

# Provincie Friesland



## SWOT-ANALYSE 71 WINKELGEBIEDEN

# Provincie Friesland – Onderzoek 71 winkelgebieden

## INLEIDING

---

In het kader van de Friese Retailaanpak is door Broekhuis Rijs Advisering, in opdracht van de Provincie Friesland en 15 Friese gemeenten, onderzoek verricht naar sterktes en zwaktes van diverse winkelgebieden in de provincie. In totaal gaat het om 71 winkelgebieden, verspreid over de hele provincie. In het onderzoek zijn de volgende vragen aan bod gekomen:

- a. Hoe ziet het winkelgebied eruit, wat zijn de sterke en zwakke kanten, wat zijn de kansen en bedreigingen? De winkelgebieden zijn aan de hand van diverse kwantitatieve en kwalitatieve criteria beoordeeld.
- b. Hoe zijn de gebieden randvoorwaardelijk ingevuld? Hierbij gaan we in op de bereikbaarheid, de indeling van het winkelgebied, de parkeergelegenheid en overige aspecten van de inrichting van de openbare ruimte
- c. Hoe zijn de ondernemers actief in het veld? Hierbij geven we inzage in het al dan niet aanwezig zijn van ondernemersverenigingen, de aanwezigheid van een centrummanager, van wanneer het detailhandelsbeleid dateert, en of er specifieke verordeningen of regelingen voor ondernemers zijn.

Om deze vragen te beantwoorden is ons verzocht om dit in de vorm van een SWOT-analyse uit te voeren, waarbij elk winkelgebied op dezelfde wijze in kaart gebracht wordt. Op deze wijze is het eenvoudig om het onderzoek na enige tijd te herhalen, zodat ontwikkelingen ook helder naar voren komen. Op basis van de analyse kan ook het verzorgingsniveau en de rangorde van de winkelgebieden qua verzorgingsniveau bepaald worden. De uitkomsten van het onderzoek leveren per winkelgebied voldoende informatie op dat als basis kan dienen voor de in de volgende fase te zetten stappen om de winkelgebieden te versterken. Tevens geeft het onderzoek inzage in mogelijk in te zetten instrumentarium om deze versterking van de winkelgebieden uit te voeren. Het uiteindelijke doel is om de winkelgebieden zo aantrekkelijk en compact mogelijk te houden of maken.

We gaan nu eerst in op de verschillende onderdelen van de SWOT-analyse; we geven per onderdeel een toelichting. De SWOT-analyses zelf zijn aan het eind opgenomen, alfabetisch geordend per gemeente. Na de toelichting geven we zicht op het mogelijk in te zetten instrumentarium.

## TOELICHTING SWOT-ANALYSES

---

In de eerste helft van 2019 is gewerkt aan de analyse en rapportage van 71 winkelgebieden in de provincie Friesland. De gehanteerde methodiek, en de bepaling van de aspecten die per winkelgebied zijn bekeken en beoordeeld, zijn tot stand gekomen in nauwe afstemming met de Provincie Friesland en de betrokken gemeenten. De SWOT-analyse is een combinatie van data-onderzoek en locatiebezoek; de gemeenten zijn gedurende het onderzoek twee keer in de gelegenheid gesteld om feedback te geven op de bevindingen. Diverse gemeenten hebben de ondernemers hierbij betrokken. Per winkelgebied is gekeken naar onder meer de typering van het winkelgebied en de gebiedsaspecten, naar het aanwezig zijn van gemeentelijk beleid, de organisatie van de ondernemers en naar de wijze waarop met social media wordt omgegaan. Op basis van alle gegevens is een sterkte-zwakteanalyse uitgevoerd en wordt per winkelgebied een advies gegeven met mogelijk in te zetten instrumenten. Aan het eind van elke rapportage is een schematisch overzicht in tabelvorm opgenomen. De wijze waarop de gegevens tot stand gekomen zijn wordt in deze toelichting beschreven. Hieronder geven we per onderdeel een toelichting. In alle opzichten is gebruik gemaakt van de meest recente gegevens.

### DATA WINKELGEBIED EN WINKELS

De data van winkels, zoals vierkante meters, aantal vestigingspunten, het overzicht van de branches en de leegstandscijfers, zijn afkomstig uit het gegevensbestand van Locatus. Het moment waarop deze data zijn gedownload liggen allemaal in februari 2019. Alleen in het geval van Terschelling (later ingestapt) is dit juni 2019. Uiteraard is het altijd een momentopname; soms kunnen op het moment van verschijnen van de rapportages enkele situaties zijn veranderd. Als dat tijdens het locatiebezoek al duidelijk was, is in een enkel geval een aanpassing doorgevoerd. Dit staat dan vermeld in de rapportage. De gegevens van de hele provincie Friesland en van Nederland dateren eveneens van februari 2019. In sommige gevallen is een vergelijking gemaakt met uitkomsten van het Koopstromenonderzoek, dat door ons in 2017 is uitgevoerd voor de provincie; alle winkelgebieden van het Koopstromenonderzoek zijn nu weer meegenomen.

