



BROEKHUIS RIJS & DE GIER
ADVISING *Ruimtelijk economisch Advies
& Procesmanagement*

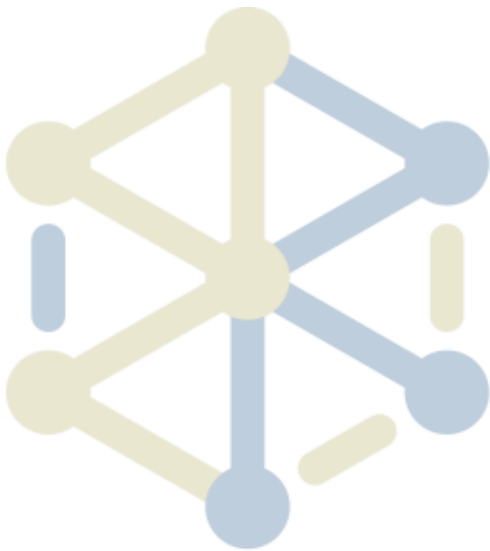
Ameland

Integraal detailhandels- en horecabeleid



Ameland

Integraal detailhandels- en horecabeleid



Opdrachtgever:
Projectnummer:
Datum:

Gemeente Ameland
0321.495
02/05/2022



Inhoud

1	Inleiding	5
2	Relevante beleidsstukken	7
3	Trends en ontwikkelingen	10
	3.1 Algemene trends en ontwikkelingen	10
	3.2 Toerisme: trends en ontwikkelingen	10
	3.3 Horeca: trends en ontwikkelingen	11
	3.4 Coronacrisis	12
	3.5 Ontwikkelingen Ameland	13
4	Kenschets Ameland	14
	4.1 Ligging	14
	4.2 Demografie	14
	4.3 Toerisme	16
5	Kwantitatieve analyse horeca	18
	5.1 Horeca aanbod	18
6	Kwantitatieve analyse detailhandel	23
	6.1 Detailhandelsaanbod	23
	6.2 Distributieplanologische analyse	26
7	Kwalitatieve analyse	28
	7.1 Structuur Ameland	28
	7.2 Nes	29
	7.3 Hollum	31
	7.4 Buren	34
	7.5 Ballum	36
	7.6 Strandpaviljoens	38
8	Integraal beleid	41
	8.1 Algemene uitgangspunten	41
	8.2 Uitwerking dorpen	43

Bijlage 1 - Algemene trends en ontwikkelingen

Bijlage 2 - Coronacrisis

Bijlage 3 - Bevolkingsontwikkeling Ameland

Bijlage 4 - Demografische ontwikkelingen

Bijlage 5 - Bevindingen eerdere rapporten



1 Inleiding

Ameland is een eiland waar inwoners en bezoekers sfeer, rust, ruimte en een prachtige natuur vinden. De uitgestrekte stranden, bossen en natuurgebieden trekken jaarlijks vele bezoekers, zowel uit Nederland als uit het buitenland. Het uitgebreide aanbod aan vakantieparken, hotels, villa's, groepsaccommodaties en campings zorgt ervoor dat elk type toerist aangenaam op het eiland kan verblijven.

De fysieke horeca en detailhandel zijn een zeer belangrijk onderdeel van de toeristische beleving van Ameland. Beide zijn van wezenlijk belang voor het toerisme om aantrekkelijk en levensvatbaar te zijn, zowel voor toeristen als inwoners. In beide sectoren is echter sprake van een forse dynamiek; er gebeurt veel en veranderingen gaan snel. Branchevervaging, blurring, toename in het online winkelen en veranderend consumentengedrag zijn slechts enkele voorbeelden die directe invloed hebben op winkelgebieden. Naast trends in de detailhandel en horeca, zijn ook toeristische trends (o.a. seizoenverbreding) en demografische trends (o.a. vergrijzing en ontgroening van de bevolking) van wezenlijk belang bij het opstellen van nieuw beleid. Zeker in het licht van de coronacrisis en de te verwachten effecten op de horeca, de detailhandel en het toerisme, is het van belang om zo goed mogelijk in te spelen op de huidige ontwikkelingen. Dit vraagt om een kritische blik op de huidige aanbodstructuur van Ameland.

Het oude horecabeleid en de detailhandelsstructuurvisie dateren respectievelijk uit 2006 en 2009. In 2012 heeft er een tussentijdse evaluatie van het horecabeleid plaatsgevonden en in 2019 zijn het detailhandels- en horecabeleid gezamenlijk geëvalueerd. De oorspronkelijke stukken zijn daarmee zodanig verouderd dat nieuwe beleidsvorming gewenst is. Een actueel kader is nodig om de winkelcentra van Ameland in de toekomst leefbaar te houden en om actuele ontwikkelingen van een passend antwoord te voorzien. De Economische Visie 2030, die gefocust is op duurzame economische ontwikkeling op het eiland, vormt samen met de uitgevoerde evaluatie de basis voor het nieuw te formuleren integraal beleid voor de detailhandel en horeca.

Doelstelling

Juist op een toeristisch eiland lopen de detailhandel en horeca sterk in elkaar over, waardoor de voorkeur uitgaat naar een geactualiseerde visie waarin de detailhandel en horeca samen worden opgepakt. Het gaat om een beleidsvisie op hoofdlijnen die de gewenste ontwikkelingen schetst, maar niet tot in detail alles vastlegt. Het doel van het opstellen van de geïntegreerde detailhandels- en horecavisie voor de gemeente is meerledig, het gaat om:

1. Het verkrijgen van inzicht in de actuele situatie van de detailhandel en horeca op Ameland. Zowel de kwantitatieve als de kwalitatieve positie van de dorpen in de gemeente wordt in beeld gebracht. Hierbij dient rekening gehouden te worden met de trends en ontwikkelingen in de detailhandel en horeca (waaronder de effecten van de coronacrisis);
2. Het formuleren van helder beleid over de positie en ontwikkeling van het horeca- en detailhandelsaanbod in de toekomstige voorzieningenstructuur van de gemeente;
3. Het toetsen van het huidige beleidskader aan de huidige behoeften; te denken valt aan de economische visie van de gemeente, maar ook aan de Europese Dienstenrichtlijn;
4. Het geven van duidelijkheid over de wijze waarop de winkelgebieden zich verder moeten ontwikkelen tot toekomstbestendige centra.



Vraagstelling

Op basis van bovenstaande doelstelling zijn de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

- 1 Wat is kwantitatief en kwalitatief de huidige stand van zaken van de detailhandel en horeca in de gemeente Ameland?
- 2 Hoe ziet de huidige detailhandels- en horecastructuur van Ameland eruit en wat is het verzorgingsgebied van de verschillende dorpen, rekening houdend met het toerisme?
- 3 Hoe functioneren de verschillende dorpen in de gemeente afzonderlijk en ten opzichte van elkaar? Waaruit bestaat de eigenheid van elk dorp? Waarin wijkt Ameland af van het vasteland?
- 4 Welke recente trends en ontwikkelingen, inclusief corona, zijn van invloed op de detailhandel en de horeca op Ameland, en op welke wijze kan hiermee worden omgegaan?
- 5 Wat is het (economisch) belang van het toerisme voor de detailhandel en horeca, en wat zijn de verwachtingen hiervan voor de toekomst?
- 6 Hoe ziet de actualisatie van de SWOT-analyse van de detailhandel en horeca op Ameland eruit?
- 7 Wat is er in de afgelopen jaren veranderd in bovenstaande aspecten?
- 8 Wat is op hoofdlijnen de toekomstig gewenste detailhandelsstructuur en het gewenste horecabeleid van de gemeente Ameland? Hoe kunnen de verschillende sectoren en functies in de dorpen en het buitengebied elkaar zo optimaal mogelijk versterken om sterke, leefbare en gastvrije dorpen met een eigen karakter te behouden?
- 9 Welke actiepunten kunnen geformuleerd worden om de detailhandels- en horecavisie te realiseren, rekening houdend met het planologische beleidskader?

Leeswijzer

Om deze vragen te kunnen beantwoorden worden in hoofdstuk 2 de meest relevante eerdere beleidsstukken en visies kort omschreven. Daarna worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen met betrekking tot de detailhandel, de horeca en het toerisme behandeld. Ook wordt in dit hoofdstuk stilgestaan bij de effecten van de coronacrisis en worden een aantal actuele ontwikkelingen op Ameland beschreven. Hoofdstuk 4 gaat in op de ligging, de demografische ontwikkelingen en het toerisme op Ameland. Vervolgens wordt in hoofdstuk 5 en 6 de kwantitatieve analyse gegeven van zowel de horeca als de detailhandel. In hoofdstuk 7 volgt de kwalitatieve analyse per dorp. Op basis van het voorgaande wordt in hoofdstuk 8 de toekomstvisie voor de detailhandel en horeca op Ameland beschreven, zowel algemeen als per dorp.



2 Relevante beleidsstukken

In de afgelopen jaren zijn diverse beleidsstukken en visies opgesteld. Hieronder geven we voor de meest relevante beleidsstukken/visies globaal een kort overzicht van de inhoud. Voor een uitgebreider inzicht verwijzen we naar de desbetreffende documenten.

Economische visie 2030 (2019)

Doel: 'Komen tot een verfrissend perspectief op duurzame economische ontwikkeling. Een visie gericht op blijvend profijt voor Ameland, zijn ondernemers, bewoners en bezoekers'.

De visie focust zich op drie thema's: 'duurzaam toerisme', 'voedsel/agrarische sector' en 'nieuwe economie'. Bij elk thema wordt ingegaan op de cijfers, trends, ontwikkelingen en relevante beleidskaders. Daarnaast wordt inzicht gegeven in de dialoog die inwoners met elkaar hebben gehad over de drie onderwerpen. Op basis van voorgaande factoren is een streefbeeld voor 2030 opgesteld en wordt per thema uitgewerkt wat de uitgangspunten zijn, inclusief doelstellingen. Een belangrijke randvoorwaarde is 'kwaliteit boven kwantiteit verkiezen'.

Detailhandelsstructuurvisie (2009)

Doel: 'Het opstellen van een reële integrale detailhandelsstructuurvisie die als basis kan dienen voor de actualisering van de gemeentelijke bestemmingsplannen. Deze detailhandelsstructuurvisie dient zo concreet mogelijk uitgewerkt te worden met een helder plan van aanpak, waarmee de diverse betrokken partijen vervolgens moeten kunnen werken'.

De detailhandelsstructuurvisie dateert uit 2009 en belicht onder andere de karakteristieken van Ameland, het detailhandelsaanbod, de belangrijke trends en ontwikkelingen en de resultaten vanuit een opgezette enquête. Ook wordt er een kwantitatieve en kwalitatieve analyse gegeven m.b.t. het eiland. Uiteindelijk wordt voor elk dorp de gewenste detailhandelsstructuur uitgewerkt, met bijbehorend plan van aanpak. In 2019 is zowel het detailhandels- als horecabeleid geëvalueerd.

Voor de verdere inhoud op dorpsniveau van zowel deze detailhandelsstructuurvisie als het horecabeleidsplan wordt verwezen naar de bijlage 5.

Horecabeleidsplan (2006)

Doel: 'Het tot stand brengen van een evenwicht tussen kwantiteit van de horeca, de spreiding, de relatie met andere functies en met de omgevingskwaliteit, en daarmee een veelzijdig en goed functionerende horeca'.

Per dorp is weergegeven welke acties moeten worden ondernomen wat betreft horeca, welk instrument daarvoor het meest geschikt is, hoe het uitgevoerd moet worden en wie verantwoordelijk is. Per horecatype wordt gekeken of het wel/niet ontwikkeld, geconsolideerd of teruggedrongen kan/moet worden. Daarbij is ook een actieprogramma met actiepunten opgesteld. In 2012 heeft er een tussentijdse evaluatie van het horecabeleidsplan plaatsgevonden. Doel was om te komen tot een bijstelling van het beleid met betrekking tot de passendheid van de ontwikkelrichtingen per dorp. In deze evaluatie is onder meer aandacht voor de ondergeschikte horeca en voor zogenaamde unieke concepten. Tevens is aangegeven om een stabilisatie van het aantal horecagelegenheden na te streven; de nul-



situatie is toen dan ook bepaald. Ook in 2015 heeft een evaluatie van het horecabeleid 2015 plaatsgevonden. In deze notitie en verder invulling gegeven aan zowel het unieke horecaconcept als aan de ondergeschikte horeca. Voor het unieke concept is onder meer aangegeven dat het moet aansluiten op een speerpunt van het gemeentelijk beleid, en als voorwaarde dat de aanwezigheid van een horecabestemming noodzakelijk is. Voor de ondergeschikte horeca zijn aanvullingen op het bestaande beleid benoemd, die uiteindelijk in een nieuwe beleidsregel zijn verwoord (zie hieronder).

Woonvisie Ameland: Investeren in vitale dorpen (2017)

Doel: 'Oplossingen bieden voor groepen die voor een vitaal eiland van belang zijn en die zonder hulp van de overheid niet of onvoldoende hun weg weten te vinden naar de woningmarkt; dienen als toetsingskader voor woningbouwinitiatieven; richting geven aan de strategische keuzes die het gemeentelijk woningbedrijf maakt in de komende jaren'.

De visie is gebaseerd op drie hoofddambities: het zijn van een hoogwaardig toeristeneiland, het zijn van een vitaal wooneiland, en ervoor zorgen dat je als oudere op Ameland kan blijven wonen. In de visie worden elf afspraken beschreven waarin duidelijk wordt op welke manier Ameland met goede woonoplossingen kan zorgen voor vitale dorpen. Er wordt daarnaast een woningmarktanalyse gegeven op basis van de volgende thema's: demografie, woningvoorraad, sociale huurmarkt, koopmarkt, particuliere huurmarkt, wonen en zorg en duurzaam wonen. Eind 2021 zal de visie geëvalueerd worden.

Nota verblijfsrecreatief beleid gemeente Ameland 2016-2020

Doel: 'Het ontwikkelen van nieuw beleid dat kan dienen als afwegingskader voor toekomstige ruimtelijke ontwikkeling in de verblijfs-recreatieve sector op Ameland'.

De nota evalueert per sector de ontwikkelingen, de beleidsregels en of de doelen achter de beleidsregels zijn gehaald. Het gaat daarnaast in op de trends die zichtbaar zijn binnen de recreatie en het toerisme. Op basis van de conclusies wordt een nieuwe visie gevormd, waarbij zowel de hoofdlijnen van het beleid als het beleid per sector worden geschetst.

Strandnota Ameland (2016)

Doel: 'De optimaal gewenste mate van bebouwing en gebruik, gekoppeld aan bebouwing, van het strand vastleggen in uitgangspunten voor het toekomstige beleid en het nieuwe bestemmingsplan Buitengebied'.

In de Strandnota wordt de huidige situatie van de bebouwing en het gebruik van de (maximaal) vier strandpaviljoens, het noordelijke activiteitenstrand en het zuidwestelijke strand bij Hollum beschreven en toegestaan. Verder worden de beleidskaders en de relevante omgevingsaspecten toegelicht. Tot slot wordt de toekomstvisie per groep omschreven.

Beleidsregel ondergeschikte horeca (2021)

De beleidsregel beschrijft welke eisen worden gesteld aan de ondergeschikte horeca, zowel algemeen als specifiek voor outdoor bedrijven. Op hoofdlijnen gaat het om de volgende voorwaarden:



Algemeen:

- Openings- en sluitingstijden hoofdfunctie en horeca gelijk (of horeca korter)
- Horecadeel alleen open voor degenen die primair komen voor hoofdactiviteit, bvo maximaal 25% van de bvo inrichting, max. 34,99 m2
- Geen andere activiteiten (feesten), geen verhuur aan derden
- Horecagedeelte toegankelijk via hoofdfunctie
- Geen maaltijden/buffetten, m.u.v. eigen leden en gastleden
- Geen arrangementen, geen reclame voor horeca
- Geen buitenterras, dat vanaf de weg zichtbaar en toegankelijk is

Specifiek outdoor-bedrijven (Outdoor Ameland Klimpark & Paintball, Outdoor Ameland Beach, Ameland Adventure), extra:

- Horecadeel alleen open voor degenen die primair komen voor hoofdactiviteit
- Openings- en sluitingstijden hoofdfunctie en horeca gelijk of horeca is maximaal tot 1 uur na sluiting/afronding hoofdfunctie geopend; max. 40% van bvo inrichting;
- Geen alcoholhoudende drank, m.u.v. zwak-alcoholhoudende
- In aanvulling op verstrekken van (klein) eetwaren: ook een bbq of vergelijkbare eetwaren, uitsluitend in combinatie met de boeking van een hoofdactiviteit.

Voor de exacte omschrijvingen wordt verwezen naar het desbetreffende beleidsstuk.



3 Trends en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk bespreken we kort een aantal algemene trends die direct of indirect te maken hebben met de Nederlandse winkelgebieden en winkelstructuur. De situatie op Ameland (en de overige Waddeneilanden) is in veel opzichten (maar niet alle) anders dan in de rest van het land. Daarom volstaan we hier met een beknopte opsomming van de belangrijkste algemene trends, maar komen we aan het eind terug op de specifieke situatie op Ameland. Na deze eerste paragraaf staan we stil bij de trends en ontwikkelingen die zich voordoen binnen het toerisme en de horeca. Vervolgens staan we stil bij de effecten van de coronacrisis en de impact die de crisis heeft op Ameland. Tot slot gaan we in op een aantal actuele ontwikkelingen op Ameland.

3.1 Algemene trends en ontwikkelingen

Op landelijk niveau spelen trends die vaak ook op regionaal of lokaal niveau zichtbaar zijn. Diverse trends zullen vroeg of laat gevolgen hebben voor het te voeren gemeentelijke beleid. De belangrijkste trends sommen we hier op; **bijlage 1** gaat uitgebreid in op deze algemene trends en ontwikkelingen:

- Vergrijzing en ontgroening van de bevolking
- Toename online winkelen
- Afnemende behoefte aan fysieke winkelmeters
- Schaalvergroting en -verkleining
- Trek weg uit het midden
- Brancheervaging en blurring
- Veranderend consumentengedrag
- Belang van identiteit, authenticiteit en beleving
- Wijzigend trekkerbeeld
- Sanering supermarkten
- Opvolgingsproblematiek
- Financiering en huurniveau
- Ontwikkeling leegstand

3.2 Toerisme: trends en ontwikkelingen

Op het gebied van toerisme zijn diverse trends zichtbaar en de afgelopen jaren hebben zich nieuwe ontwikkelingen voorgedaan, zowel landelijk als zeker ook op Ameland:

- Vaker op vakantie en meer korte vakanties
- Seizoensverbreding
- (Seizoens)personeel en huisvesting is een probleem
- Consumenten/bezoekers verwachten meer luxe
- Minder groepsgericht, meer individueel
- Scheiding tussen groepen nadrukkelijk aanwezig
- Toename aan particuliere verhuur (o.a. Airbnb)

Men gaat tegenwoordig steeds vaker op vakantie en met name het aantal korte vakanties neemt toe. Het toeristisch seizoen wordt daarmee langer. Voorheen was Ameland een echt



seizoenseiland, maar al geruime tijd trekt het eiland ook buiten het hoogseizoen veel toeristen naar zich toe. De seizoensverbreding brengt met zich mee dat bijna het hele jaar door voldoende gekwalificeerd (horeca)personeel gewenst is op het eiland. Dit is al jarenlang een probleem, zeker omdat huisvesting van het vaak tijdelijke personeel lastig is. De wensen van toeristen zijn sterk veranderd, zeker met de komst van het nieuwe type toerist op Ameland (zie ook paragraaf 4.3). De vraag naar service, gemak en luxe wordt bij een bepaald deel van de toeristen steeds groter. Dit werkt door in bijvoorbeeld de vraag naar grote vakantiehuizen en luxe villa's, maar ook in de vraag naar een kwalitatief goede service in de horeca. Hoewel er een groep toeristen is die veel luxe verwacht, zijn er ook groepen die juist hoofdzakelijk komen voor bijvoorbeeld de rust, de natuur of het avontuur. De vraag naar een verblijf in kampeerboerderijen neemt al jaren af. De scheiding tussen verschillende bezoekers is nadrukkelijk aanwezig en elke groep heeft andere wensen en bezoekredenen. Het is daarom zaak om zo goed mogelijk in te spelen op de specifieke wensen van de verschillende groepen en om hierin mee te bewegen.

3.3 Horeca: trends en ontwikkelingen

Ook op het gebied van horeca zijn verscheidene trends en ontwikkelingen zichtbaar:

- Veranderende voorkeuren consument (meer aandacht voor lokaal, authentiek, ambachtelijk, vers, gezond en duurzaam)
- Veranderende menukeuzes en multifunctionaliteit
- Gespecialiseerde horeca-aanbieders
- Horeca op bijzondere locaties (ondergeschikte horeca)
- Daghoreca steeds dominanter
- Opkomst horeca met maatschappelijke betrokkenheid

Het consumentengedrag en de voorkeuren van consumenten veranderen op vele terreinen, zo ook binnen de horeca. Er is in toenemende mate aandacht voor lokale, authentieke en ambachtelijke producten in horecazaken en consumenten geven steeds vaker de voorkeur aan verse en gezonde maaltijden. Ook duurzaamheid binnen de horecasector is de afgelopen jaren een belangrijker thema's geworden. Hierbij kan gedacht worden aan minder voedselverspilling, minder gebruik van plastic en het samenwerken met lokale ondernemers. Op Ameland is dit ook een belangrijk thema, wat ook terugkomt in de Economische Visie 2030. Voorgaande ontwikkelingen zorgen onder andere voor steeds bredere menukeuzes. Horeca is voor Ameland van groot belang door de vele toeristen die het eiland bezoeken. Om voor iedereen aantrekkelijk te zijn, is het zaak om de diversiteit van het aanbod te behouden. Naast de verbreding is er ook sprake van toenemende specialisatie, zoals theehuizen, speciale biercafés en burgerrestaurants. Een andere ontwikkeling is het aanbieden van horeca op bijzondere locaties, zoals op Ameland een horecavoorziening bij een museum. Het gaat dan om ondergeschikte horeca, waarbij Ameland heeft vastgesteld dat het slechts een ondersteunende functie moet hebben van de hoofdactiviteit en het dus niet primair gericht is op het verstrekken van consumptieve goederen.



