woonfunctie prominenter aanwezig is. Hier wordt restrictiever omgegaan met horeca initiatieven. Onder randvoorwaarden zijn horecatypen 1 en 2 mogelijk.
- **Geel (gebied 4).** Gevormd door de overige dorpen en wijken van de gemeente Leeuwarden.
 - Horeca is hier uitsluitend toegestaan indien het initiatief een functionele, maatschappelijke en/of ruimtelijke meerwaarde voor het omringend gebied betekent, bijvoorbeeld een wijkrestaurant of lunchroom. Binnen deze randvoorwaarde zijn initiatieven in horecacategorie 1 en 2 mogelijk, mits de oppervlakte van het horecabedrijf kleiner is dan 250 m² horecavloeroppervlakte (hvo).
 - Binnen bestaande buurt- en wijkwinkelcentra is eethoreca toegestaan tot en met horecacategorie 3 mits de oppervlakte van het horecabedrijf kleiner is dan 250 m² horecavloeroppervlakte (hvo);
 - In een nieuw woongebied van voldoende omvang is eethoreca toegestaan tot en met horecacategorie 3, mits de oppervlakte van het horecabedrijf kleiner is dan 250 m² horecavloeroppervlakte (hvo), binnen zones in het nieuwe woongebied waar ook andere verzorgende functies zijn gepland (buurt- en wijkwinkelcentra);
 - Grootschalige horeca (oppervlakte meer dan 250 m² hvo) is niet toegestaan tenzij deze onderdeel zijn van een nieuwe integrale gebiedsontwikkeling passend binnen door de raad vast te stellen kaders.



FIGUUR 12 GEBIEDSINDELING HORECA GEMEENTE LEEUWARDEN
Bron: Horecanota gemeente Leeuwarden 2016

VERBLIJFSGEBIED VERSTERKENDE HORECA >>

Waar in de Horecanota nog wordt gesproken over ondergeschikte horeca willen we deze term in de Retailvisie vervangen door verblijfsgebied versterkende horeca. Deze vorm van horeca hangt sterk samen met blurring concepten en tijdelijkheid. Verblijfsgebied versterkende horeca is het kleinschalig verstrekken van eten en drinken tegen betaling voor gebruik ter plaatse, dat een ondergeschikt onderdeel is van de hoofdactiviteit. Hierbij valt te denken aan een koffiecorner bij een winkel, eethoek bij de visboer, eetcafé bij een museum, leescafé bij een bibliotheek etc.