### DEMOGRAFISCHE GEGEVENS

De demografische gegevens betreffen het aantal inwoners van de plaats of wijk en de leeftijdsverdeling. Nagenoeg alle gegevens zijn afkomstig van het CBS, met als data 1 januari 2015, 2016, 2017 en 2018. In het geval van Leeuwarden is vooral gebruik gemaakt van de gegevens van de eigen gemeentelijke site, met voorlopige data van 1 januari 2019. Voor diverse gemeentes is tevens gebruik gemaakt van aanwezige Woonvisies.

## ASPECTEN WINKELGEBIED

De diverse aspecten van het winkelgebied hebben een score gekregen van 'matig', 'gemiddeld' of 'goed'. Deze beoordeling is tot stand gekomen door minimaal één bezoek van ons bureau aan het betreffende winkelgebied. De locatiebezoeken hebben plaats gevonden in de periode van februari tot en met juni 2019. Soms is nog een tweede bezoek gebracht. Verder is de aanwezige bureaunkenis benut en is informatie van met name de gemeentelijke sites gehaald. Verder is per gemeente ook gesproken met de gemeentelijke vertegenwoordiging.

De beoordeling is gemaakt op basis van een combinatie van 'harde' en 'zachte' gegevens; bij deze laatste is vooral het verwachtingspatroon van een bezoeker in gedachten gehouden. Op het moment dat een bezoeker aangenaam verrast is over bijvoorbeeld het aanbod, of juist teleurgesteld, dan volgt hierop een beoordeling 'goed' of 'matig'. Als het aanbod voldoet aan de verwachtingen is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven.

Bij de beoordeling voor het onderdeel 'kwaliteit en variatie winkels' is onder meer gekeken naar het aanbod in de dagelijkse sector, of er zowel fullservice als discountsupermarkten aanwezig zijn, en of er naast supermarkten ook speciaalzaken aanwezig zijn. Bij de niet-dagelijkse sector is o.a. naar de verschillende prijssegmenten gekeken, naar het aantal ketenbedrijven, en naar de kwaliteit van de winkel zelf. Is het aanbod meer of minder dan je zou verwachten, dan is de beoordeling hierop aangepast. Aspecten als 'bereikbaarheid', 'compactheid', 'ondersteuning daghoreca' hebben veel 'harde' gegevens in de beoordeling. De aanwezigheid van bepaalde wegen, horeca en de exacte ligging is objectief vast te stellen. Dit geldt ook in belangrijke mate voor parkeergegevens (van auto's en fietsen); hierbij is zo mogelijk tevens gebruik gemaakt van aanwezige parkeernota's. De kwalitatieve beoordeling van een parkeerlocatie kent iets meer subjectieve gegevens; het gaat hier onder meer om de in- en uitrit, afmeting van een parkeerplaats, vindbaarheid van de locatie, onderhoudsniveau enz.

Het aspect met de minst 'harde' gegevens is de 'sfeer en gezelligheid/beleving'. Dit gaat meer over het gevoel dat een winkelgebied oproept, in combinatie met hetgeen de bezoeker op zo'n plek verwacht. De sfeer in een bepaald gebied bestaat ook niet uit één element, maar is de combinatie van diverse elementen. Het aanbod aan winkels, horeca en dienstverlening, maar ook de inrichting van de openbare ruimte, aanwezigheid van toeristische trekpleisters, historische ambiance, zijn enkele van deze elementen.

## VERZORGINGSFUNCTIE

Vooral op basis van alle voorgaande gegevens is het mogelijk om de verzorgingsfunctie (bijvoorbeeld lokaal, bovenlokaal of regionaal) van het winkelgebied vast te stellen. Het totale aanbod, het aanbod in de modische sector, de aanwezigheid van bepaalde ketens e.d. zijn hierin onder meer bepalend. Ook de gegevens vanuit het Koopstromenonderzoek zijn meegenomen bij de bepaling van de verzorgingsfunctie van het winkelgebied. Dit betreft vooral de omvang van het gebied waar de winkels hun klanten regelmatig vandaan halen.

## OVERIGE ASPECTEN

Alle onderwerpen onder de kop 'overige aspecten' zijn verkregen uit de gesprekken met de gemeentelijke vertegenwoordigers. Deze hebben deels ter plekke bij de gemeente, deels telefonisch plaatsgevonden. Aanvullend zijn vaak nog per mail gegevens uitgewisseld. Ook is op het internet (soms op de gemeentelijke site, soms via de site van een ondernemersvereniging) informatie verzameld. Met de ondernemersverenigingen zelf zijn geen gesprekken gevoerd. In de hele provincie zijn weinig regelingen op het gebied van de detailhandel opgesteld. Voorbeelden hiervan zijn onder meer een leegstandsverordening, een stimuleringsregeling (verplaatsing, aanpak gevels) of een winkel-/social media scan. Wel is op meerdere plekken sprake van andere voorzieningen waar ondernemers gebruik van kunnen maken; een voorbeeld hiervan is een ondernemersfonds. Indien aanwezig, is hiervan melding gemaakt.