3.4 Coronacrisis

De coronacrisis, die zich medio maart 2020 ontwikkelde, leidde een periode in met ongekende impact op de maatschappij. Dit geldt zeker ook voor de Nederlandse economie: er is bijna geen sector te bedenken die niet op een of andere manier de effecten van de coronacrisis voelt. Zo ook de retailsector. De impact van de crisis op een eiland als Ameland is anders dan de impact op Nederland als geheel. **Bijlage 2** gaat in op enkele algemene gevolgen van de crisis; hier beschrijven we kort de effecten van de crisis op Ameland en de andere Waddeneilanden.

Ameland behoorde begin april 2020 bij een van de weinige plekken waar nog geen coronapatiënt was vastgesteld. Pas midden april werd de eerste besmetting bevestigd.

Alle Waddeneilanden zijn sterk afhankelijk van het toerisme en een groot deel van de banen op Ameland valt in de sector recreatie en toerisme. Voor de eilanden geldt dat het toerisme het afgelopen jaar aanvankelijk sterk is afgenomen, waardoor deze economie hier tijdelijk flink last van heeft gehad, maar ook uitermate sterk is teruggeveerd. Medio 2020 werd verwacht dat op de gezamenlijke Waddeneilanden een fors deel van de (directe of indirecte) banen in het toerisme verloren zou gaan door de coronacrisis¹. Deze voorspelling werd ondersteund door onder andere de werkloosheidscijfers op de eilanden; het aantal WW-uitkeringen liet een forse stijging zien. Het feit dat er op de Waddeneilanden relatief veel zelfstandig ondernemers wonen, zorgt ervoor dat een groot aandeel van de mensen zich zorgen maakte over hun werk en inkomen¹. Het waren namelijk vooral de zelfstandigen (en in mindere mate de werknemers in loondienst) die zich hier zorgen over maakten². Toch hebben de ondernemers ondanks corona een paar goede jaren gehad.

Concreet had Ameland te maken met onder andere de volgende problemen en situaties:

- Horeca en winkels ondervonden beperkingen door gedwongen sluitingen, de 1,5-meter regel, het maximum aantal klanten in een winkel et cetera;
- Het buitenlands toerisme (voornamelijk uit Duitsland) kwam tot stilstand door inreisbeperkingen. Een deel werd opgevuld door binnenlands toerisme, omdat Nederlanders niet naar het buitenland konden/wilden. Een ander deel van de toeristen ging verloren.
- Ameland kreeg door de toename van het binnenlands toerisme te maken met een nieuw soort toerist; Nederlanders die normaal naar het buitenland zouden gaan. Zie paragraaf 4.3 voor een nadere toelichting.
- Groepsverblijven bleven vanwege de coronamaatregelen onderbenut. De ruim vijftig groepsverblijven op het eiland bleven nagenoeg leeg. De landelijke cijfers laten zien dat de categorie 'Groepsaccommodaties' relatief gezien³ het zwaarst werd getroffen. In de vijf jaren voor 2020 lag het totaal aantal overnachtingen in groepsaccommodaties in juni tussen de 460.000 en 590.000; in juni 2020 lag het op slechts 84.000. In juni 2021 lag het aantal overnachtingen in groepsaccommodaties nog steeds op een relatief laag niveau, maar wel hoger dan het jaar ervoor, namelijk 265.000⁴. Ook op Ameland hebben deze verblijven het zwaar.

¹ Grote impact van coronacrisis voor Waddeneilanden (Fries Sociaal Planbureau, juni 2020)

² Corona in Fryslân: de gevolgen van de coronacrisis voor de inwoners van Fryslân (Fries Sociaal Planbureau, juni 2020)

³ NB. Ten opzichte van de twee andere soorten verblijfsrecreatieve logiesaccommodaties: kampeesterreinen en huisjesterreinen.

⁴ Logiesaccommodaties; gasten, overnachtingen, bezettingsgraad, kerncijfers (CBS Statline, 2021)



- De capaciteit van veerboten was minder dan 50%, vanwege de 1,5-meter regel en het maximum aantal mensen in een ruimte. Hierdoor kon niet het normale aantal passagiers worden vervoerd.

3.5 Ontwikkelingen Ameland

Op Ameland spelen diverse landelijke trends eveneens een rol, maar in diverse gevallen is sprake van een afwijkende situatie. Bovendien is sprake van enkele ontwikkelingen, die juist specifiek voor de Waddeneilanden, inclusief Ameland, spelen.

Online winkelen is altijd al een belangrijke factor geweest op het eiland; daarin is de afgelopen tijd dan ook niet zoveel veranderd. Wat wel is veranderd, is het feit dat veel bezoekers al dan niet noodgedwongen (tijdens de lockdown) ook veel meer gebruik hebben gemaakt van online bestellen en afhalen, ook bij de horeca. Sinds alle winkels en horecazaken weer geopend zijn, is ook te merken dat de 'gemiddelde' toerist veranderd is. Deze bezoeker gaat net als landelijk vaker uit eten, en stelt ook andere eisen. Waar de toerist op de kampeerboerderij zelf boodschappen haalt en kookt gaat de toerist in een appartement ook regelmatig uit eten.

De horeca op Ameland heeft zo mogelijk nog meer dan op het vasteland grote problemen om (gekwalificeerd) personeel te krijgen; met het toenemende eisenpakket van de toerist wordt dit probleem steeds nijpender. Diverse ondernemers hebben dan ook op één of meerdere dagen hun zaak moeten sluiten. Een specifiek bijkomend eiland-probleem is dat van de huisvesting. Vooral in en om Nes is sprake van deze problemen.

Leegstand, opvolgingsproblemen en sanering van supermarkten zijn landelijke trends, die op Ameland niet of nauwelijks voorkomen. Blurring komt evenmin voor in de mate zoals landelijk. Op het eiland is duidelijk sprake van ofwel een detailhandels- ofwel een horeca-bestemming. Wel bestaat nu de mogelijkheid van ondergeschikte horeca, waardoor ingespeeld kan worden op wensen vanuit de bezoekers. Financiering bij nieuw- of verbouw en bij startende ondernemers vormt op Ameland vaker dan in het verleden een probleem. De kans dat ondernemers of investeerders vanaf het vasteland op deze wijze op het eiland komen neemt daarmee toe.

De geleidelijke veranderingen in het consumentenprofiel brengt ook met zich mee, dat het mobiliteitspatroon aan het veranderen is. Het lijkt erop dat tegenwoordig meer mensen met de auto het eiland bezoeken. De autoboten zitten in het hoogseizoen al vroeg vol, waardoor het ook op het eiland sneller druk wordt in en om de dorpen. Tevens is de elektrische fiets volledig ingeburgerd. Hierdoor is de reikwijdte toegenomen; de toerist in Buren en Nes kan nu ook eenvoudig Ballum en Hollum bezoeken.



4 Kenschets Ameland

4.1 Ligging

Ameland is vanaf het westen gezien het vierde bewoonde Nederlandse Waddeneiland. Het eiland behoort net als Vlieland, Terschelling en Schiermonnikoog tot de provincie Friesland. Ameland is zowel qua inwonertal (3.747 inwoners) als qua oppervlakte (5.911 ha) het middelste eiland⁵. Texel en Terschelling hebben meer inwoners en een grotere oppervlakte, Vlieland en Schiermonnikoog hebben minder inwoners en een kleinere oppervlakte. Vanaf Holwerd is het met de veerdienst of sneldienst respectievelijk 50 of 20 minuten varen naar Ameland.

Figuur 4.1: Nederlandse Waddeneilanden



Bron: BRDG Advies

4.2 Demografie

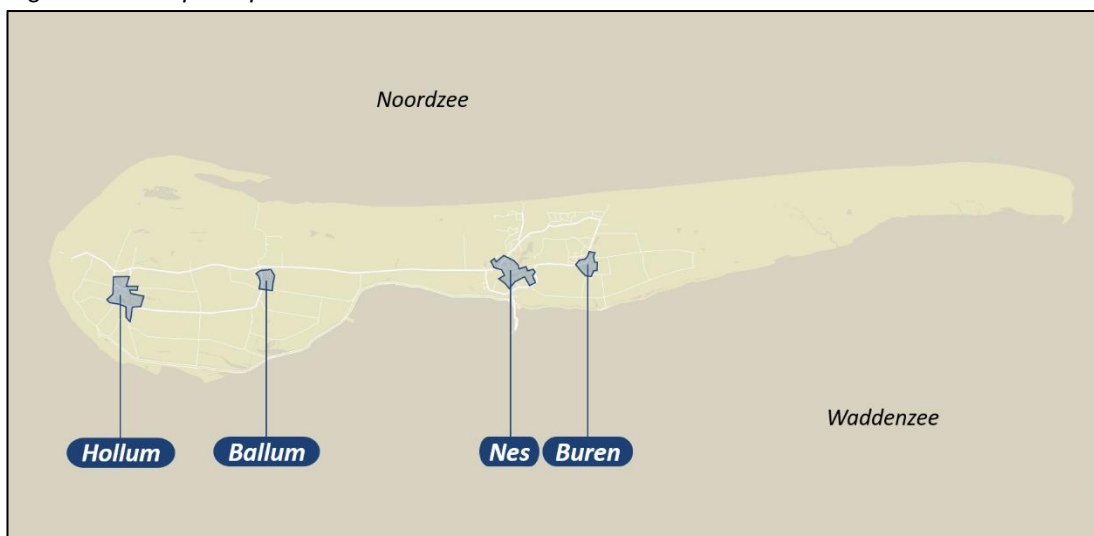
Inwonertal

De gemeente Ameland telde op 1 januari 2021 3.747 inwoners⁶. De afgelopen tien jaar is het inwonertal elk jaar steeds heel licht gestegen; in 2010 woonden er nog 3.501 mensen op Ameland. Tot 2040/2045 wordt een verdere (lichte) stijging verwacht van het aantal inwoners; **bijlage 3** gaat hier nader op in. Het eiland heeft vier dorpen: Hollum, Ballum, Nes en Buren. Hollum en Nes zijn beide met ruim 1.100 inwoners groter dan Ballum en Buren (zie tabel 4.1) en hebben de meeste voorzieningen.

⁵ Kerncijfers wijken en buurten 2020 (CBS Statline, 2020)

⁶ Regionale kerncijfers Nederland (CBS Statline, 2021)

Figuur 4.2: Dorpen op Ameland



Bron: BRDG Advies

Tabel 4.1: Aantal inwoners per dorp op Ameland

Ameland	Aantal inwoners op 1-1-2020 (excl. verspreide huizen)
Hollum	1.185
Ballum	385
Nes	1.175
Buren	540
Totaal	3.285

Bron: CBS Statline 2020, bewerking door BRDG Advies

Inkomensniveau

Het inkomensniveau van alle vijf de Nederlandse Waddeneilanden ligt lager dan het landelijk gemiddelde. Ook op Ameland was het inkomensniveau in 2018 met een gemiddeld besteedbaar inkomen van €40.800 lager dan het Nederlands gemiddelde van €42.500⁷.

Nieuwbouwplannen

Op 23 augustus 2017 is de Woonvisie Ameland⁸ definitief geworden. De visie is in eerste instantie geldig tot eind 2021 en wordt nu als geheel geëvalueerd. In 2017 was er op Ameland een woningvoorraad van bijna 1.500 woningen. Het merendeel was koop (ruim 1.000), de rest sociale huur (256) of particuliere huur (141). Het is lastig te berekenen hoeveel woningen er extra nodig zijn, maar er zijn minimaal drie redenen om de voorraad huurwoningen uit te breiden:

- Zoektijden van drie jaar zijn voor een eiland te lang;
- Het aantal woningzoekenden en de zoektijd is in werkelijkheid hoger dan de cijfers aangeven (de 'verscholen vraag');
- Er is vraag naar continuïteit in hoogwaardig personeel.

⁷ Inkomen van huishoudens; huishoudenskenmerken, regio (CBS Statline, 2020)

⁸ Woonvisie Ameland (KAW, 2017)

Het toevoegen van circa 40 huurwoningen in de komende vijf jaar (2018-2022) werd als een passende eerste stap gezien. Het ging om circa 20 extra huurwoningen van Gemeentelijk Woningbedrijf Ameland (GWA) in Hollum/Ballum en circa 20 extra huurwoningen van GWA in Nes/Buren.

Het toevoegen van koopwoningen wordt hoofdzakelijk overgelaten aan de markt, met enige regulering voor de eilanders zelf.

Demografische ontwikkelingen: vergrijzing en ontgroening

Momenteel is de 'grijze druk' in Nederland 33,1%⁹ en dit zal de komende jaren verder toenemen. Dat wil zeggen: tegenover elke honderd potentiële arbeidskrachten (20- tot 64-jarigen) staan ongeveer 33 personen van 65 jaar of ouder. In vergelijking met de landelijke situatie is de grijze druk op Ameland met 40,7%¹⁰ tamelijk hoog. Daarbij moet wel worden vermeld dat de grijze druk sowieso hoger ligt op de Waddeneilanden dan op het vaste land. Zo liggen de percentages op bijvoorbeeld Schiermonnikoog en Terschelling op respectievelijk 50,6 en 40,3. Naast vergrijzing heeft Nederland ook te maken met ontgroening, wat betekent dat het aandeel kinderen/jongeren daalt. Momenteel is de 'groene druk' in Nederland 36,9%⁹. Op Ameland ligt het aandeel kinderen/jongeren met 35,1% niet ver van het landelijk gemiddelde af. Zie **bijlage 4** voor een nadere toelichting op de demografische ontwikkelingen in Nederland en Ameland.

Demografische ontwikkelingen: krimp en groei

Nederland heeft zowel krimpregio's waar de bevolking afneemt (zoals delen van Friesland, Groningen, Drenthe, Zeeland en Limburg) als groeiregio's waar de bevolking juist toeneemt (zoals de Randstad, Utrecht en Flevoland). De inwoneraantallen op de Waddeneilanden schommelen jaarlijks, waarbij het ene eiland sinds 2010 licht is gegroeid en het andere eiland licht is gedaald qua inwonertal. Wanneer we kijken naar de bevolkingsprognoses van het CBS voor de Waddeneilanden zien we dat de komende jaren het aantal inwoners redelijk stabiel zal blijven, maar over 20 jaar op de meeste eilanden zal zijn gedaald¹¹, alleen op Ameland lijkt het inwonertal ook op termijn redelijk stabiel te blijven. In **bijlage 3** wordt nader ingegaan op de bevolkingsontwikkeling van Ameland.

4.3 Toerisme

Met jaarlijks ruim 600.000 bezoekers en 2 miljoen overnachtingen op het eiland is Ameland een grote toeristische trekker¹². Het toerisme is voor Ameland van levensbelang. In 2020 viel ruim 44% van de banen op Ameland in de sector recreatie en toerisme. In totaal gaat het om een kleine 1.000 banen in de recreatieve en toeristische sector¹³. Op de gezamenlijke Waddeneilanden is 70% van de bedrijvigheid afhankelijk van het toerisme, direct dan wel indirect.

Ameland is niet alleen voor de binnenlandse toerist een trekker, maar zeker ook voor de buitenlandse toerist; een aanzienlijk deel van de bezoekers komt uit Duitsland. Normaal gesproken, vóór de coronacrisis, zijn Duitsers goed voor ongeveer een derde van alle

⁹ Bevolking; kerncijfers (CBS Statline, 2020)

¹⁰ Regionale kerncijfers Nederland (CBS Statline, 2020)

¹¹ Regionale prognose 2020-2050; bevolking, intervallen, regio-indeling 2018 (CBS Statline, 2019)

¹² Economische visie 2030 (Gemeente Ameland, januari 2019)

¹³ Overzicht LISA-data (R&T sector) per gemeente (LISA, 2020)



toeristen op Ameland. Door inreisbeperkingen kwamen er in 2020 en 2021 minder Duitse toeristen naar het eiland. De afname in het buitenlands toerisme werd echter deels goedgemaakt door de toename in het binnenlands toerisme. Sinds de coronacrisis is er een nieuw soort toerist op Ameland; mensen die normaal naar het buitenland zouden gaan, gaan nu op vakantie in eigen land. Deze gasten nemen vaker hun auto mee naar het eiland en gebruiken deze ook vaker. De druk op de natuur neemt daardoor toe. De komst van nieuwe toeristen en het feit dat Ameland de waarden van het eiland wil beschermen heeft geleid tot de bewustzijns campagne 'Welkom in onze wereld'. Het doel is om bezoekers bewust te maken van de natuurlijke omgeving en om ze aan te sporen de auto te laten staan en de fiets te pakken of te wandelen.

Het toeristische beleid richt zich momenteel op seizoensverbreding en kwaliteitsverbetering. Voorheen was Ameland een echt seizoenseiland, maar tegenwoordig trekt het ook buiten het hoogseizoen toeristen naar zich toe. Het streven is om in 2030 een 12-maanden economie te hebben, waarin de zomermaanden blijven gelden als hoogseizoen met piekdrukke, maar waarin ook in het voor- en naseizoen vele bezoekers het eiland weten te vinden¹².

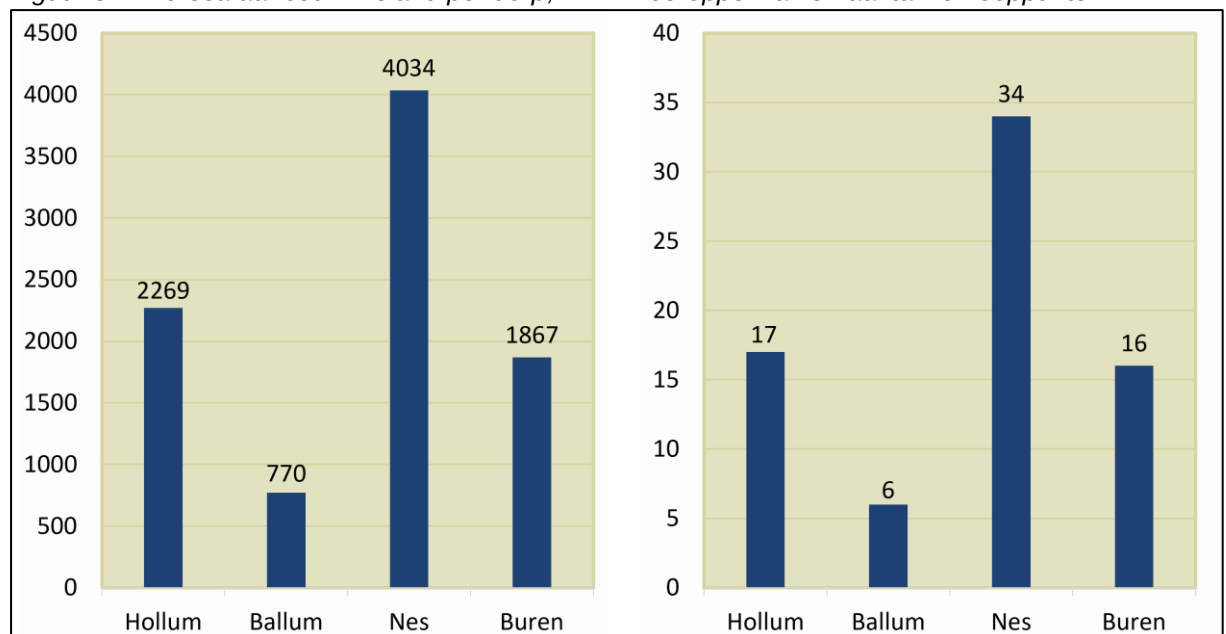


5 Kwantitatieve analyse horeca

5.1 Horeca aanbod

Op Ameland is 8.940 m² vloeroppervlak in de horecasector aanwezig, verdeeld over 73 verkooppunten (excl. ondergeschikte horeca); tijdens de evaluatie in 2012 waren dit er 79. In figuur 5.1 is een overzicht van het huidige horeca aanbod per dorp (en omgeving, incl. campings) in gemeente Ameland te zien, zowel in m² vloeroppervlak als in aantal verkooppunten. Nes en omgeving heeft met 34 verkooppunten en ruim 4.000 m² vloeroppervlak veruit het grootste aanbod; het is goed voor bijna de helft van het totaal aantal horeca aanbieders op Ameland. Het vormt het toeristisch hart qua horeca en winkels. Hoewel Hollum meer dan twee keer zoveel inwoners heeft als Buren, ligt het horeca aanbod ongeveer op hetzelfde niveau, met respectievelijk 17 en 16 verkooppunten.

Figuur 5.1: Horeca aanbod Ameland per dorp, in m² vloeroppervlak en aantal verkooppunten



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

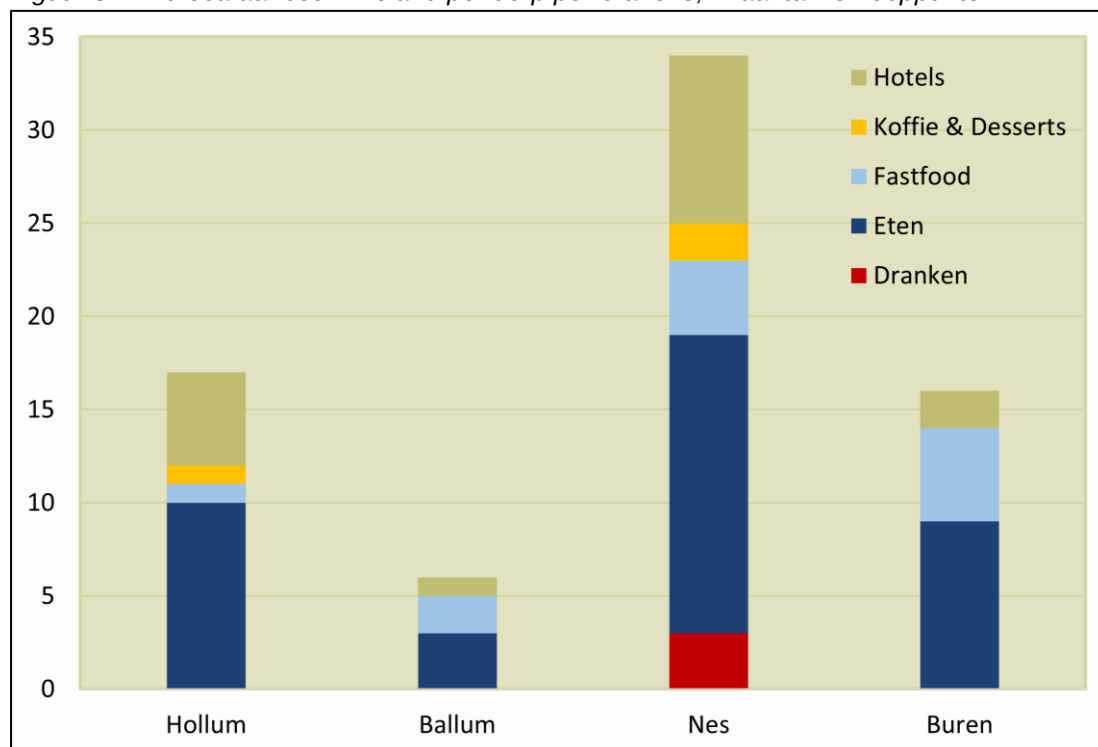
De groep 'Horeca' wordt uitgesplitst in meerdere hoofdbranches met diverse subcategorieën¹⁴:

- Dranken (café, discotheek)
- Eten (lunchroom, pannenkoeken, café-restaurant, restaurant)
- Fastfood (bezorg/halen, fastfood, grillroom)
- Koffie & Desserts (koffiehuis, ijssalon, crêpes/wafels/donuts, koffiebar)
- Hotels (hotel, hotel-restaurant)

¹⁴ Branche overzicht Locatus 2021 (Locatus, 2021)

De groep 'Eten' is op Ameland met 38 verkooppunten het grootst. Hieronder vallen onder andere een groot deel van de restaurants en de vier strandpaviljoens. Ook de groepen 'Hotels' (17) en 'Fastfood' (12) hebben een aanzienlijk aanbod op het eiland. Verspreid over de dorpen zijn 17 hotels en hotel-restaurants gevestigd. Het gaat zowel om hotels van ketenbedrijven (onder andere Fletcher en WestCord) als om kleinere lokale hotels. Onder 'Fastfood' vallen voornamelijk de diverse cafetaria's op het eiland. De groepen 'Dranken' en 'Koffie & Desserts' zijn het kleinst met elk 3 verkooppunten. Het gaat om twee discotheken in Nes (De Lichtboei en De Mill), drie ijssalons en een café. Figuur 5.2 geeft per dorp een overzicht van het horeca aanbod, uitgesplitst naar hoofdbranche.

Figuur 5.2: Horeca aanbod Ameland per dorp per branche, in aantal verkooppunten



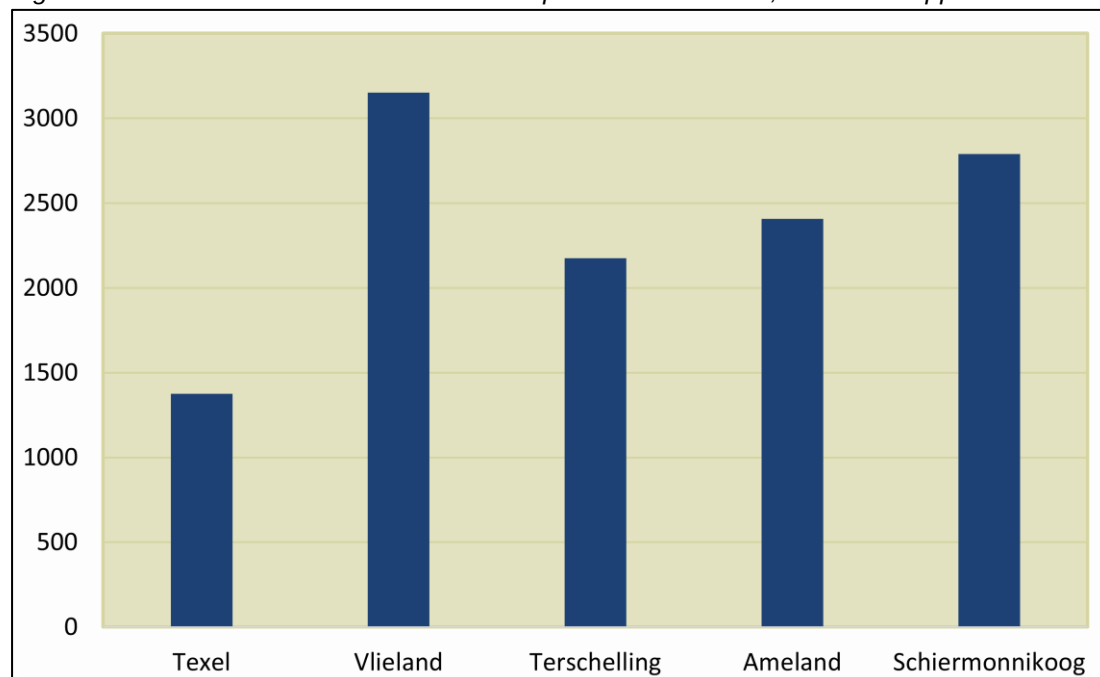
Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Nes heeft het grootste aanbod aan restaurants, lunchrooms, ijssalons en hotels. Daarnaast is het het enige dorp dat horeca aanbiedt in de groep 'Dranken', wat betekent dat dit het enige dorp is waar cafés/discotheken zijn. De Lichtboei en De Brouwerij (één bedrijf) liggen in het centrumgebied van Nes en De Mill ligt ten noordoosten van het dorp. Over het algemeen is Nes het dorp waar de meeste reuring is, met relatief veel horecagelegenheden. Wat verder opvalt is dat Hollum en Buren bijna evenveel aanbieders hebben, maar dat het aanbod tussen beide dorpen verschilt. Zo zijn er in Hollum meer hotels (5 tegenover 2) en in Buren meer fastfood bedrijven (5 tegenover 1). Eerstgenoemde kan onder andere verklaard worden door het feit dat Buren veel groepsaccommodaties heeft die niet binnen de groep 'Hotels' vallen. Met 6 horecavestigingen is in Ballum veruit het minste horeca aanbod aanwezig.

Benchmark

We kunnen het horeca aanbod op Ameland vergelijken met dat van de vier andere Waddeneilanden. Ameland ligt qua inwonertal (3.747) tussen Texel (13.657), Terschelling (4.870), Vlieland (1.193) en Schiermonnikoog (931) in. Wat betreft de absolute aanbodgetallen geldt dat hoe meer inwoners het eiland heeft, hoe meer horeca aanbod er is. Wanneer we kijken naar het aanbod per 1.000 inwoners is er een aanzienlijk verschil tussen de vijf Waddeneilanden (zie figuur 5.3). Het gemiddelde aantal vierkante meters vloeroppervlak in de horeca op de vijf Waddeneilanden is 2.379; Ameland ligt hier met 2.406 m² vloeroppervlak net boven. Texel en Vlieland zijn de twee uitschieters, waarbij Texel een relatief klein aanbod per 1.000 inwoners heeft (1.376 m² vloeroppervlak) en Vlieland relatief veel (3.150 m² vloeroppervlak). Het is logisch dat de eilanden met de minste bezoekers, relatief het hoogste aantal meters per inwoner hebben: de horeca drijft zwaar op toeristen. Een vergelijking met Terschelling is vanuit meerdere opzichten het meest relevant: qua inwonertal, qua horeca aanbod en door de aanwezigheid van meerdere dorpskernen op de eilanden. Te zien is dat het horeca aanbod per 1.000 inwoners op Ameland en Terschelling op ongeveer hetzelfde niveau ligt; 2.406 m² vloeroppervlak op Ameland en 2.175 m² vloeroppervlak op Terschelling.

Figuur 5.3: Horeca aanbod Waddeneilanden per 1.000 inwoners, in m² vloeroppervlak

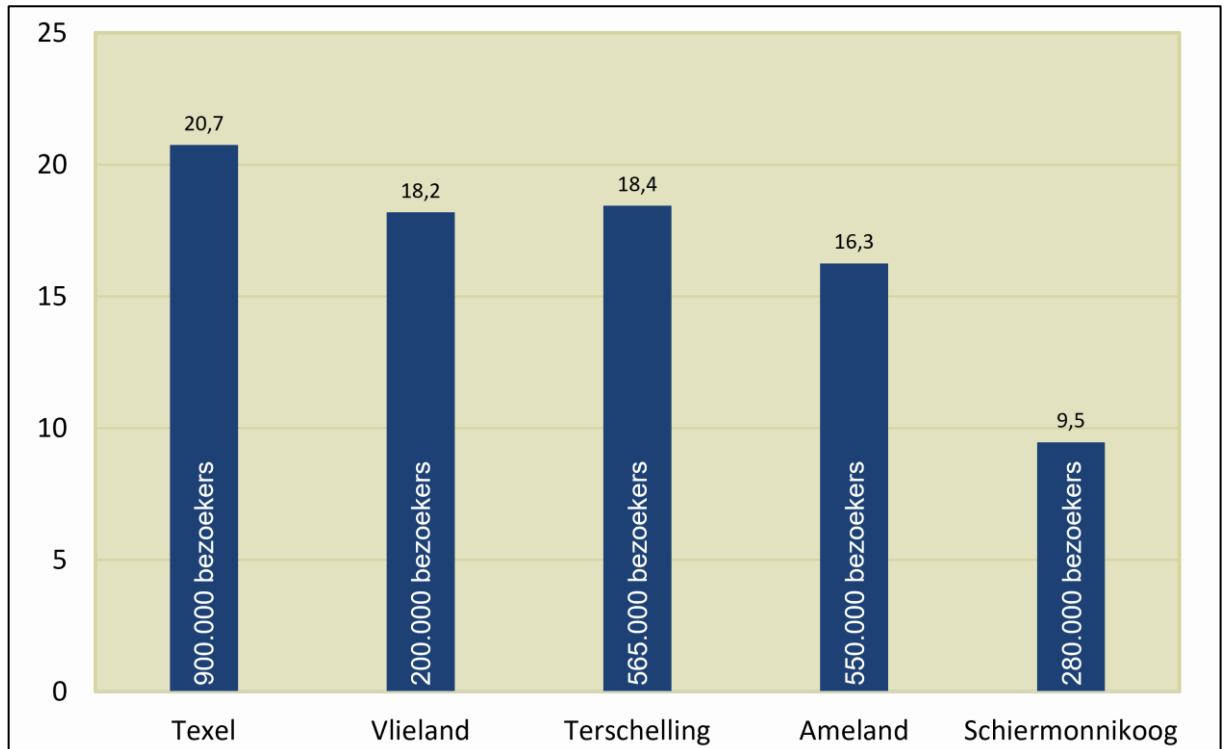


Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

In de volgende figuur staan dezelfde gegevens naar aantal vestigingen, met tevens aangegeven het aantal bezoekers per jaar¹⁵. Op jaarbasis is het aantal bezoekers ongeveer gelijk, en ook het aanbod in de horeca per 1.000 inwoners ontloopt elkaar niet veel voor Terschelling en Ameland. Het getal voor Ameland ligt iets lager; op Ameland is het 16,3 terwijl het getal op Terschelling 18,4 bedraagt.

¹⁵ Analyse Waddeneilanden: Sociaal economische analyse en best practices van Nederlandse, Duitse en Deense Waddeneilanden (Partoer, 2013). NB. In 2021 zullen de bezoekersaantallen net anders zijn dan in 2013, maar de gebruikte gegevens uit 2013 geven een goed inzicht in de verhouding van het aantal bezoekers tussen de vijf eilanden. Omdat de gegevens per eiland op hetzelfde moment en op dezelfde manier zijn verkregen, ontstaat er geen scheve vergelijking.

Figuur 5.4: Horeca aanbod Waddeneilanden per 1.000 inwoners, in aantal vestigingen



Strandpaviljoens

Op Ameland zijn vier strandpaviljoens, elk behorend bij één van de dorpen. Het gaat om Beachclub The Sunset in Hollum, Strandpaviljoen Ballum in Ballum, Strandpaviljoen Sjoerd in Nes en Strandpaviljoen 't Strandhuys in Buren. De bebouwing van de strandpaviljoens in Hollum, Nes en Buren heeft een oppervlakte tussen de 200 en 300 m² met een totaal bebouwd oppervlakte van 800 m², inclusief het terras. Het strandpaviljoen van Ballum heeft een kleiner oppervlak dat rond de 140 m² ligt.

Horeca typologie

De horeca wordt traditioneel ook ingedeeld in verschillende sectoren, die per gemeente kunnen verschillen, maar wel het type horeca duidelijk maken. In sommige gevallen wordt hiervan ook in de bestemmingsplannen gebruik gemaakt. Voor Ameland is in de vorige horecabeleidsplannen gewerkt met de volgende sectoren:

- I Horeca met een dagfunctie, gebonden aan de winkelopeningstijden; deze sector is evenwel niet meer. De gemeente heeft een duidelijke keus gemaakt om hieraan niet mee te werken.
- II Restaurants
- III Hotels en andere logiesverstrekkers
- IV Fastfoodbedrijven
- V Cafés en andere drankverstrekkers
- VI Discotheken

Met uitzondering van sector VI (en soms V) geldt voor alle, dat sprake kan zijn van het overdag aanbieden van een bepaalde vorm van eten en drinken. Zij ondersteunen daarmee onder meer de detailhandel en overige centrumfuncties in een plaats. Het geeft verder niet



zoveel aan over het type product dat aangeboden wordt en de ontwikkeling hierin; de indeling van Locatus zegt hierover meer.

De gemeente werkt in haar bestemmingsplannen met de omschrijvingen Horeca-1 en Horeca-2, waarbij specifieke bestemmingen voor bepaalde vormen zijn aangegeven (zoals een discotheek). Horeca-1 heeft vooral betrekking op eten en drinken, terwijl Horeca-2 met name op de verblijfsaccommodatie ingaat (hotel-restaurant, pension), met horecavoorziening.

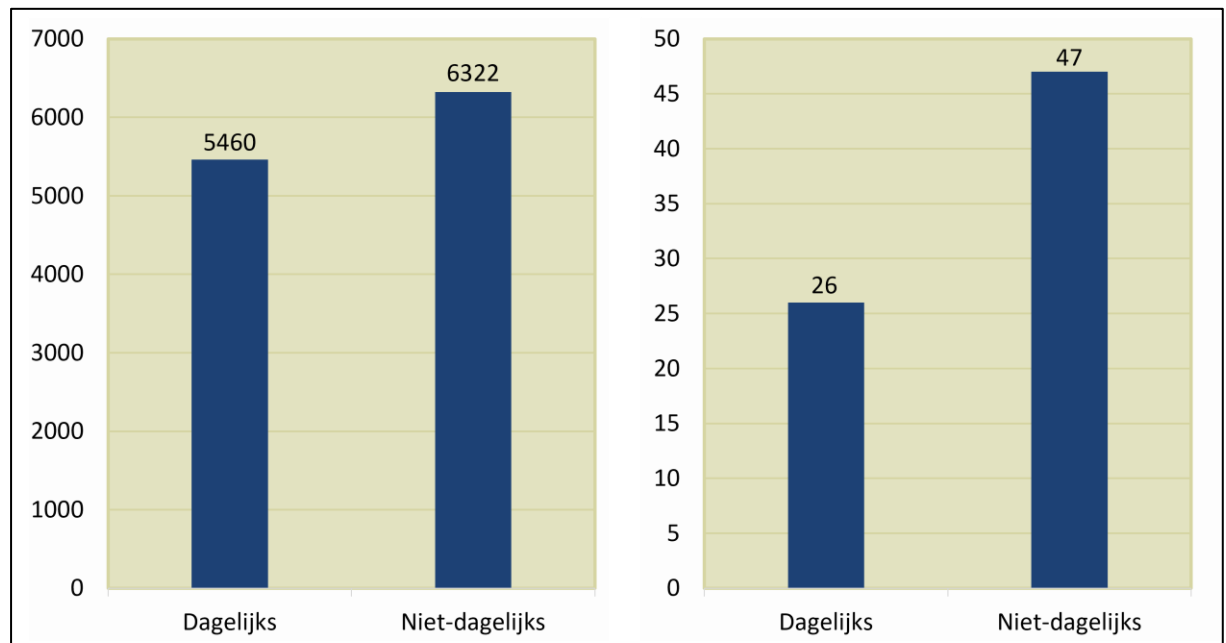


6 Kwantitatieve analyse detailhandel

6.1 Detailhandelsaanbod

Op Ameland is in totaal 11.782 m² winkelvloeroppervlak (WVO) in de detailhandel aanwezig, exclusief leegstand. In 2008 was dit 10.926 m² wvo. Deze meters zijn nu verdeeld over 73 verkooppunten (in 2008 waren dit er 69). In figuur 6.1 is een overzicht van het detailhandelsaanbod in gemeente Ameland te zien, zowel in m² WVO als in aantal verkooppunten. Er is onderscheid gemaakt naar het dagelijkse aanbod (o.a. levensmiddelen en persoonlijke verzorging) en het niet-dagelijkse aanbod (o.a. kleding, media en wonen).

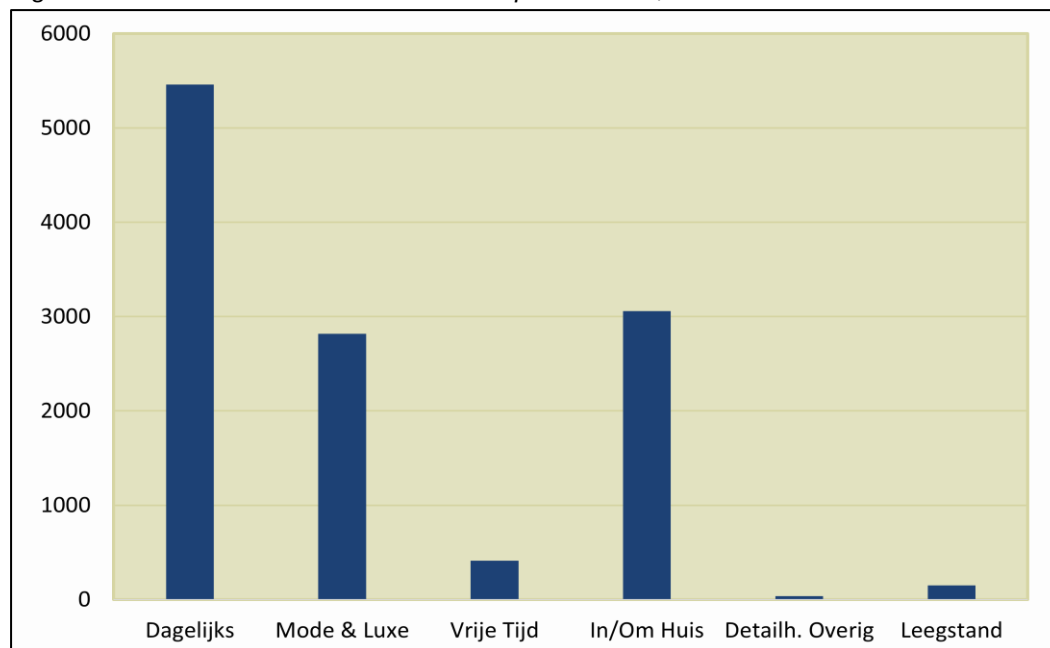
Figuur 6.1: Detailhandelsaanbod Ameland, in m² WVO en aantal verkooppunten



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Figuur 6.2 gaat nader in op de verschillende branchegroepen binnen de detailhandel. De ruim 5.000 m² WVO in de dagelijkse sector op Ameland bestaat onder andere uit vijf supermarkten en diverse bakkerijen, slagerijen, slijterijen en drogisterijen. Het niet-dagelijkse aanbod bestaat voornamelijk uit winkels in de groepen 'Mode & Luxe' en 'In/Om Huis'. 'Mode & Luxe' bevat 2.817 m² WVO verdeeld over 25 verkooppunten. 'In/Om Huis' telt 17 verkooppunten die goed zijn voor 3.059 m² WVO. De groepen 'Vrije Tijd' en 'Detailhandel Overig' kennen een beperkt aanbod van circa 400 m² WVO verdeeld over 5 verkooppunten. Op Ameland is slechts 1 leegstaand pand binnen de detailhandel.

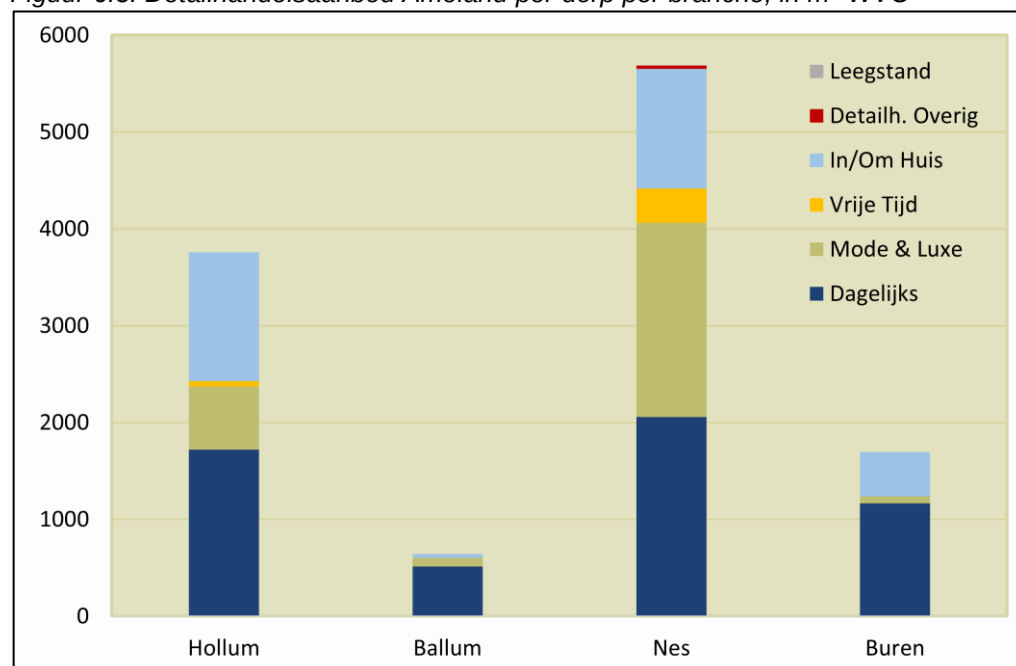
Figuur 6.2: Detailhandelsaanbod Ameland per branche, in m² WVO



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

De detailhandel op Ameland is verdeeld over de vier dorpen Hollum, Ballum, Nes en Buren. Figuur 6.3 geeft per dorp een overzicht van het aanbod, uitgesplitst naar branche. Nes heeft met 5.687 m² WVO (was 5.064 m²) veruit het grootste aanbod en is goed voor bijna de helft van het totaal aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak op Ameland. Daarna volgt Hollum met circa 3.900 m² WVO (was 3.553 m²). Zoals te zien is in de figuur, hebben Nes en Hollum naast het dagelijkse aanbod veel aanvullende bewinkeling in de niet-dagelijkse sector. In Ballum en Buren is er hoofdzakelijk dagelijks aanbod aanwezig. In Ballum is de supermarkt in het centrumgebied van het dorp gevestigd, in Buren ligt de supermarkt bij Klein Vaarwater, een vakantiepark ten noorden van het dorp. Leegstand is in feite niet aanwezig op het eiland.

Figuur 6.3: Detailhandelsaanbod Ameland per dorp per branche, in m² WVO



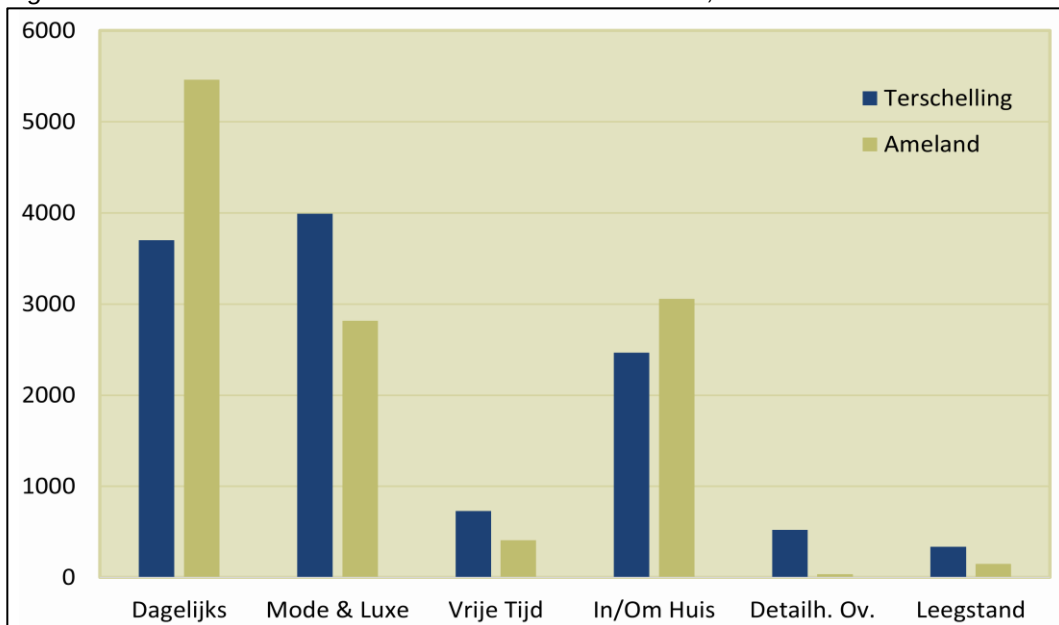
Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies



Benchmark

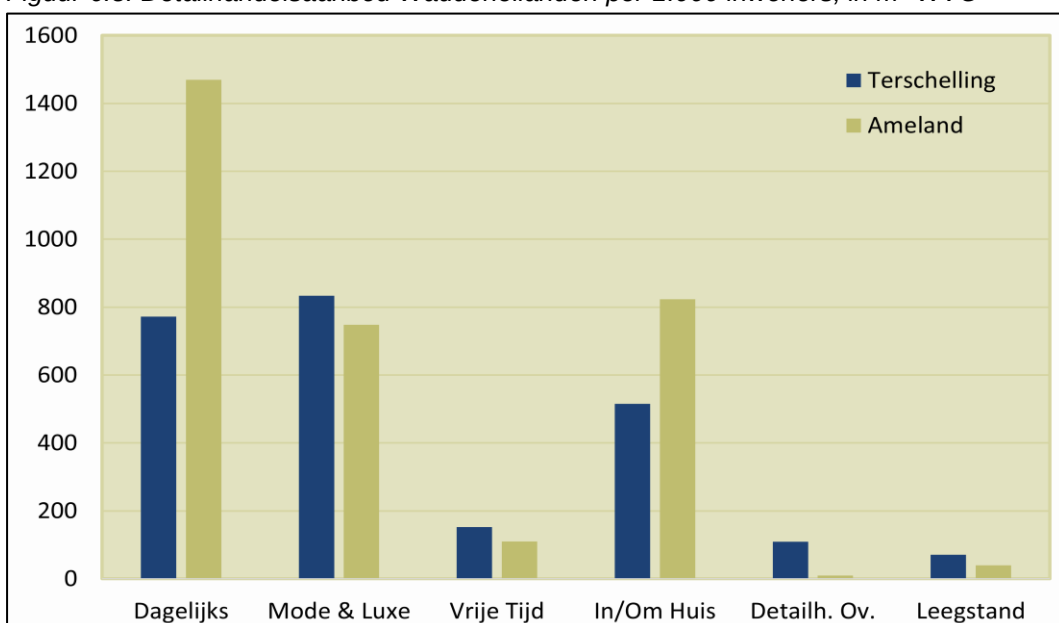
Net als het horeca aanbod kunnen we ook het detailhandelsaanbod op Ameland vergelijken met dat van de andere Waddeneilanden. Omdat Terschelling qua inwonertal, qua horeca aanbod en qua dorpskernen het meest overeenkomt met Ameland, geven we in onderstaande figuren enkel de gegevens van deze twee eilanden. Hoewel Terschelling meer inwoners heeft, heeft Ameland een groter aanbod in zowel de dagelijkse sector als in de groep 'In/Om Huis'. Voor de andere groepen geldt dat Terschelling qua vierkante meters winkelvloeroppervlak meer aanbod heeft. Figuur 6.5 geeft ook het detailhandelsaanbod voor beide Waddeneilanden weer, echter per 1.000 inwoners, waardoor er een nauwkeurigere vergelijking kan worden gemaakt.

Figuur 6.4: Detailhandelsaanbod Waddeneilanden absoluut, in m² WVO



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Figuur 6.5: Detailhandelsaanbod Waddeneilanden per 1.000 inwoners, in m² WVO



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies



Wat opvalt is dat Ameland per 1.000 inwoners het grootste aanbod aan dagelijkse winkels heeft, namelijk 1.470 m² WVO. Ook in vergelijking met de andere drie Waddeneilanden (niet in de figuur opgenomen) heeft Ameland het grootste dagelijkse aanbod per 1.000 inwoners. De reden kan liggen in het feit dat Ameland (zeker van oudsher) een bestemming is met relatief veel groepsaccommodaties en andere zelfvoorzienende overnachtingsplekken. Deze doelgroep eet vaker in de eigen accommodatie en maakt relatief minder gebruik van de horeca. Bovendien hebben de supermarkten op Ameland de afgelopen jaren juist vernieuwingen doorgevoerd. Ook in de groep 'In/Om Huis' is het aanbod relatief iets groter ten opzichte van Terschelling. In de groepen 'Mode & Luxe' en 'Vrije Tijd' is het aanbod per 1.000 inwoners vrij gemiddeld, maar in 'Detailhandel Overig' is het aanbod op Ameland relatief gezien zeer beperkt. Er is slechts één winkel op Ameland in deze groep. Met uitzondering van de supermarkten is het aanbod tussen beide eilanden redelijk vergelijkbaar.

Supermarkten

Op Ameland zijn in totaal vijf full service supermarkten aanwezig. Het gaat om een Jumbo en Spar in Nes, een Coop in Hollum, een Spar in Ballum en een Spar buiten Buren (Klein Vaarwater). In Nes ligt de Jumbo aan de zuidzijde van het dorp buiten het centrum. De Spar daarentegen is gevestigd in het centrumgebied. In Hollum en Ballum liggen de supermarkten vrij centraal in het dorp. Tot enige jaren geleden was in het hart van Buren nog een kleine Troefmarkt gevestigd; deze is inmiddels gesloten. De Spar in Buren is bij een vakantiepark gevestigd ten noorden van het dorp. Door een fusie van Coop met Plus zal op termijn de naam Coop verdwijnen uit het straatbeeld; ook in Hollum zal dit gaan gebeuren. De datum is nog niet bekend.

Tabel 6.1: Supermarkt aanbod

Supermarkt	Plaats	Oppervlakte (m ² WVO)
Jumbo	Nes	928 m ²
Spar	Nes	419 m ²
Coop	Hollum	1.050 m ²
Spar	Ballum	420 m ²
Spar	Buren	585 m ²

Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

6.2 Distributieplanologische analyse

Bij een distributieve berekening gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De uitkomst is een indicatie van overbewinkeling of juist uitbreidingspotentie van winkelmeters. De vraagzijde wordt bepaald door de omzet van winkels per hoofd van de bevolking, de omvang van het verzorgingsgebied (aantal inwoners), de koopkrachtbinding en de koopkrachttoevloeiing. Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m² winkelaanbod) en de benodigde omzet per m² (vloerproductiviteit) een rol. We maken binnen de distributieplanologische analyse onderscheid tussen de dagelijkse en niet-dagelijkse sector.

Voor de berekening gaan we uit van de meest actuele inwonersgegevens. Tevens maken we gebruik van de uitkomsten van koopstromenonderzoeken, indien aanwezig. Voor de cijfers van omzet per hoofd en vloerproductiviteit wordt uitgegaan van de meest recente gegevens van onderzoek van Panteia¹⁶, dat op basis van gegevens van Locatus en het CBS deze gegevens jaarlijks verstrekt. De omzetgegevens worden gecorrigeerd voor het gemiddeld besteedbaar inkomen van de betreffende plaats.

¹⁶ Omzetkengetallen 2020 (Panteia, 2021)

Door grote onderlinge verschillen in type winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke distributieve berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De berekening geeft een indicatie van overbewinkeling of uitbreidingspotenties, maar kan niet exact tot op de m^2 uitrekenen wat economisch haalbaar is. Voor Ameland - en alle andere Waddeneilanden - geldt dat er een volledig afwijkend beeld zal ontstaan wanneer er een distributieve berekening wordt uitgevoerd. Dit heeft onder andere te maken met het feit dat de koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing anders zullen zijn dan gebieden op het vasteland. De koopkrachtbinding van de eigen inwoners is zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector erg hoog, omdat het eiland afgescheiden is van het vasteland. Daarnaast speelt de koopkrachttoevloeiing vanaf het vasteland een zeer belangrijke rol door het grote aantal toeristen dat het eiland bezoekt. Het vaste kengetal voor de vloerproductiviteit zal geen recht doen aan de daadwerkelijk benodigde omzet per m^2 , omdat de situatie op een eiland totaal anders is dan de situatie op het vasteland. We kiezen er daarom voor om geen distributieve berekening te maken voor Ameland; de uitkomst zal te veel afwijken van de daadwerkelijke situatie en heeft daarom weinig meerwaarde.



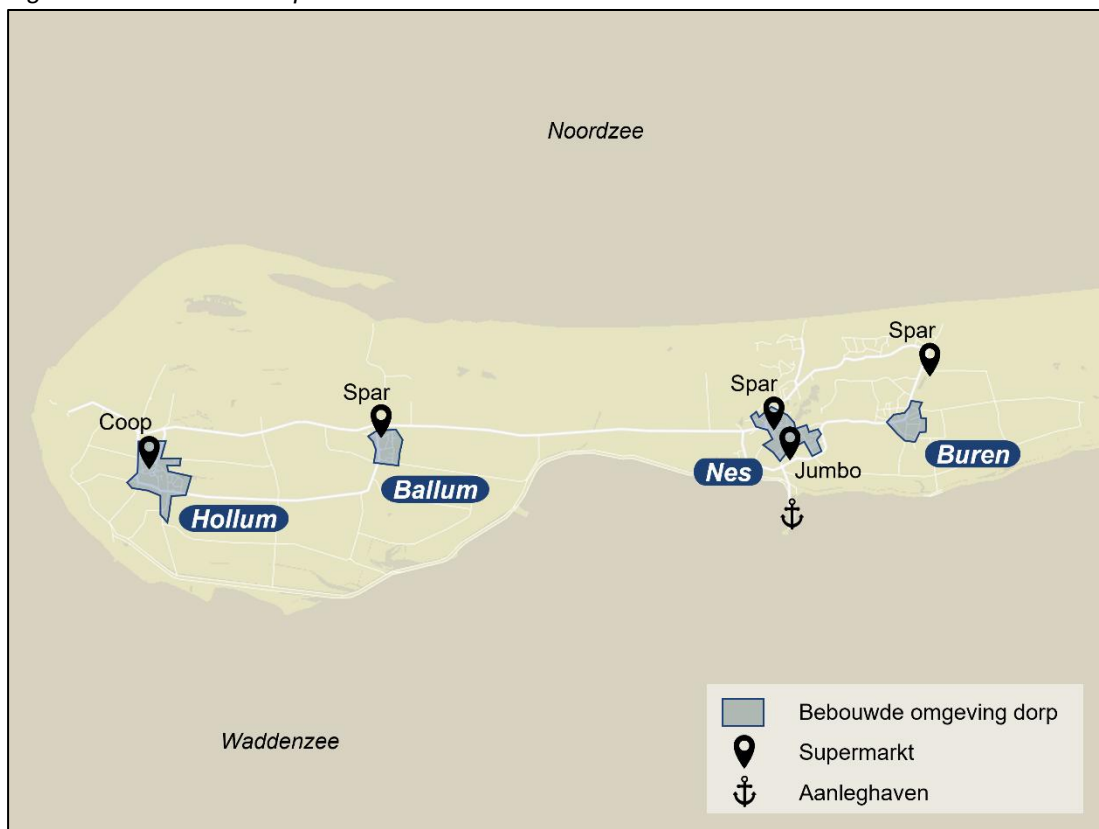
7 Kwalitatieve analyse

Zoals in het Horecabeleidsplan al werd aangegeven, hebben alle vier de dorpen een eigen sfeer: 'Nes: bruisend hart van Ameland', 'Hollum: gezellig vertoeven in een historische kern', 'Buren: prijsvriendelijk inspelen op het campingleven' en 'Ballum: maatschappelijk hart van het eiland'. In dit hoofdstuk wordt per dorp (van groot naar klein) een analyse gegeven van de kwalitatieve aspecten voor horeca en detailhandel. De strandpaviljoens zijn opgenomen in een aparte paragraaf.

7.1 Structuur Ameland

Ameland is vanaf het westen het vierde Nederlandse Waddeneiland en hoort bij de provincie Friesland. De vier kernen - Hollum, Ballum, Nes en Buren - liggen verspreid over het westen en midden van het eiland. Het oostelijke deel van het eiland wordt gekenmerkt door de natuurgebieden Het Oerd en De Hôn. Zoals in de vorige twee hoofdstukken werd belicht, zijn Nes en Hollum de dorpen met de meeste horeca- en winkelveorzieningen. Het recreatieve winkelen wordt voornamelijk in deze twee kernen gedaan. Ballum en Buren hebben een beperkter aanbod qua horeca en detailhandel. Het aanwezige aanbod valt veelal in de dagelijkse sector.

Figuur 7.1: Structuur dorpen Ameland



Bron: BRDG Advies

7.2 Nes

Nes heeft net als Hollum een kleine 1.200 inwoners, maar heeft veruit het meeste horeca- en detailhandelsaanbod. Het is het dorp waar de boot vanaf het vasteland aanmeert en waar iedere toerist langs- of doorheen komt. Nes wordt ook wel het bruisende hart van Ameland genoemd. Het dorp heeft een levendig en (jong) toeristisch karakter.

Centrumgebied

Het centrumgebied van Nes wordt voornamelijk gevormd door de Rixt van Doniastraat, Torenstraat, Van Heeckerenstraat, het noordelijke deel van de Reeweg en het westelijke deel van de Kardinaal de Jongweg. Ook kleine zijstraten zoals de Burgemeester Bolomeijweg behoren tot het centrumgebied. Het detailhandelsaanbod is breed, terwijl er voor elke portemonnee iets te halen is. De duidelijke afbakening van het centrumgebied is na de vorige visie vastgesteld; het betreft nu ook een motorvoertuig-vrij-centrum. Door middel van paaltjes, plantenbakken en borden wordt gemotoriseerd verkeer buiten het centrum gehouden. De afbakening en het autoluw zijn heeft de sfeer in het centrum verbeterd. Ook de herkenbaarheid van het centrumgebied is verbeterd. Over het algemeen is de inrichting van de openbare ruimte naar behoren ingevuld.

Figuur 7.2: Centrumgebied Nes



Bron: BRDG Advies

Eén van de twee supermarkten van het dorp ligt in het centrumgebied, namelijk de Spar. De Jumbo ligt aan de doorgaande route aan de rand van Nes. Andere dagelijkse winkels die

direct in het centrum liggen zijn twee bakkerijen, een slagerij, slijterij en drogisterij en een vishandel.

Kenmerkend voor de dorpen op het eiland is dat sprake is van een behoorlijke mix aan functies in het centrumgebied; naast detailhandel en horeca is ook de woonfunctie volop aanwezig in het centrum. Hoewel een winkelgebied hierdoor vaak minder aantrekkelijk wordt is hiervan op Ameland geen sprake. Het hoort bij de sfeer op het eiland. Een juist evenwicht is dan wel van belang. Bovendien zijn zichtlijnen en focuspunten in het centrum dan ook belangrijk; hierin kan nog wel enige verbetering worden nagestreefd. Voor de toerist is in sommige gevallen niet duidelijk waar ook nog winkels of een horecazaak gelegen zijn. Aan de rand van het centrum liggen twee panden, die qua uitstraling niet het beste van Nes laten zien. Dan gaat het om het politiebureau, en vooral om de Rabobank. Deze bank is inmiddels vertrokken van het eiland; het is nog onduidelijk wat er in de toekomst gaat gebeuren met de locatie. Verfraaiing van het pand of deze ruimte is zeker gewenst.

Naast detailhandelswinkels zijn er in Nes tal van horecazaken, waaronder diverse (café-)restaurants, fastfoodzaken, ijssalons en hotels. Door het grote aanbod is Nes zowel het winkelhart als horecahart van Ameland. Ook de twee discotheken van het eiland zijn gelegen in Nes. Over het algemeen verloopt het samengaan van horeca en het wonen in Nes redelijk, maar de laatste jaren lijkt de overlast enigszins toe te nemen. Het evenwicht is lastiger intact te houden. Ten tijde van corona gaat alle horeca om 24.00 uur dicht, waardoor de piekbelasting hoog is; ook vóór corona leek de overlast al toe te nemen. De leefbaarheid dreigt hier in het geding te komen. Bovendien worden enkele huizen ingezet voor bewoning van het personeel; ook dit is niet altijd een gewenste, maar lastig te voorkomen, gevolg van seizoenswerk.

In de horeca is sprake van enige variatie in het aanbod, maar de vraag naar meer kwaliteit en afwisseling is de afgelopen jaren wel toegenomen (andere consument). Hierin komt men de consument ten dele tegemoet; er is toch ook veel van hetzelfde. Het probleem van gekwalificeerd personeel kunnen krijgen maakt dit lastig.

Zowel ten noorden als ten zuiden van het dorp ligt een parkeerterrein waar zo'n 80 auto's kunnen staan. Bezoekers die met de auto naar Nes komen en op het zuidwestelijke parkeerterrein parkeren (welke het dichtst bij het centrum ligt), betreden lopend het centrum via het Verdekspad. Wanneer ze op het noordelijke parkeerterrein parkeren, is de meest aannemelijke route richting het centrum via de Strandweg. Rondom het centrum wordt een p-route aangegeven; vanaf Ballum wordt de afslag nogal eens gemist naar het zuidelijke p-terrein (klein bordje). Het is dan lastig om nog in het zuidelijk deel van het centrum te komen. Fietsen kunnen op meerdere plekken in of aan de rand van het centrum geparkeerd worden. De parkeerplaatsen worden volop gebruikt, maar de verwijzing hier naartoe is voor verbetering vatbaar. Vooral in het hoogseizoen geven de fietsen een erg rommelig beeld.

Overig gebied

Net buiten de belangrijkste centrumstraten zijn ook nog diverse detailhandels- en horecafuncties. Zo is er een Hubo aan de Jan Jacobstraat, een Chinees restaurant aan de Strandweg en een pizzeria aan de Ballumerweg. Ten noordoosten van de dorpskern ligt één van de twee discotheken (De Mill). Verder zijn er in het dorp, net in/buiten het centrum, drie fietsverhuurders aanwezig (Metz, Nobel en Kiewiet). De Strandweg die tot het centrum loopt, loopt in noordelijke richting naar het parkeerterrein bij het strand. Langs deze doorgaande weg zijn meerdere hotels, vakantiehuizen en eetgelegenheden te vinden. Tussen de dorpskern van Nes en het strand liggen twee grote bossen, het Kweekbos Ameland en het Nesserbos. Tussen de dorpskern en het Nesserbos ligt recreatiegebied De Vleijen. Vlak voor het strand ligt een uitgestrekte camping. Toeristen in het gebied rondom Nes komen



uiteraard vooral naar Nes voor de boodschappen, maar ook om gezellig rond te wandelen of om de horeca te bezoeken. Maar ook toeristen van elders op het eiland komen ook regelmatig naar Nes.

Figuur 7.3: Sfeerimpressie Nes



7.3 Hollum

Hollum is het meest westelijke dorp op Ameland en wordt gezien als de historische kern van het eiland. Delen van het dorp (o.a. de Oosterlaan, de Burenlaan en de Herenweg) zijn beschermd dorpsgezicht, waar de historie duidelijk naar voren komt met diverse monumentale woningen. Het dorp heeft een sfeervol en rustig karakter.

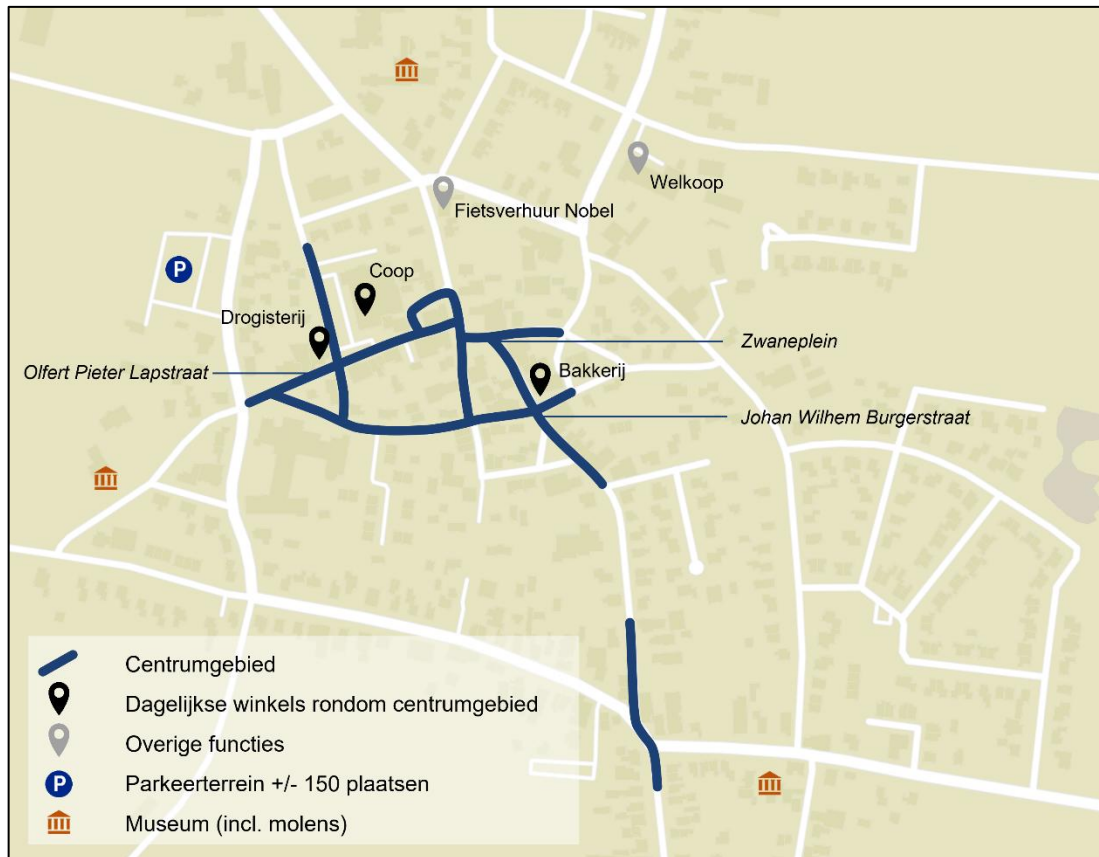
Centrumgebied

Het centrumgebied van Hollum wordt hoofdzakelijk gevormd door de Olfert Pieter Lapstraat, het Zwaneplein en de Johan Wilhem Burgerstraat. De supermarkt van het dorp (Coop) is gevestigd in het centrum en ook andere dagelijkse voorzieningen zijn hier te vinden, zoals een drogisterij en een bakker. De Coop is de afgelopen jaren vergroot en vernieuwd. Met name het parkeren direct bij de supermarkt is ook verbeterd. Direct in en rondom het centrum van Hollum zijn diverse horecazaken gevestigd.

Vanaf de kruising met de Plantsoenstraat loopt de Johan Wilhem Burgerstraat over in de Schoolstraat, waar de horeca- en detailhandelsfunctie steeds minder zichtbaar wordt. Echter zijn er verspreid in de Schoolstraat nog enkele horecazaken en detailhandelsbedrijven aanwezig, zoals een pizzeria en een mode-/cadeauwinkel. Tot de knik in de Schoolstraat zijn de zichtlijnen nog goed. Opvallend is dat verder aan het eind van de Schoolstraat bij de kruising met de Burenstraat nog een cluster van (voornamelijk) horecazaken aanwezig is. In het verleden was in Hollum in feite sprake van twee centra of twee polen; inmiddels is het

deel rondom de Lapstraat en het Zwaneplein sterker geworden, terwijl het zuidelijke deel meer op horeca gericht is, maar verder goed lijkt te functioneren.

Figuur 7.4: Centrumgebied Hollum



Bron: BRDG Advies

Het centrum is te typeren als een knus en gezellig centrum, waar van alles iets geboden wordt. Sinds de intrede van de elektrische fiets komen hier ook meer bezoekers van elders op het eiland. De behoefte aan winkels/horeca lijkt hiermee te zijn toegenomen. Ook in Hollum is een mix van winkels, horeca en wonen aanwezig, maar de clustering is sterker dan in Nes. Het Zwaneplein kan gezien worden als een 'natuurlijk' hart van Hollum. Vanaf hier is het meeste goed te bereiken, hoewel niet echt sprake is van een te lopen rondje. Opvallend in het straatbeeld is evenwel juist dit plein; naast winkels en horeca vormen de panden tegenover Novy door het ontbreken van detailhandel of horeca als een 'gemiste kans' voor extra gezelligheid in het dorp. De vraag naar een extra winkel of horecazaak lijkt wel aanwezig, maar is vooralsnog om diverse redenen lastig te realiseren (o.a. financieel, personeelsproblemen, onttrekken woonbestemming nodig, rem op horeca-uitbreiding). De leefbaarheid in Hollum staat er nog steeds goed voor; van overlast is hoegenaamd geen sprake en/of wordt snel opgepakt.

Evenals in Nes is ook in Hollum sprake van een stukje autoluw verkeer. Dit lijkt goed te voldoen; de behoefte om dit gebied mogelijk iets uit te breiden (tot de school) is onder ondernemers aanwezig. De routing van auto's – deels zoekend naar een parkeerplaats – loopt nog niet optimaal. Vooral vanuit zuidelijke richting is de weg lastig te vinden. Ook het P-terrein bij de supermarkt is soms lastig te bereiken.

Ten westen van het centrumgebied ligt het grootste parkeerterrein van Hollum, dat plek biedt aan zo'n 150 auto's. Door middel van een aantal bordjes wordt de bezoeker naar het

centrum geleid. Bezoekers die met de auto naar het dorp komen zullen daardoor veelal het centrum betreden via de Olfert Pieter Lapstraat.

Fietsenstallingen zijn door het gehele dorp aanwezig, maar toch staan overal fietsen geparkeerd. Dit geeft het centrum een rommelige aanblik.

Overig gebied

Ook buiten het centrumgebied, zoals we dat hiervoor hebben beschreven, zitten nog een aantal detailhandels- en horecafuncties. Zo is er onder andere een Welkoop gevestigd aan de Fabrieksweg, een fietsverhuurder aan de Yme Dunenweg en een vishandel aan de Oranjeweg. De Oranjeweg die in het centrum begint loopt door richting het noorden/noordwesten tot aan het parkeerterrein bij het westelijke strand van Ameland. Langs deze doorgaande weg zijn een brasserie en pannenkoekhuis gevestigd. Tussen de dorpskern van Hollum en het strand ligt het Hollumberbos. In het meest noordelijke deel van het bos staat de Vuurtoren van Ameland. Ten noorden van de dorpskern liggen diverse grootschalige vakantieparken. Ook is hier een golfbaan gesitueerd. De komst van Curios en Roompot/Boomhienke brengen deels andere eilandbezoekers met zich mee. Zij hebben een ander en deels hoger bestedingsniveau. Ze stellen ook andere eisen aan het dorp; de vraag naar extra voorzieningen op het gebied van horeca en detailhandel neemt hiermee toe.

Figuur 7.5: Sfeerimpressie Hollum



7.4 Buren

Buren is het meest oostelijke dorp van Ameland en heeft iets meer dan 500 inwoners. Van de vier dorpen heeft Buren veruit het grootste aanbod aan groepsaccommodaties. Er wordt prijsvriendelijk ingespeeld op het campingleven. Wel is hier de afgelopen jaren sprake van veranderingen; enkele groepsaccommodaties worden omgebouwd naar appartementen. Mede door corona zijn bepaalde trends versterkt; de vraag naar groepsverblijven lijkt af te nemen, terwijl de behoefte aan meer luxe, deels passend bij een korter verblijf, is toegenomen. Vooralsnog verloopt dit in redelijke harmonie met de omgeving. De druk op woonruimte in Nes lijkt zich evenwel enigszins naar Buren te verplaatsen; de lokale economie kan hier nauwelijks van profiteren in tegenstelling met de overige te verhuren appartementen.

Centrumgebied

Het centrumgebied van Buren is zeer compact en overzichtelijk en omvat vrijwel alleen de Hoofdweg. Het kleine centrumgebied heeft ondanks twee terrassen aan de oostzijde van de Hoofdweg een minder toeristisch karakter dan bijvoorbeeld de grotere kernen Hollum en Nes. Qua dagelijkse voorzieningen zijn er een Primera, slijterij en streekwinkel aanwezig. De streekwinkel 'Groeten van Ameland' verkoopt onder andere droge worst, kaas, mosterd en bier. Verder is er een kinderkledingzaak gevestigd. Ook zijn er diverse horecagelegenheden in het dorp, zoals een eetcafé en snackbar. De ruimte van de voormalige supermarkt is nu in gebruik als een indoor avonturengolf-zaak. Bij de winkels en horeca is het niet toegestaan om de auto te parkeren. Op de hoek met de Meester Oudweg ligt het landbouw- en juttersmuseum.

Achter de Primera ligt een parkeerterrein dat plek biedt aan zo'n 20 auto's. Echter mist er een logische verbinding tussen de aanvoerwegen en het parkeerterrein. Fietsers kunnen hun fiets langs de weg parkeren of bij de (kleine) stallingsmogelijkheden in de buurt van de winkel of zaak die zij willen bezoeken. Het fiets-parkeren levert een rommelig totaalbeeld. De Hoofdweg is een belangrijke route vanaf de boot naar de diverse kampeergelegenheden ten noorden van Buren, maar ook voor al het overige verkeer, waaronder landbouwverkeer. Dit geeft een druk en onveilig gevoel in het centrum. De bevoorrading in het dorp levert soms conflicten op met de toeristen, die van de boot op weg zijn naar hun verblijf. Het parkeren of een alternatieve route wordt niet aangegeven.

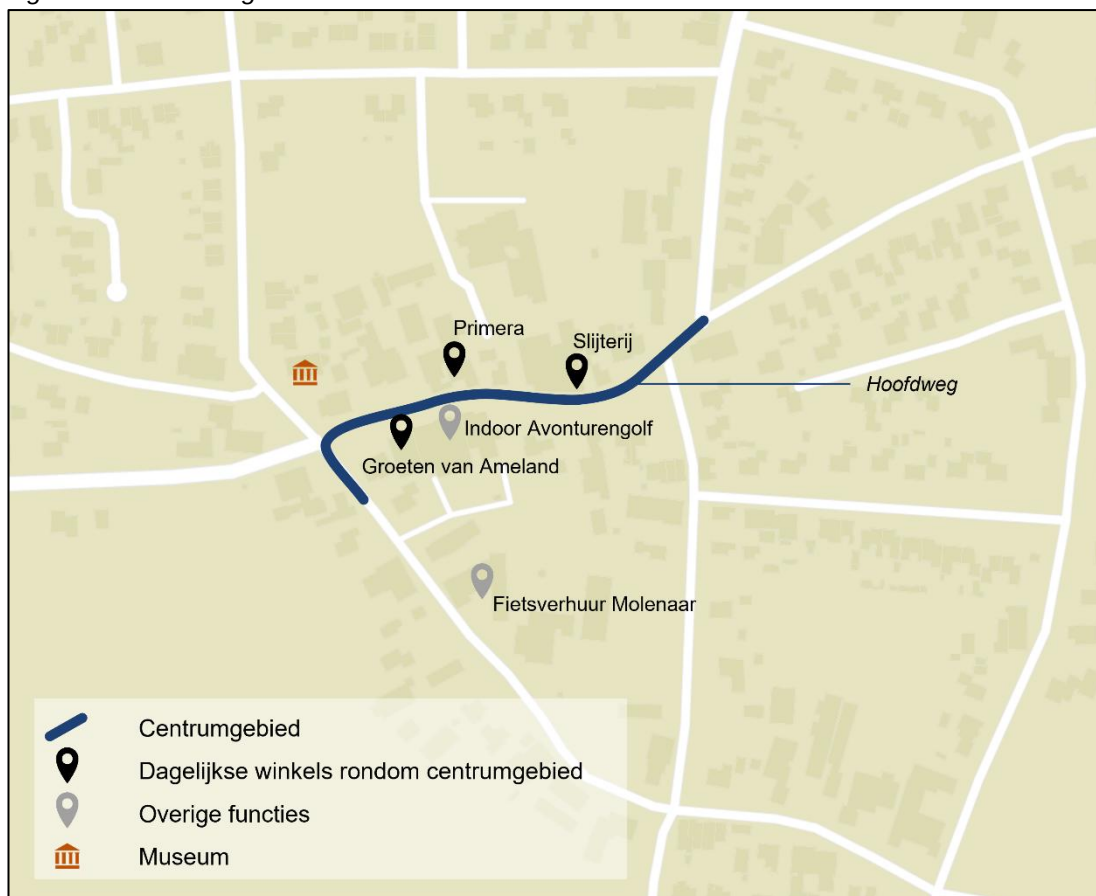
Overig gebied

De enige supermarkt voor de inwoners en bezoekers van het dorp ligt (sinds de sluiting van de Troefmarkt) niet in het centrumgebied, maar bij Vakantiepark Klein Vaarwater ten noordoosten van de dorpskern (of in Nes). Op dit vakantiepark zijn diverse bungalows, chalets en caravans te vinden. Ook is er de mogelijkheid tot kamperen. Naast Klein Vaarwater ligt nog een andere camping, met meerdere chalets, lodges en kampeerplaatsen. Verder naar het strand ligt een uitgestrekt gebied met vele vakantiehuizen en vakantievilla's. De ruimschoots aanwezige groepsaccommodaties en kampeerboerderijen liggen verspreid door het dorp. De Hoofdweg loopt in het oosten over in de Strandweg. De Strandweg loopt in noordelijke richting naar het parkeerterrein bij het strand van Buren. Aan deze weg zijn meerdere horecazaken gevestigd, zoals snackbars en diverse (café-)restaurants.

Het oostelijke deel van het eiland wordt gekenmerkt door de natuurgebieden Het Oerd en De Hôn. Het hele oostelijke deel van Ameland is autovrij (met uitzondering van bestemmingsverkeer).



Figuur 7.6: Centrumgebied Buren



Bron: BRDG Advies

Figuur 7.7: Sfeerimpressie Buren



7.5 Ballum

Ballum ligt naast Hollum en is het kleinste dorp van Ameland. Het dorp is het bestuurlijke centrum en wordt ook wel gezien als het maatschappelijk hart van het eiland. Het dorpsgezicht is een beschermd dorpsgezicht, in de straten zijn vele oude woningen en boerderijen te vinden. Ballum heeft net als buurdorp Hollum een sfeervol en rustig karakter.

Centrumgebied

Voor zover van een echt centrum gesproken kan worden, geldt de Camminghastraat als belangrijkste straat in Ballum. De straat heeft een sfeervolle uitstraling doordat beide zijden begroeid zijn met grote bomen. De Spar supermarkt ligt aan de kruising tussen de Strandweg, Hollumerweg, Camminghastraat en Nesserweg, aan de noordzijde van het centrumgebied. Direct aan de Camminghastraat zitten twee winkels, een horecazaak en fietsverhuur Nobel. Op de kruising met de Gerrit Kosterweg is nog een slijterij gevestigd, met direct ernaast hotel-restaurant Nobel.

Ten noorden van de Camminghastraat, aan de Strandweg, ligt een parkeerterrein waar zo'n 60 auto's kunnen parkeren. Ook de Spar heeft een beperkt aantal parkeerplaatsen rondom de winkel, deze zijn echter enkel bedoeld voor bezoekers van de supermarkt. Er zijn meerdere (kleine) stallingsmogelijkheden voor de fiets, maar ook worden fietsen geparkeerd op de diverse groenstroken. Evenals in de overige dorpen blijkt het fiets-parkeren lastig te organiseren.

In Ballum is sprake van een prettige mix van functies, zoals winkels, horeca en wonen. Gezien het beperkte aanbod in het dorp blijven toeristen niet lang in het dorp. De verblijfsduur is over het algemeen erg kort. Het ontbreken van een openbaar toilet of een andere mogelijkheid tot toiletgebruik wordt hier dan ook gemist. Wildplassen is in en rondom Ballum (en Hollum) een probleem.

Overig gebied

Rond de Camminghastraat zijn nog enkele horecafuncties aanwezig, zoals een cafetaria/ijssalon ter hoogte van het noordelijke parkeerterrein. Aan de meest zuidelijke kant van de dorpskern is het gemeentehuis van Ameland gevestigd.

Ten noorden van de dorpskern, net aan de andere kant van de Verbindingsweg, ligt het vliegveld van Ameland. Vanaf hier worden rondvluchten boven het eiland gedaan en 's zomers wordt er parachute gesprongen. Ook is op het vliegveld een landingsplaats voor helikopters aanwezig. Verder naar het noordoosten liggen een camping en diverse bungalows, chalets en vakantiehuizen. Het zwembad dat er ligt is openbaar en dus voor iedereen toegankelijk. De Strandweg die begint bij de Spar supermarkt loopt door richting het noorden tot aan het strandpaviljoen van Ballum.

Zoals ook in Hollum aangegeven, is het sinds de grootschalige introductie van de elektrische fiets eenvoudiger geworden om ook Ballum te bezoeken.



Figuur 7.8: Centrumgebied Ballum



Bron: BRDG Advies

Figuur 7.9: Sfeerimpressie Ballum



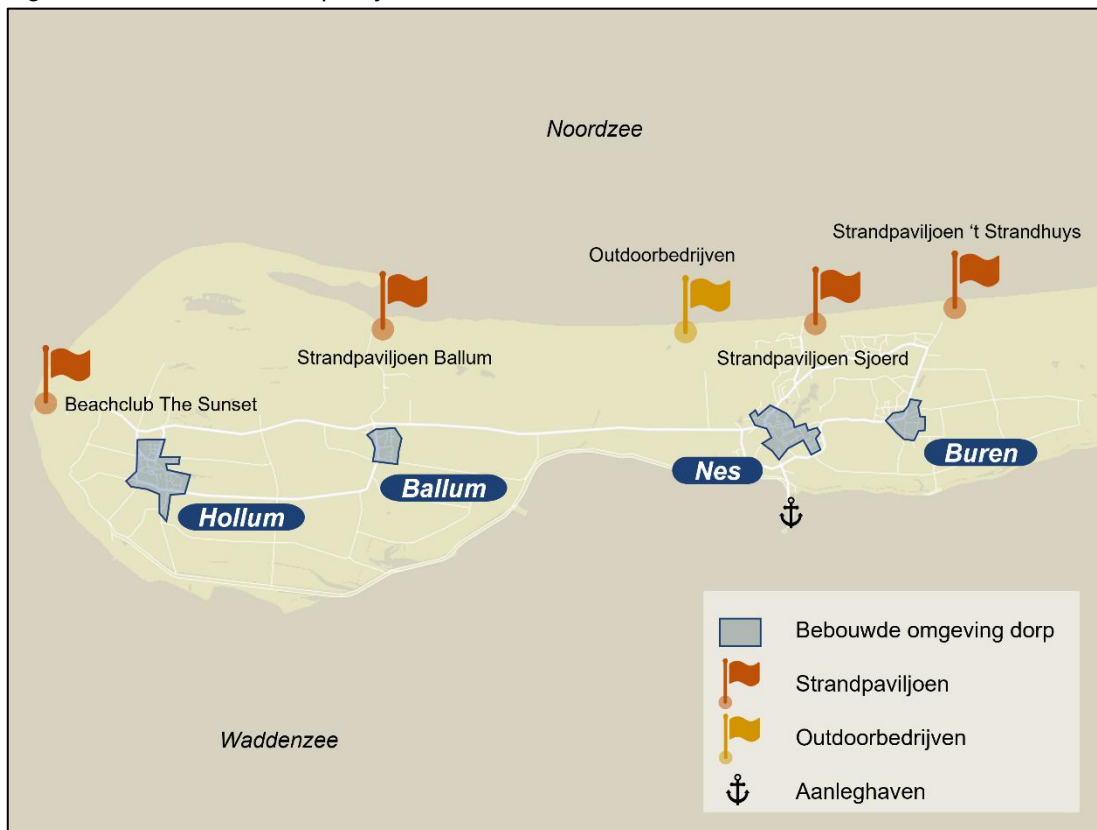
7.6 Strandpaviljoens

Op Ameland zijn vier strandpaviljoens:

- Beachclub The Sunset (Hollum)
- Strandpaviljoen Ballum (Ballum)
- Strandpaviljoen Sjoerd (Nes)
- Strandpaviljoen 't Strandhuys (Buren)

Voor alle vier de paviljoens geldt dat de maximale bebouwde oppervlakte 800 m² mag zijn, waarvan 400 m² gebouw mag zijn. De strandpaviljoens in Nes en Buren hebben een verhoogd terras en gebouw op palen op het strand, met een loopbrug ernaartoe. In Hollum is het strandpaviljoen ook op het strand gevestigd, maar in Ballum ligt het paviljoen in de duinen. Elk paviljoen heeft een eigen uitstraling (zie figuren 7.11a t/m 7.11d) en in elk paviljoen is het mogelijk om zowel te lunchen als te dineren. De paviljoens zien er aantrekkelijk en up-to-date uit.

Figuur 7.10: Locatie strandpaviljoens



Ameland Adventure

Ameland Adventure organiseert diverse sport- en strandactiviteiten op Ameland. De strandactiviteiten vinden plaats op het strand ten noordwesten van Nes. Ameland Adventure heeft een eigen paviljoen op het strand, van waaruit de activiteiten worden georganiseerd. Het paviljoen is qua bouw vergelijkbaar met de strandpaviljoens en heeft een terras wat alleen voor deelnemers van de activiteiten toegankelijk is. Het paviljoen is niet via een autoweg bereikbaar, maar wel via een fietspad en een duindoorgang. Vanaf het parkeerterrein bij de duinopgang van Nes is het zo'n 1,6 kilometer wandelen naar Ameland Adventure.

Figuur 7.11: Strandpaviljoens Ameland



a. Beachclub the Sunset (Hollum)



b. Strandpaviljoen Ballum (Ballum)



c. Strandpaviljoen Sjoerd (Nes)



d. Strandpaviljoen 't Strandhuys (Buren)



e. Ameland Adventure strandpaviljoen

8 Integraal beleid detailhandel en horeca

De trends en ontwikkelingen, de kwantitatieve en kwalitatieve analyse, en de beoordeling van de huidige detailhandelsstructuur van de vier dorpen, leggen de basis voor het integrale beleid op de detailhandel en horeca op Ameland. In dit hoofdstuk beschrijven we allereerst een aantal algemene uitgangspunten die de hoofdlijnen van het beleid weergeven, gevolgd door diverse aandachtspunten specifiek behorend bij de vier dorpen.

8.1 Algemene visie

Detailhandelsstructuur als basis behouden

De huidige detailhandelsstructuur functioneert goed en kan grotendeels in de huidige vorm blijven bestaan. Om te bewerkstelligen dat het winkelgebied ook in de toekomst aantrekkelijk blijft met een redelijk aaneengesloten winkel- en horecafront, kunnen enkele detailwijzigingen in de structuur doorgevoerd worden. Het gaat hier uitsluitend om optimalisaties, de basis is goed. Het is belangrijk om voortdurend met de tijd mee te gaan; voor nieuwe ontwikkelingen van concepten of formules zal dan ook ruimte aanwezig dienen te zijn. Veel uitbreidingen van het aanbod zijn niet direct gewenst. Dit heeft ook te maken met het feit dat de bezoekersaantallen niet fundamenteel groter zullen worden (maar qua samenstelling wel voortdurend aan het veranderen zijn). Om de aantrekkingskracht van de dorpen op peil te houden is een verdere toevoeging en uitbreiding van het detailhandelsaanbod op locaties buiten de dorpen niet gewenst.

Horecabeleid optimaliseren

Evenals hiervoor bij de detailhandelsstructuur is aangegeven, geldt ook voor de horeca dat sinds de vorige visie en/of beleidsnota diverse optimalisaties zijn doorgevoerd. Deze hebben zich in de goede richting ontwikkeld, en voor meer duidelijkheid gezorgd. De dynamiek in de horeca is op Ameland groter dan in de detailhandel. Dit heeft met meerdere factoren te maken, maar de problemen met het verkrijgen van (kwalitatief) personeel en de huisvesting en het vermaak voor het eigen personeel spelen een prominente rol. Het blijft belangrijk om het horecabeleid wel regelmatig tegen het licht te houden. Ook door het andere profiel van de consument/bezoeker is modernisering zeker nodig. Nog meer van hetzelfde is niet gewenst. De bezoekers vragen tegenwoordig (al dan niet versneld door de coronapandemie) om een moderner – en kwalitatiever – aanbod. Het bestaande probleem over het verkrijgen en behouden van personeel is al erg groot. Bovendien lijkt met de komst van Qurius en Roompot het horecabezoek toegenomen te zijn in het westelijk deel van Ameland. Ook sinds de intrede van onder meer de e-bike wordt het westelijk deel van het eiland vaker bezocht door verblijvers in het oostelijke deel. De bestaande horecastop op het eiland is voor het oostelijk deel van Ameland – mede in verband met de leefbaarheid – goed om in stand te houden. Voor met name Hollum en Ballum is in de tijd na de corona een hernieuwde kritische beoordeling van de horecastop gewenst, juist vanwege een ander consumentenprofiel in de omgeving.

De nachthoreca is momenteel uitsluitend aanwezig in Nes; het is gewenst om deze horeca ook uitsluitend hier aanwezig te laten zijn en om dit zo vast te leggen.



Behouden van de functiemix in de dorpen

Alle dorpen op Ameland hebben in meer of minder mate een mix van winkels, horeca en diensten die het totaalaanbod van het dorp vormen. Elk dorp heeft een eigen identiteit. Dit is kenmerkend voor het eiland, en bepaalt mede de aantrekkelijkheid. Met name de detailhandel en de horeca versterken elkaar en zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden op het eiland. Alle dorpen voorzien in de dagelijkse boodschappen en hebben daarnaast een beperkt (Ballum) of uitgebreider (Nes, Hollum, Buren) horeca- aanbod. Door de functiemix in stand te houden, blijven de dorpen interessant voor toeristen om naar toe te komen. Ook heeft een sterke functiemix een positieve invloed op de leefbaarheid van de dorpen voor de eigen inwoners. Het is van belang om de huidige functiemix te behouden en waar nodig te optimaliseren. Dit optimaliseren zal vooral in Nes dienen te gebeuren. Een te grote hoeveelheid horecazaken of te veel woningen (voor personeel) geeft een andere sfeer aan een centrum. Dit blijft een wankel evenwicht, waarmee zorgvuldig omgegaan dient te worden. Wanneer bijvoorbeeld te veel woningen/appartementen in een centrum aanwezig zijn, is sprake van een onderbreking van de 'centrumsfeer' in het dorp. Dit heeft vervolgens een negatief effect op de aantrekkelijkheid.

Optimaliseren van de leefbaarheid

De leefbaarheid op Ameland is een steeds belangrijker uitgangspunt geworden. De Economische Visie 2030 benoemt onder andere het 'behouden en verbeteren van de welvaart en kwaliteit van het leven op het eiland' en het 'behouden van de eilanderwaarden en de identiteit' als belangrijke opgaven. Hierbij geldt de randvoorwaarde dat kwaliteit boven kwantiteit moet worden verkozen.

Met name in het oostelijke deel van het eiland begint de leefbaarheid uit evenwicht te raken. In Nes staat de leefbaarheid door meerdere factoren onder druk: het vinden van geschikte woonruimte voor tijdelijk personeel is al tijden een probleem, eigen personeel kent (te) weinig uitgaansmogelijkheden en door corona moet de horeca om 24.00 uur sluiten waardoor iedereen tegelijk op straat is wat overlast veroorzaakt voor inwoners. In Buren staat de leefbaarheid eveneens onder druk, maar op een andere manier. Al het verkeer rijdt via de Hoofdweg, waardoor conflicten ontstaan en overlast wordt veroorzaakt. Daarnaast worden diverse groepsverblijven omgebouwd tot appartementen; bij bezetting door toeristen is dit een welkome aanvulling, maar bewoning uitsluitend door personeel is minder gewenst. Een combinatie van beide is een andere optie.

In het westelijk deel van het eiland is de leefbaarheid net zo belangrijk als elders op het eiland, maar hier is nog sprake van een goed evenwicht. Hier zal de aandacht dan ook vooral gericht zijn op het behouden van dit evenwicht; de ondernemers zelf spelen hierin ook een belangrijke rol.

Ruimte voor dynamiek

Waar de consument voortdurend verandert zullen ook de detailhandel, de horeca en overige functies meebewegen. Het is belangrijk dat deze ruimte ook geboden wordt. Modernisering in een dynamische wereld is nodig om voor bezoekers aantrekkelijk te blijven. In de eerste helft van 2021 is hiervoor dan ook de beleidsregel voor ondergeschikte horeca aangevuld en vastgesteld; deze regel voorziet duidelijk in een behoefte. Het is op dit moment nog te vroeg om een volledig beeld te krijgen gezien de korte looptijd, maar de eerste voortekenen lijken positief. Het is goed om de regel na enige jaren te evalueren en waar nodig aan te passen. Op enkele plaatsen is wellicht maatwerk gewenst.

Een belangrijke trend van de afgelopen jaren is om bewuster om te gaan met producten, waardoor er duidelijk meer streekproducten aangeboden worden, en waardoor theetuinen



ontstaan enz. De vraag hiernaar is aanwezig, evenals aan de behoefte om van de natuur te genieten en om te bewegen. Ook Ameland Adventure en Outdoor Ameland spelen hierop in, waardoor het totaalaanbod op het eiland verder gecompleteerd wordt. De trend van bijvoorbeeld minder naar de disco en meer naar festivals en andere evenementen komt hierin ook naar voren. De mogelijkheid tot het houden van evenementen of festivals is op dit moment nog beperkt, zonder dat hier van directe concurrentie met het aanbod in de dorpen sprake is. Onderzoek naar enige verruiming is onder voorwaarden aan te bevelen.

Optimaliseren van randvoorwaarden

Om een centrumgebied zo aantrekkelijk mogelijk te maken voor bezoekers is het belangrijk dat diverse randvoorwaarden zo goed mogelijk ingevuld worden. Sommige zaken spelen iets sterker in het ene dan het andere dorp. Te denken valt onder meer aan het parkeren en de bereikbaarheid. In de dorpen zijn diverse plekken om de fiets te stallen. Toch staan ook veel fietsen op minder gewenste locaties. Dit heeft deels te maken met de mentaliteit, maar wellicht ook met het aantal plekken of de ligging hiervan. Daarnaast is het van belang om ook op centrumkaartjes aan te geven waar de fiets het beste gestald kan worden. Deze duidelijkheid is nog niet in alle gevallen aanwezig. Daarnaast gaat het ook om de mogelijkheid om een toilet te bezoeken. Vooral in Hollum en Ballum is sprake van wildplassen. Ook zonder de aanwezigheid van een openbare toiletgelegenheid zijn er mogelijkheden, zoals de app Hoge Nood. Diverse ondernemers en/of instellingen kunnen hieraan deelnemen, en zijn herkenbaar aan een sticker en staan vermeld op de app. Ook kunnen deelnemende partijen op een kaart worden aangeduid. Een andere randvoorwaarde voor een aangenaam verblijf zijn de terrassen. Het spreekt voor zich dat deze in een toeristisch gebied van groot belang zijn. Een fraaie uitstraling geeft een beter straatbeeld. Voor de terrassen werkt de gemeente aan nieuw beleid.

8.2 Dorp specifiek

Naast de hiervoor genoemde algemene punten voor het hele eiland, kent elk dorp z'n eigen aandachtspunten. Deze zullen we dan ook per dorp langslopen.

Nes

- **Autoluw.** Een deel van het centrum is autoluw; hierover bestaat grote tevredenheid. Niettemin rijden regelmatig auto's door het centrum, zowel bewoners als bezoekers. Handhaving lijkt hier niet de meest gepaste oplossing, maar het regelmatig onder de aandacht brengen en duidelijker vermelding op de borden is wellicht gewenst. De afwezigheid van auto's in het centrum verhogen de sfeer en de veiligheid.
- **Locatie Rabobank.** De voormalige Rabobank ligt weliswaar niet midden in het centrum van Nes, maar wel op een markante plek met de bestemming 'dienstverlening'. Het pand is inmiddels verkocht, maar de koper is nog niet bekend en ook niet haar plannen. Bij de herinvulling is het van belang dat naast de leefbaarheid in het dorp ook gekeken wordt naar een juiste aansluiting op de rest van het centrum. Het valt binnen de contouren van het centrumgebied en maakt daar op dit moment ook deel van uit. Ook in de toekomst is het gewenst dat het pand blijft passen in het centrum. Een mogelijke invulling zou kunnen zijn dat er commerciële ruimte op de begane grond ontstaat, en wonen op de verdieping.
- **Vermaak voor jeugd en personeel.** Nes is de enige plek op het eiland waar nachthoreca aanwezig en gewenst is (planologisch te regelen). Het aanbod is beperkt, waardoor overlast aan het ontstaan is. Aandacht voor dit aspect is dan ook van groot



belang. Het gaat hierbij zowel om het vermaak voor de toeristen als voor het personeel van de horeca- en detailhandelszaken. Nachthoreca blijft dan ook gewenst.

- **Woonlocaties voor personeel.** Het vinden van geschikte woningen of appartementen is overal in het land een probleem, maar op het eiland nog nijpender. Voor het personeel is (tijdelijk) wonen op het eiland een must. Te veel woningen in het centrum (begane grond) brengt het huidige evenwicht van een goede functiemix in gevaar. Goed overleg tussen de verschillende stakeholders is in deze gewenst.
- **Fietsen.** Op diverse plekken in het dorp worden fietsen gestald, wat een rommelig beeld geeft. Naast het aangeven van parkeerlocaties voor auto's is het vermelden van de stallingsmogelijkheden voor fietsen op de toeristische kaarten ook gewenst.
- **P-route.** Het parkeerterrein aan de zuidwestzijde van Nes is het grootste en makkelijkst toegankelijke locatie. Komend vanuit het westen is de aanduiding erg summier. Het is dan ook aan te bevelen om de route inclusief de bebording nog eens goed tegen het licht te houden.

Hollum

- **P-route.** Aan de westzijde van Hollum ligt het grote parkeerterrein voor het centrum. De meeste bezoekers komen naar Hollum vanaf de noordzijde. Vanaf deze kant is het P-terrein redelijk goed aangegeven, maar vanuit andere richtingen is dit veel minder het geval. Veel autorijders lopen ergens vast of moeten erg ver omrijden. Ook bezoekers van de supermarkt kunnen niet eenvoudig de juiste route vinden. Aandacht voor de P-route (ook naar het zuidelijk deel) is hier dan ook gewenst.
- **Fiets-parkeren.** De mogelijkheid om de fiets te stallen ontbreekt niet in Hollum, maar het is de vraag of het aantal voldoende is en of de plekken voldoende duidelijk zijn. Het maakt het straatbeeld rommelig, wat de sfeer niet ten goede komt.
- **Sfeer Zwaneplein.** De uitstraling van het Zwaneplein is niet slecht, maar kan wel verbeterd worden. Het is in feite het hart van Hollum met een duidelijke mix van functies. Zowel de west- als zuidzijde kennen geen horeca of detailhandel, en zijn daardoor minder levendig. Met bankjes en bloemen is de aankleding verzorgd, maar meer 'geleiding' van de bezoeker middels aandachtstrekkers kan de sfeer verder versterken. Hierbij is het gewenst om dan ook de fietsen meer uit het zicht te brengen.
- **Horeca.** Het horeca-aanbod in Hollum voldoet, terwijl ook zij te kampen hebben met krapte van het personeel. De afgelopen jaren zijn meer bezoekers vanuit Nes naar Ballum en Hollum gekomen overdag (op de E-bike). Ook de komst van Qurius en Roompot geven een ander type consument. Hiermee lijkt de vraag naar horeca te zijn toegenomen. Het is dan ook gewenst om tijdens de evaluaties van het horecabeleid ook te bespreken of de huidige stop op horecazaken in het westelijk deel van het eiland nog steeds de juiste route is.
- **Centrumgebied.** Het centrumgebied van Hollum betreft het noordelijk deel van Hollum, rondom O.P. Lapstraat en Zwaneplein. In het zuidelijk deel is nog detailhandel in beperkte mate aanwezig, aangevuld met horeca. Voor de toekomst is te verwachten en daarmee ook gewenst dat het zwaartepunt in het noordelijk deel zal blijven. Forse investeringen om beide delen te verbinden zijn niet opportuun gezien de mogelijkheden vanuit zowel de horeca als de detailhandel.

Buren

- **Routing.** In Buren is de Hoofdweg de belangrijkste route van de boot naar de verschillende verblijfsaccommodaties, maar ook voor overig verkeer. Tijdens de bevoorrading van de winkels of horecazaken blokkeren deze auto's vaak het overige verkeer. Een alternatief staat niet aangegeven, waardoor veel irritatie ontstaat. Het is aan te bevelen om voor dit soort situaties alternatieve routes te onderzoeken.



- **Parkeren.** Buren heeft geen groot parkeerterrein, waar vele auto's kunnen parkeren. Toch ligt verscholen achter de Hoofdweg wel degelijk een P-terrein, met een directe looproute naar de Hoofdweg. Het niet aangeven van parkeermogelijkheden beperkt het bezoek aan een dorp. Zonder verwijzing is de locatie immers lastig te vinden. Geadviseerd wordt om de P-route duidelijk aan te geven met bebording.
- **Initiatieven ondersteunen.** De ruimte direct in het centrum voor nieuwe ontwikkelingen op het gebied van detailhandel zijn fysiek beperkt. Initiatieven aan de randen van het centrum zal de gemeente dan ook positief tegemoet treden, vooral vanuit het oogpunt van de leefbaarheid.
- **Marketing.** Veel eilandbezoekers komen door het dorp op weg naar hun verblijfsaccommodatie, maar te weinig bezoeken Buren daarna ook regelmatig. Door gerichte marketing – al dan niet gezamenlijk met Klein Vaarwater en/of de Kiekduun – liggen hier aanknopingspunten voor een extra bezoek.

Ballum

- **Fiets-parkeren.** Hoewel het probleem van de fietsen bij alle dorpen een issue is, is dat in Ballum het meest urgent. Nu ook bezoekers vanuit Nes en Buren en omgeving op de fiets naar Ballum komen, is het probleem verergerd. Samen met de ondernemers zal gewerkt dienen te worden aan het opstellen van locaties om de fiets fatsoenlijk te kunnen parkeren.
- **Daghoreca.** Zoals hiervoor ook al bij Hollum aangegeven, is het aantal toeristen met name overdag toegenomen in Ballum. Samen met Hollum is op termijn een kritische blik op de huidige stop en op het aantal horecazaken in het dorp gewenst.

Overig

- **Outdoor-bedrijven** (zoals Ameland Adventure en Outdoor Ameland). Outdoor bedrijven voorzien in een behoefte van vele bezoekers. Het sluit ook goed aan op diverse trends.
- **Campingwinkels.** Om de kwaliteit van de dorpen in stand te houden is verdere versterking van de aanwezige campingwinkels en van winkels en horecazaken in de directe omgeving niet gewenst.
- **Strandpaviljoens.** Op dit moment zijn er 4 paviljoens, bij elk dorp één. Aanbevolen wordt om dit aantal in stand te houden. Waar mogelijk gaan ook zij mee in de door de consument gewenste modernisering. Sinds corona is sprake van een verruiming voor een terras op het strand zelf, waaraan veel behoefte bij de consument blijkt te zijn. In de strandnota zal aan de wenselijkheid hiervan aandacht besteed worden.
- **Buiten bestaande aanbod.** Op dit moment is het aanbod in horeca en detailhandel geconcentreerd in de dorpen zelf, op de grote verblijfsaccommodaties en bij de strandlocaties. Verdere toevoeging van nieuwe locaties is niet gewenst; in ondergeschikte zin (zoals een theetuin, bierbrouwerij ed.) vraagt in veel gevallen om maatwerk, maar zal in principe kritisch positief tegemoet getreden worden. Het betreft hier over het algemeen concepten waaraan duidelijk behoefte is, en waar het eiland zich verder mee kan onderscheiden.



Bijlage 1 - Algemene trends en ontwikkelingen

Er zijn een aantal trends te onderscheiden die direct of indirect invloed hebben op de Nederlandse winkelgebieden en winkelstructuur. Deze trends op landelijk niveau zijn vaak ook op regionaal of lokaal niveau zichtbaar. De diverse ontwikkelingen zullen vroeg of laat gevolgen hebben voor het te voeren gemeentelijke beleid. De belangrijkste trends en ontwikkelingen geven we hier weer.

Vergrijzing en ontgroening van de bevolking

Het aandeel ouderen in de Nederlandse samenleving wordt steeds groter, terwijl het aandeel jongeren daalt. De grijze druk is al vrij hoog en dit zal de komende jaren verder toenemen. **Bijlage 4** gaat uitgebreid in op beide begrippen.

Toename online winkelen

Het gebruik van internet voor het doen van aankopen is de afgelopen jaren sterk blijven stijgen. Het aantal webwinkels in Nederland is in tien jaar tijd meer dan verdrievoudigd, van circa 15.000 webwinkels in 2010 tot ruim 50.000 in 2020¹⁷. Ook de online bestedingen zijn flink gestegen; in 2013 bedroeg het nog ongeveer 10 miljard euro, in 2018 ruim 23 miljard euro en in 2019 al bijna 26 miljard euro¹⁸. Het aandeel bestedingen dat online gedaan wordt aan producten is van bijna 8% in 2014 gestegen naar 13 à 17% in 2018 en dit aandeel stijgt jaarlijks hard door. Zo lag het aandeel online in Q2 van 2019 op 24% en in Q2 van 2020 op 26%¹⁹. Behalve de branches media, elektronica, mode en speelgoed, laat ook de food sector sterke groeipercentages zien.

Social media vervullen een grote rol bij het nemen van beslissingen door consumenten. Reviews van influencers/vloggers/bloggers worden steeds belangrijker ten opzichte van reguliere advertentiekkanalen. Consumenten hebben tal van keuzemogelijkheden en kunnen gemakkelijk producten met elkaar vergelijken. Daarnaast is de smartphone onontbeerlijk geworden, waarmee potentiële consumenten op elke gewenste plek van de meest actuele aanbiedingen op de hoogte kunnen worden gehouden. Winkels maken veel gebruik van de technische mogelijkheden; apps bieden vele kansen. Dat de smartphone onmisbaar is geworden blijkt uit de cijfers: in 2019 gebruikte 37% van de online kopers wel eens zijn telefoon om een aankoop te doen, in 2020 lag dit percentage al op 43%²⁰.

Bepaalde soorten winkels, zoals fotozaken en reisbureaus, zijn door de komst van het internet deels verdwenen, maar er is ook een omgekeerde trend ontstaan waarbij onlineaanbieders ervoor kiezen om ook met een fysieke winkel in de stad aanwezig te zijn (zoals Coolblue). Ontegenzeggelijk is echter het feit dat de grote retailplatformen (Bol.com, Wehkamp, Zalando, Amazon en Ali Express) een groeiend aandeel van de consumentenbestedingen voor hun rekening nemen. Hoe dit uiteindelijk uitpakt in een nieuwe stabiele situatie blijft ongewis. Lokale winkeliers staan daarbij ook voor de vraag: hoe acteer ik in het sociale domein? Werk ik met een (eigen) webshop? Sluit ik me aan bij lokale initiatieven? Maak ik gebruik van een groot retailplatform?

¹⁷ Hoeveel webwinkels zijn er in Nederland (Thuiswinkel.org, 2020)

¹⁸ Nederlandse consumenten geven online €25,8 miljard uit in 2019 (Thuiswinkel.org, maart 2020)

¹⁹ Infographic Thuiswinkel Markt Monitor Q2 2020 (Thuiswinkel.org, 2020)

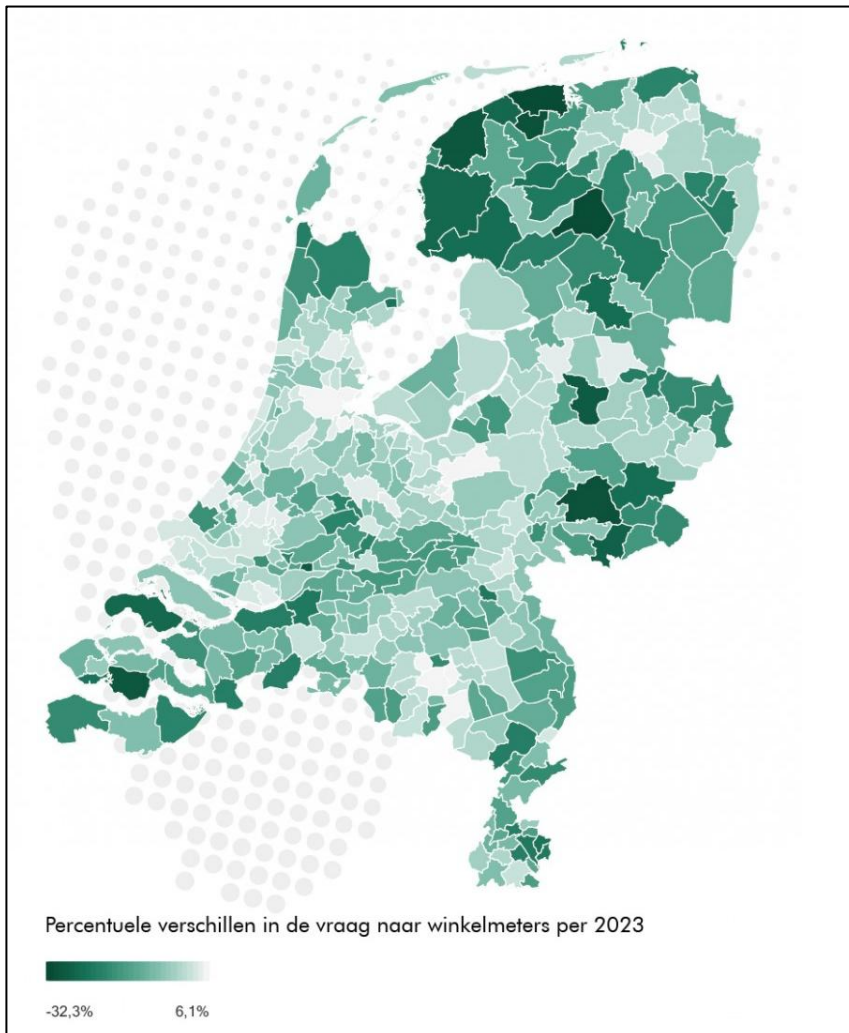
²⁰ Nederlandse online consumentenbestedingen stijgen in Q2 met 12% naar 6,36 miljard (Thuiswinkel.org, september 2020)



Afnemende behoefte aan fysieke winkelmeters

De vraag naar vierkante meters winkelruimte neemt af. De groei van het online winkelen is hierbij een belangrijke factor, maar ook demografische ontwikkelingen (vergrijzing, bevolkingskrimp) en veranderende consumentenbestedingen (meer bestedingen aan diensten in plaats van goederen) zorgen ervoor dat er minder behoefte is aan fysieke winkelmeters. Ondernemers in fysieke winkels opereren in een dynamischere omgeving dan voorheen, waarin consumenten kritischer zijn op hun uitgaven, meer waarde hechten aan beleving en waarin transparantie door internet de retail onder druk zet. Hoe groot en of er een afname is van het aantal vierkante meters is afhankelijk van het type winkelgebied. Winkelgebieden met veel niet-dagelijks aanbod ervaren bijvoorbeeld een sterkere concurrentie van het internet dan gebieden waar de focus voornamelijk ligt op de dagelijkse sector. Figuur 1 geeft voor alle Nederlandse gemeentes weer waar een afname of toename van de vraag naar winkelmeters wordt verwacht. In tegenstelling tot het midden van het land en de Randstad, worden in delen van Friesland, Groningen, Drenthe, oost-Overijssel, oost-Gelderland, Limburg en Zeeland sterke afnames verwacht. De Waddeneilanden zullen niet te maken krijgen met forse afnames van de vraag naar winkelmeters.

Figuur 1: Vraag naar winkelmeters per gemeente



Bron: CBRE 2019

Schaalvergroting en -verkleining

Er vindt een schaalvergroting plaats in de voorzieningenstructuur. De consument verwacht tegenwoordig een completer assortiment, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. In zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector neemt de noodzakelijk benodigde massa (= aantal m² WVO) toe. Tien jaar geleden was een supermarkt van 600 à 800 m² WVO voldoende groot, tegenwoordig heeft een full service supermarkt minimaal het dubbele nodig. Ondernemers hebben daardoor soms een groter pand nodig om zich te huisvesten. Mede gezien de gewenste bereikbaarheid voor de consument en een efficiënte bevoorrading groeit de vraag naar een vestiging buiten, of aan de rand van, bestaande winkelcentra.

Hier staat tegenover dat een groot aandeel van de ondernemers niet kiest voor groot, groter grootst, maar er juist voor kiest om op een relatief beperkt oppervlak te ondernemen. Persoonlijke aandacht, authenticiteit en beleving staan daarbij centraal. In sommige gevallen wordt het minder brede assortiment in de winkel gecompenseerd met een online bestelmogelijkheid.

Trek weg uit het midden

De afhankelijkheid van een keten of franchiseformule brengt risico's met zich mee. Diverse bedrijven hebben afgelopen jaren te kampen gekregen met een faillissement. Met name het middensegment heeft hier hinder van ondervonden. De profilering is niet altijd meer de juiste, waardoor de bedrijfseconomische situatie voor meerdere ketens nijpender is geworden. Door onvoldoende onderscheidend eigen gezicht zijn al diverse formules omgevallen. De omgevallen formules beperken zich niet alleen tot middelgrote spelers, maar ook de grote formules met weinig eigen profilering hebben het erg lastig. Bekende voorbeelden die moeilijke tijden doormaken zijn onder meer HEMA en Blokker, maar zij hebben het tij nog kunnen keren. Voor onder meer V&D, Coolcat, Steps, Didi en Miller&Monroe is dit niet gelukt. Doordat sommige eigenaren meerdere formules hebben, zien we ook dat door herprofilering formules wegvallen.

Branchevervaging en blurring

Samenhangend met de schaalvergroting is de trend van de branchevervaging. Winkels verbreden hun assortiment om de consument meer te kunnen bieden. Eenieder kent de voorbeelden in zijn eigen omgeving: bouwmarkten verkopen ook planten, tuincentra verkopen ook huishoudelijke artikelen en supermarkten verkopen ook mediaproducten. Hier is sprake van een onomkeerbaar proces; de consument is er nu aan gewend dat deze mogelijkheden er zijn. 'Blurring' ontstaat wanneer diverse sectoren zich met elkaar mengen, zoals horecaconcepten met detailhandelsverkopen en omgekeerd. Meerdere disciplines worden onder één dak aangeboden, zoals retail, horeca, cultuur en vermaak. Een al langer bestaand voorbeeld is de bakker met lunchroom, maar ook in het kader van de behoefte aan beleving komen steeds meer nieuwe concepten in beeld.



Figuur 2: Bakker Haafs en Boomker Boeken in het centrum van Haren (Groningen) vinden elkaar letterlijk in het midden via een bakkerscafé annex leesgedeelte



Bron: Oogst Groningen

Veranderend consumentengedrag

Door veranderingen in de wensen van de consument is het consumentengedrag de afgelopen decennia sterk veranderd. Verblijf in en beleving van winkelgebieden is in toenemende mate van belang. Zowel in de detailhandel als in de horeca wordt de vraag naar service en gemak steeds groter. Ook is de consument tegenwoordig meer klimaatbewust en zijn thema's als duurzaamheid en social impact van grote invloed bij keuzegedrag. Een andere ontwikkeling is dat afstand, door de opkomst van de e-bike, niet meer een allesbepalende factor is bij het bezoeken van winkelgebieden. De e-bike is niet gebonden aan autoparkeerplaatsen, waardoor de consument tot in het centrum kan komen. Onder andere door deze ontwikkeling is de consument mobieler dan voorheen en stelt hij/zij andere eisen aan een bezoek aan de stad.

Belang van identiteit, authenticiteit en beleving

De laatste jaren zijn identiteit en authenticiteit belangrijke thema's in het ruimtelijk beleid, en een middel om een gebied onderscheidend vermogen te geven. Hierdoor kan een stad, wijk of regio op de kaart en in de markt geplaatst worden. De consument is door de toegenomen mobiliteit en behoefte aan andere vormen van tijdsbesteding bereid om langere afstanden af te leggen naar aantrekkelijke winkelcentra. Het onderscheid tussen het doen van boodschappen en shoppen is steeds duidelijker geworden. Wanneer de consument ervoor kiest om te gaan shoppen, zijn omgeving, sfeer en ambiance heel belangrijk. Deze beleving van een winkelgebied wordt bepaald door diverse elementen. Het gaat dan onder andere om de servicegraad, de parkeergelegenheid, de inrichting van de openbare ruimte, de aanwezigheid van evenementen, de kwaliteit van de (dag)horeca en technologische snufjes zoals gratis wifi en apps met aanbiedingen. Bij parkeren gaat het niet alleen om de



beschikbaarheid van een parkeerplaats, maar ook of deze gratis is, voldoende maatvoering heeft en op welke afstand van de winkels hij ligt. Dit alles draagt sterk bij aan het realiseren van een eigen identiteit van een stad of kern.

Wijzigend trekkerbeeld

Tot in de jaren '90 van de vorige eeuw waren vooral de Nederlandse warenhuizen belangrijke ankerpunten in de verzorgingsstructuur van winkelgebieden. Het succes van de drie grote Nederlandse warenhuizen (V&D, Bijenkorf en HEMA) is de afgelopen tijd echter zeer wisselend geweest; V&D is inmiddels verdwenen, terwijl Bijenkorf zich succesvol heeft geherpositioneerd in het luxe segment op toplocaties in voornamelijk het westen van het land. De komst van Hudsons Bay naar Nederland was even bombastisch als kortstondig. Andere winkelketens bepalen daarom nu de looproutes in winkelgebieden. De positionering van formules als de Mediamarkt, Zara of (zoals vanouds) een HEMA of Action en lokale bekende ondernemers (in kleinere plaatsen) is voor de winkelstructuur zeer belangrijk.

Sanering supermarkten

Ongeveer sinds het begin van dit millennium is er sprake van een langdurige strijd tussen supermarkten, die geleid heeft tot een saneringsslag binnen de supermarktsector. Naast het verdwijnen van de kleinere supermarkten zijn ook diverse supermarktformules, waaronder Edah, Konmar, Nieuwe Weme, C1000 en EmTé verdwenen. Een verdere reorganisatie van de branche is niet ondenkbaar. Zo is onlangs aangekondigd dat PLUS en COOP samen verder gaan als één coöperatie. Dit kan gevolgen hebben voor de supermarktstructuur in de bestaande winkelgebieden. Ook hebben sommige formules verschillende prijsranges binnen hun winkels doorgevoerd; afhankelijk van de ligging in het land (gestuurd door kracht concurrentie) of in een plaats (bijvoorbeeld centra van grotere steden) kan een ander prijsbeleid gevoerd worden. Afgezien van een daling van het aantal formules is de omvang van de supermarkten gemiddeld wel gestegen (schaalvergroting); dit loopt redelijk synchroon met de landelijke daling van het aantal speciaalzaken.

Opvolgingsproblematiek

De vergrijzing onder mkb'ers stijgt en de komende jaren bereiken veel ondernemers de pensioengerechtigde leeftijd. Veel zelfstandige ondernemers hebben de laatste jaren echter problemen met de opvolging van hun bedrijf. Het automatisme van 'overdracht van vader op zoon' verdwijnt. Dat betekent uiteindelijk dat veel winkels leeg komen te staan of van gedaante veranderen. Dit speelt zowel in grote als kleine kernen, maar de effecten zijn niet overal gelijk. In grotere plaatsen komt wellicht een filiaalbedrijf in het pand, mede afhankelijk van de locatie van de winkel. In kleinere kernen met een beperkt draagvlak en op minder goede locaties ontstaat vaker leegstand. De ondernemer heeft het door de vaak lage vaste lasten nog lang kunnen volhouden, maar voor een nieuwe start na overname is de exploitatie niet meer rendabel te maken. Behalve leegstand in een kern geeft dit voor de ondernemer ook problemen, aangezien het pand vaak dienstdeed als pensioenvoorziening.

Financiering en huurniveau

Bij gewenste investeringen in een onderneming - of het nu gaat om de start van een onderneming, een vergroting, of een interieuraanpassing - lopen ondernemers vaak aan tegen een financieringsprobleem. Banken blijken veelal niet, of alleen tegen zeer forse tarieven, bereid tot financiering. Alternatieve vormen van financiering komen steeds meer in beeld; zo bieden crowdfunding en kredietunies nieuwe financieringskansen voor



ondernemers. Niet alleen de financiering zorgt voor problemen, maar ook de huurprijzen geven vaak aanleiding tot discussies. De afgelopen jaren zijn op diverse locaties de huurniveaus gedaald, maar niet in alle gevallen is het huurprijsniveau aangepast aan de huidige werkelijkheid. Bovendien blijkt bij onderhandelingen over de huurprijs dat vastgoedpartijen vaak te weinig flexibel zijn om tot een acceptabele constructie voor de huur te komen.

Ontwikkeling leegstand

Het afgelopen decennium is de leegstand in het land aanzienlijk toegenomen. De economische crisis was een belangrijke oorzaak, maar ook de opkomst van de aankopen via internet hebben de toename van de leegstand snel doen groeien. Toch waren de leegstandspercentages niet overal in het land en in elk type winkelgebied even hoog. Vooral aan de randen van het land (specifiek de krimpgebieden) en in middelgrote steden lag de leegstand op een erg hoog niveau²¹. Mede door diverse ingezette acties is de afgelopen jaren de leegstand teruggedrongen; deels had dit te maken met het feit dat vooral horeca zich in de leegkomende panden ging vestigen, maar ook door bijvoorbeeld transformatie naar andere functies.

Bij de horeca lijkt inmiddels het verzadigingspunt bereikt te zijn. Vanaf medio 2019 is de leegstand, ook landelijk, weer gestegen. Er is nog steeds sprake van voortgaande groei van online bestedingen, met diverse faillissementen als gevolg, vooral in de modische sector. Het algemene beeld is dan ook dat de komende jaren de leegstand mogelijk nog weer verder gaat toenemen, nu ook het aantal passanten in de echte A-1 gebieden van de grote steden aan het afnemen is. Leegstand, online bestedingen en faillissementen zullen door de huidige coronacrisis alleen maar verder oplopen.

²¹ Winkelleegstand in de drie noordelijke provincies (Broekhuis Rijs Advisering, augustus 2018); Transformatie winkelpanden vervolg; drie noordelijke provincies (Broekhuis Rijs Advisering, april 2019)



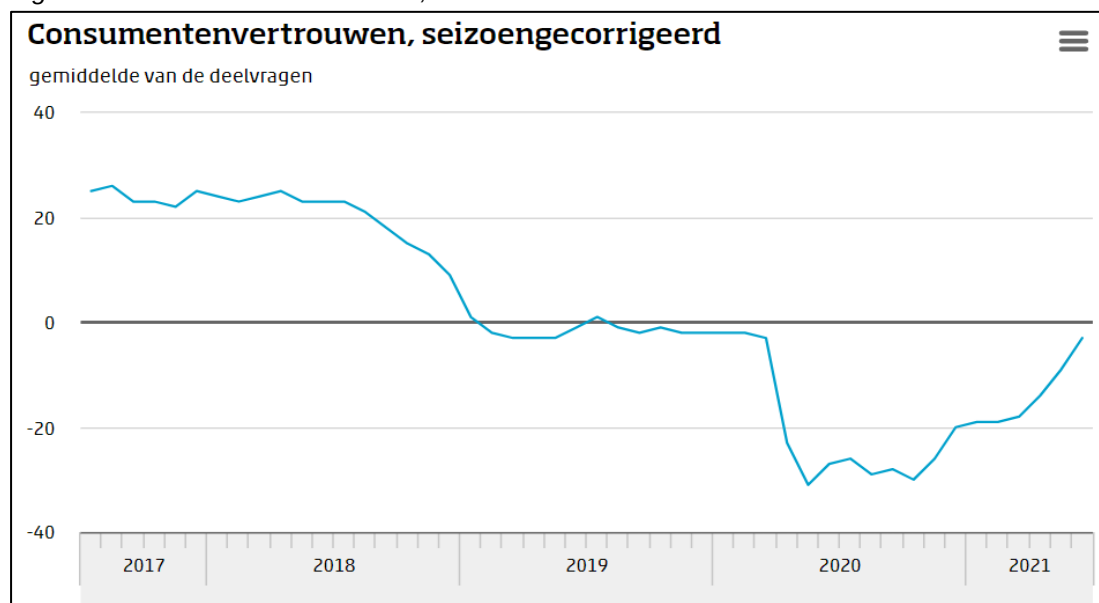
Bijlage 2 - Coronacrisis

De coronacrisis, die zich medio maart 2020 ontwikkelde, leidde een periode in met ongekende impact op de maatschappij. Dit geldt zeker ook voor de Nederlandse economie: er is bijna geen sector te bedenken die niet op een of andere manier de effecten van de coronacrisis voelt. Zo ook de retailsector. De diverse (intelligente) lockdowns in 2020 en 2021 hebben grote impact gehad. Het consumentenvertrouwen daalde, de bezoekersaantallen namen af, het recreatief winkelen lag zwaar onder druk en winkels maakten flinke omzetverliezen. In onderstaande beschrijven we beknopt enkele ontwikkelingen die samenhangen met de coronacrisis.

Afname consumentenvertrouwen

De coronacrisis heeft ervoor gezorgd dat het consumentenvertrouwen enorm verslechterde in 2020. Tussen maart en april was er de grootste daling ooit in het consumentenvertrouwen. Daarna bleef het vertrouwen op een laag niveau. Sinds oktober steeg het vertrouwen van de consument elke maand en op het moment van schrijven van deze rapportage ligt het ongeveer weer op het niveau van vóór de crisis²².

Figuur 3: Consumentenvertrouwen, 2017-2021



Bron: CBS 2021

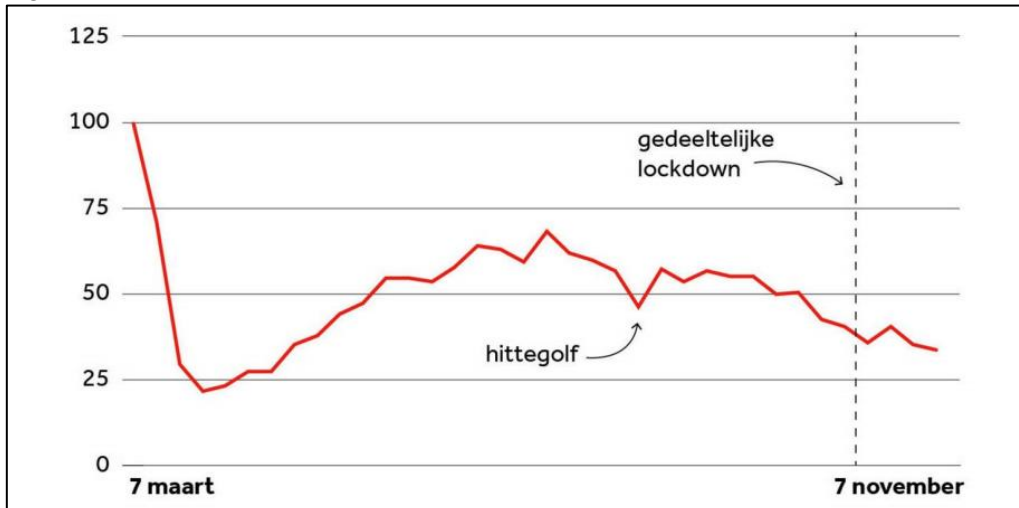
Recreatief winkelen ligt zwaar onder druk

De detailhandel en horeca werden in de totale economie hard getroffen; omzetverliezen in de eerste weken van de intelligente lockdown tussen de 80 en 100% zijn geen uitzondering gebleken. De horeca en niet-essentiële winkels waren in december en januari voor onbepaalde tijd gesloten, waardoor de retail het wederom zwaar te verduren kreeg. Het winkelgedrag van de Nederlandse consument is tijdens de coronacrisis zeer sterk veranderd. Dit uit zich met name in het feit dat het recreatieve winkelen sterk is afgenomen²³ waardoor het aantal bezoekers in de winkelstraten flink is gedaald.

²² Vertrouwen consument verandert nauwelijks in september (CBS, september 2021)

²³ NB: Wij benoemen hier het winkelgedrag buiten de periode van sluiting van de niet-essentiële winkels.

Figuur 4: Aantal bezoekers winkelstraten t.o.v. voor corona



Bron: Locatus via I&O Research 2020

Grote verschillen tussen sectoren en plaatsen

Voorname winkels in de dagelijkse sector, zoals supermarkten en vers-speciaalzaken, en winkels in 'doe-het-zelf', 'woninginrichting' en 'tuin' bleven relatief goed functioneren tijdens de coronacrisis. Echter zijn onder andere horecaondernemingen en winkels die grotendeels afhankelijk zijn van het recreatieve winkelen (zoals modezaken) zwaar getroffen. Hoewel er in 2021 geleidelijk aan steeds meer versoepelingen kwamen, zullen niet alle sectoren al volledig herstellen in 2021, volgens de voorspellingen van onder andere Rabobank²⁴ en ABN AMRO²⁶.

Grote binnensteden hadden het tijdens de coronacrisis relatief moeilijker dan kleine steden en (boven)lokale winkelgebieden. Omdat dagelijkse boodschappen over het algemeen dicht bij huis worden gekocht, zijn deze centra relatief goed blijven functioneren gedurende de crisis.

Positie webshops

Onder andere door het advies om thuis te blijven en het sluiten van winkels zijn consumenten tijdens de crisis meer online gaan bestellen en zijn zij extra gebruik gaan maken van diensten, zoals het laten thuisbezorgen van boodschappen door supermarkten en het laten thuisbezorgen van maaltijden door koeriersbedrijven²⁷. Het bezoek aan webshops steeg enorm en er wordt verwacht dat dit een blijvende ontwikkeling is, mede door het feit dat mensen gewend zijn geraakt aan deze vorm van winkelen. Daarnaast hebben online winkels door hun groeiende omzetten de afgelopen maanden een prikkel gekregen om nog meer te investeren in hun marktpositie, aanbod, marketing en logistiek. Op deze manier wordt de online markt relatief nog sterker ten opzichte van de fysieke winkels.

²⁴ Sectorprognoses: uiteenlopende groeiverwachtingen in 2021 en 2022 (Rabobank, maart 2021)

²⁵ Omzetprognoses: verschillende groeiverwachtingen voor sectoren door coronamaatregelen (Rabobank, maart 2021)

²⁶ Sectorprognose Retail: coronacrisis verschaft onlinekanaal voorgoed plek in retail (ABN AMRO, maart 2021)

²⁷ Corona brengt webshops nieuwe, terugkerende klanten (Emerce, augustus 2020)

Toekomst

De korte en lange termijneffecten van de coronacrisis zijn nog onzeker, maar een aantal ontwikkelingen zijn nu al zichtbaar. Door de sterkere positie van de onlinemarkt zullen fysieke winkelgebieden nog sterker dan voorheen moeten concurreren met de onlinesector, waardoor er per winkelgebied kritisch zal moeten worden gekeken naar zowel het aantal winkelmeters als de kwaliteit van de winkelmeters.

Binnen de horecasector is het personeelstekort (dat er ook vóór de coronacrisis al was) een groot probleem. Horecapersoneel moest noodgedwongen op zoek naar ander werk tijdens de lockdown-periodes waarin de horeca gesloten was, maar keert niet zo makkelijk terug.

Het aantal faillissementen van bedrijven binnen de retail en horeca is nu nog beperkt, maar er is veel onzekerheid ten aanzien van de toekomst. Op het moment dat de steunmaatregelen wegvallen, de volledige huren weer moeten worden betaald en de uitgestelde aanslagen van de belasting komen, zal het blijken wat de weerbaarheid van de bedrijven is en of het aantal faillissementen beperkt blijft. Het is de komende maanden afwachten in welke mate het winkelend publiek terugkeert naar de winkelgebieden, wat de omzetten zijn van de winkels en de horecaondernemingen en of de liquide middelen van deze bedrijven voldoende zijn om overeind te blijven.



Bijlage 3 - Bevolkingsontwikkeling Ameland

De voorspellingen van het CBS geven aan dat het aantal inwoners in de gemeente Ameland de komende jaren stabiel zal blijven en zelfs licht zal stijgen tot 2040/2045¹¹. Daarna wordt een lichte daling voorspeld. In 2050 zal het inwonertal weer rond de 3.700 liggen. De vier andere Waddeneilanden laten een ander beeld zien voor de periode 2020-2050 (zie tabel 2); voor Texel en Terschelling wordt een relatief grote bevolkingsafname voorspeld en voor Vlieland en Schiermonnikoog een relatief lichte bevolkingsafname. Voor het aantal huishoudens wordt voorspeld dat het de komende decennia licht blijft stijgen, van circa 1.700 naar 1.800²⁸. Voor de andere Waddeneilanden geldt juist het tegenovergestelde; op Texel, Vlieland, Terschelling en Schiermonnikoog wordt een daling van het aantal huishoudens verwacht. De landelijke stijging in het aantal huishoudens is enerzijds te verklaren door de groei van het aantal inwoners en anderzijds door de groei van het aantal eenpersoonshuishoudens, de zogenaamde 'gezinsverdunding'. Tabel 1 geeft een overzicht van de prognose van het aantal inwoners en het aantal huishoudens voor Ameland voor de komende decennia.

Tabel 1: Prognose aantal inwoners en huishoudens op Ameland

Jaartal	Aantal inwoners	Aantal huishoudens
2020	3.700	1.700
2025	3.700	1.700
2030	3.700	1.700
2035	3.700	1.700
2040	3.800	1.800
2045	3.800	1.800
2050	3.700	1.800

Bron: CBS Statline 2019, bewerking door BRDG Advies

Tabel 2: Prognose aantal inwoners Texel, Vlieland, Terschelling en Schiermonnikoog

Jaartal	Aantal inwoners Texel	Aantal inwoners Vlieland	Aantal inwoners Terschelling	Aantal inwoners Schiermonnikoog
2020	13.700	1.100	4.900	900
2025	13.600	1.100	4.900	900
2030	13.600	1.100	4.700	900
2035	13.500	1.100	4.600	900
2040	13.400	1.100	4.300	800
2045	13.200	1.100	4.000	800
2050	13.100	1.000	3.700	800

Bron: CBS Statline 2019, bewerking door BRDG Advies

²⁸ Regionale prognose 2020-2050; huishoudens, intervallen, regio-indeling 2018 (CBS Statline, 2019)



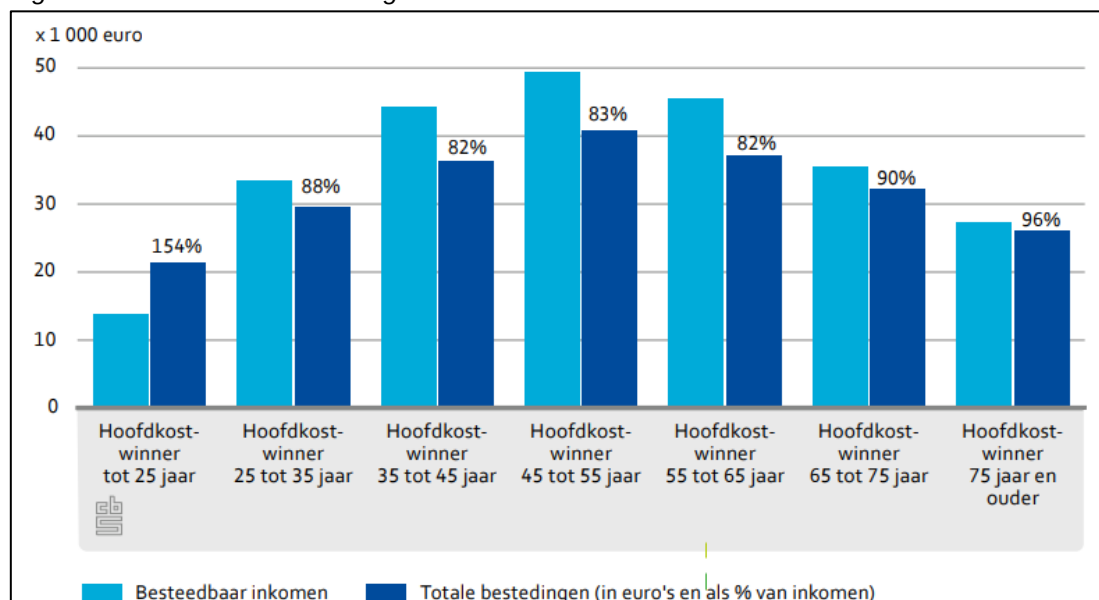
Bijlage 4 - Demografische ontwikkelingen

Op dit moment is de grijze druk in Nederland 33,1%⁹. Dit is opnieuw een stijging ten opzichte van het jaar ervoor, toen dit percentage nog op 32,6% lag. Een grijze druk van 33,1% betekent dat tegenover elke honderd potentiële arbeidskrachten (20- tot 64-jarigen) ruim 33 personen van 65 jaar of ouder staan. Vijftig jaar geleden waren dit er slechts 14. De verwachting is dat de grijze druk de komende jaren nog verder gaat toenemen. Rond 2040 bereikt de vergrijzing met 50% haar hoogtepunt. Daarna neemt de grijze druk af, omdat de naoorlogse generatie “babyboomers” dan grotendeels overleden zal zijn. De vergrijzing die al is ingezet is dus structureel.

In vergelijking met de landelijke situatie is de grijze druk in gemeente Ameland nu al 40,7%¹⁰. De verwachting is dat deze druk in het verlengde van die in Nederland ook verder zal toenemen. Wanneer we kijken naar het aandeel 65+’ers in gemeente Ameland, dan is dit inderdaad groter dan het Nederlands gemiddelde. Op Ameland ligt dit percentage op 23,2 en landelijk is dit 19,5.

Vergrijzing gaat lang niet altijd samen met meer vrij besteedbaar inkomen en meer consumptieve bestedingen. De zorg neemt een grotere hap uit het inkomen en er worden soms nieuwe hypothecaire verplichtingen aangegaan om de oude dag verzekerd te hebben. In absolute zin dalen de totale bestedingen gemiddeld na 55 jaar; personen met een leeftijd van 75 jaar of ouder besteden circa 2/3^e van wat personen tussen de 45 en 55 jaar besteden. Posten waar ouderen (relatief) meer aan uitgeven zijn bijvoorbeeld woninginrichting en huishoudelijke apparaten. Aan mode, onderwijs, horeca en vervoersmiddelen wordt juist minder besteed. Het gemiddeld consumentenvertrouwen is ook minder hoog bij oudere inwoners²⁹.

Figuur 3: Inkomens en bestedingen huishoudens



Bron: CBS, 2017

²⁹ 65-plusser besteedt naar verhouding groot deel inkomen (CBS, 2017)

Naar verwachting komen er wel steeds meer 65-plussers met een hoger besteedbaar inkomen, onder meer als gevolg van dubbele pensioenen. Inmiddels is de pensioenleeftijd al enige jaren opgeschoven naar boven. Vitale senioren hebben in 2020 hun leven anders ingericht dan in de afgelopen decennia. Ze zijn actiever, hebben gemiddeld meer te besteden dan de vorige generatie en doen dat ook. Voor een deel verhuizen ze naar de rustige provincies of ze beschikken daar over een tweede huis. Hun koopkracht verschuift mee van de grote stad naar de provincie. Waarschijnlijk zullen in de provincie (zoals het noorden van het land) deze mensen vooral kiezen voor kernen met voorzieningen als woonplaats, en veel minder voor de kleine dorpen zonder voorzieningen.

De effecten van de vergrijzing op de bestedingen zijn al met al zeer afhankelijk van de specifieke situatie in een verzorgingsgebied, maar lijken over het algemeen niet positief. In ieder geval betekent vergrijzing dat ondernemers op de hoogte moet blijven van wensen en bestedingspatronen van ouderen, zodat producten en diensten beter kunnen worden afgestemd op de oudere consument. Denk hierbij bijvoorbeeld aan meer behoefte aan opticien- en audicien-producten en persoonlijke aandacht in winkels.

Ontgroening

Waar het aandeel ouderen toeneemt, daalt het aandeel van de werkzame bevolking en van de kinderen/jongeren. Dit laatste wordt ontgroening genoemd. De reden dat ontgroening hier apart vermeld wordt heeft te maken met het feit dat dit een behoorlijk effect kan hebben op de voorzieningen. Juist het platteland en de eilanden heeft potentieel het meest te maken met effecten van ontgroening: jongeren trekken sterker naar de grotere dorpen en steden toe.

Momenteel is de groene druk in Nederland 36,9%⁹. Dit betekent dat tegenover elke honderd potentiële arbeidskrachten (20- tot 64-jarigen) circa 37 personen staan met een leeftijd tussen de 0 en 20 jaar. In gemeente Ameland ligt dit percentage op 35,1%.

Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) op Ameland bedraagt 25,9%, terwijl dit landelijk 27,9% is. De afgelopen 10 jaar is de ontgroening ongeveer even snel gegaan als het Nederlands gemiddelde (-1,8 procentpunt en -1,9 procentpunt). De vergrijzing is daarentegen sneller gegaan dan het Nederlands gemiddelde (+6,5 procentpunt t.o.v. +4,2 procentpunt).

Tabel 3: Leeftijdsopbouw gemeente Ameland en Nederland

	Ameland 2010	Ameland 2020	Nederland 2010	Nederland 2020
0-25 jaar	27,7%	25,9%	29,8%	27,9%
25-65 jaar	55,7%	51,0%	54,9%	52,6%
> 65 jaar	16,7%	23,2%	15,3%	19,5%

Bron: CBS Statline 2010 & 2020, bewerking door BRDG Advies



Bijlage 5 - Bevindingen eerdere rapporten

Het vorige horecabeleidsplan is in 2006 vastgesteld; vervolgens zijn er nog enkele evaluaties uitgevoerd, onder meer in 2012 en 2016. In 2009 is de vorige detailhandelsvisie vastgesteld. We geven hier de belangrijkste bevindingen uit deze rapportages weer.

- **Nes**

Horeca (2006): Bruisend hart van Ameland

- ✓ Accent op uitgaanshoreca, meer echte kroegen
- ✓ Multifunctionele bedrijven met dag- en avondfunctie (winkel-ondersteunend)
- ✓ Consolideren sector VI (discotheken)
- ✓ Ontwikkelen sectoren I, II, IV en V
- ✓ Stimuleren nieuwe concepten
- ✓ Inpassen nieuwe bedrijven in historische omgeving

Detailhandel (2009):

- ✓ Concentratie van voorzieningen in het afgebakende centrumgebied
- ✓ Versterken van de zichtlijnen
- ✓ Parkeren aan de rand van het dorp versterken
- ✓ Autovrij maken van het centrum in de zomer
- ✓ Een flexibele inrichting van de openbare ruimte nastreven

- **Hollum**

Horeca (2006): gezellig vertoeven in een historische kern

- ✓ Low-profile uitgaan
- ✓ Multifunctionele bedrijven met dag- en avondfunctie
- ✓ Consolideren sector IV en V (fastfoodbedrijven, cafés)
- ✓ Ontwikkelen sectoren I en II (horeca met dagfunctie, restaurants)
- ✓ Niet toestaan of terugdringen sector VI
- ✓ Stimuleren nieuwe concepten
- ✓ Concentreren terrassenaanbod

Detailhandel (2009):

- ✓ Concentratie van voorzieningen in het centrumgebied
- ✓ Goed invullen randvoorwaarden supermarkt
- ✓ Versterken van het parkeren
- ✓ Betere bewegwijzering
- ✓ Herinrichting van het centrumgebied, verkeersluw

- **Buren**

Horeca (2006): prijsvriendelijk inspelen op het campingleven

- ✓ Prijsvriendelijk
- ✓ Dag- en avondfunctie
- ✓ Consolideren sectoren II en V
- ✓ Ontwikkelen sectoren I en IV
- ✓ Niet toestaan of terugdringen sector VI
- ✓ Opwaarderen sfeer/ambiance centrum van de kern



Detailhandel (2009):

- ✓ Beperkt aanbod; nadruk op behoud i.v.m. leefbaarheid
- ✓ Uitbreiding winkels alleen in de directe nabijheid van bestaande winkels

- **Ballum**

Horeca (2006): maatschappelijk hart van het eiland

- ✓ Dag- en avondfunctie
- ✓ Beperkte ontwikkeling sector I, II, IV en V
- ✓ Niet toestaan of terugdringen sector VI

Detailhandel (2009):

- ✓ Uitbreidingsmogelijkheden detailhandel zijn beperkt, nadruk op behoud
- ✓ Mogelijkheid: thematische versterking, bijvoorbeeld in kunst, ambacht ed.

In het horecabeleidsplan is voor het buitengebied opgenomen:

- ✓ Dagfunctie
- ✓ Consolideren sector I, II, IV en V;
- ✓ Niet toestaan of terugdringen sector VI

In de detailhandelsstructuurvisie is tevens voor campingwinkels het volgende opgenomen:

- ✓ Functie beperken tot het meest elementaire assortiment op geringe oppervlakte
- ✓ Bij voorkeur geen verdere uitbreiding aantal winkels
- ✓ Uitbreiding winkels alleen in directe nabijheid van bestaande winkels

Ter verduidelijking van de horeca-indeling:

- I Horeca met een dagfunctie, gebonden aan de winkelopeningstijden
- II Restaurants
- III Hotels en andere logiesverstrekkers
- IV Fastfoodbedrijven
- V Cafés en andere drankverstrekkers
- VI Discotheken

Horeca evaluatie 2012: Algemeen

- Nieuwe horecabestemmingen zijn op Ameland niet gewenst; alleen unieke gevallen en concepten zijn nog wenselijk
- Ondergeschikte horeca kan onder voorwaarden wel groeien; een wijziging van ondergeschikte horeca in reguliere horeca is alleen mogelijk via ruimtelijke procedures. In geval van ondergeschikte horeca zijn terrassen niet gewenst
- De aanduiding van centrumgebieden voor Nes en Hollum blijft gehandhaafd; ontwikkelen van de centrumfunctie in deze 2 plaatsen blijft een speerpunt
- De uitwisseling van centrumfuncties van bijvoorbeeld detailhandel naar horeca of omgekeerd is uitsluitend via ruimtelijke procedures mogelijk
- Een mengvorm van horeca en detailhandel is ongewenst; sector I (horeca met een dagfunctie) is uit het beleid gehaald.



Broekhuis Rijs & De Gier Advisering

Wederik 1
9801 LX Zuidhorn

0594-528358

info@brdgadvies.nl

www.brdgadvies.nl



BROEKHUIS RIJS & DE GIER
ADVISING *Ruimtelijk economisch Advies*
& Procesmanagement