## INTERNET / SOCIAL MEDIA

Voor elk winkelgebied is het al dan niet aanwezig zijn op internet gecheckt. Belangrijk in de score is zowel het aanwezig zijn van een website, maar ook de kwaliteit hiervan. Ook is aangegeven (en gecheckt) of het winkelgebied een Facebookpagina heeft, en of ze gezamenlijk gebruik maken van Instagram. Bij social media is veelal tevens aangegeven of het winkelgebied en/ of de ondernemers individueel hiervan gebruik maken.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

Voor elk winkelgebied specifiek is het aan het eind een advies gegeven voor de mogelijke aanpak van daarvoor genoemde aandachtspunten. Deze aandachtspunten zijn uit de uitkomsten van de SWOT-analyse naar voren gekomen. In een aantal gevallen zijn duidelijke instrumenten te benoemen en te benutten. Sommige instrumenten zijn in meerdere winkelgebieden toepasbaar. Op provinciaal niveau komt hier in een aantal gevallen een rode draad uit. Het is mogelijk om, met

name voor deze instrumenten die in meerdere winkelgebieden toepasbaar zijn, een subsidieregeling in te zetten ter ondersteuning van een toekomstbestendig en aantrekkelijk winkelgebied.

## MOGELIJK IN TE ZETTEN INSTRUMENTARIUM

---

Voor veel kernen ligt er een uitdaging om het winkelgebied compacter te maken. Veelal is dit noodzakelijk om de leegstand te verlagen. De leegstand is lager dan enkele jaren geleden, maar er is sprake van grote verschillen tussen de diverse winkelgebieden. Vooral de (middel-)grote kernen kennen nog een hoog leegstandsniveau, met name in de centrumgebieden. De mogelijkheden om de leegstand terug te dringen zijn sterk afhankelijk van de lokale situatie; vaak is maatwerk gewenst. Toch is met een gezamenlijke aanpak van alle betrokkenen wel degelijk resultaat te behalen. Naast het fysiek compacter maken van centra, het aantrekkelijker maken van de openbare ruimte en het bieden van een passend en compleet assortiment in een centrum is in veel winkelgebieden het professionaliseren van het ondernemerschap een belangrijke uitdaging. Het gaat hierbij om de bewustwording van de ontwikkelingen in de detailhandel in de volle breedte. De wijze waarop de ondernemer en de ondernemersvereniging in de wereld van de fysieke winkel, het internet, de social media en omnichannel kansen kan benutten, kan nog fors verbeterd worden.

Het juiste instrumentarium dient dan op de juiste plek ingezet te worden; hierin komen enkele instrumenten naar voren die in diverse winkelgebieden ingezet kunnen worden. Instrumenten die in meerdere winkelgebieden ingezet kunnen worden zijn:

1. Op het gebied van **professionalisering ondernemers/ondernemerschap**:
  - a. Investeren in samenwerking:
    - i. Modules MKB Noord inzetten ter ondersteuning ondernemerschap
    - ii. Instellen ondernemersfonds
  - b. Professionalisering, waar de samenwerking al functioneert.
    - i. Modules MKB Noord gericht op inhoudelijke kennisverwerving inzetten
    - ii. Opstellen kaarten met bedrijfsopvolgingsproblematiek op basis van leeftijd en opvolging per bedrijf
    - iii. Scan presentatie en profilering winkelpand, inclusief website/social media
    - iv. Internet/social media, bv. spreekuur houden door deskundige; zowel gezamenlijk (winkeliers als totaal) als individueel
2. Op het gebied van **inrichting openbare ruimte**:
  - a. Overheid vult randvoorwaarden voor het goed kunnen functioneren van een winkelgebied in:
    - i. Betere geleiding looproutes en zichtlijnen middels bv. groen
    - ii. Aankleding winkelgebied
    - iii. Plaatsen fietsenklemmen

- b. Parkeerbeleid
  - c. Uitstallingenbeleid
3. **Stimuleringsregeling**; diverse vormen mogelijk en nader lokaal in te vullen:
- a. Plansubsidie voor opstellen van een verbouwing of gevelaanpassing
  - b. Aanpak gevels (bv. in combinatie met scans)
  - c. Transformatie van detailhandel naar andere functie
  - d. Verplaatsingsubsidie voor ondernemers van buiten naar binnen kernwinkelgebied
  - e. T.b.v. leefbaarheid en/of sociale controle: bovenruimtes geschikt maken voor bewoning
4. **Opstellen detailhandelsvisie**: als basis voor het gemeentelijk beleid om o.a. helderheid te bieden over ingezette koers.
5. **Detailhandels- vastgoedregie** voor centrumgebieden, bijvoorbeeld in regionaal verband. Betreffende persoon moet goed ingevoerd zijn, heeft overleg met alle stakeholders, is onpartijdig (vertrouwen winnen). Krijgt hierdoor goed inzicht in mogelijkheden voor o.a. bedrijfsverplaatsing, huurniveaus, bedrijfsbeëindiging, investeringsmogelijkheden en -wensen, enz. Hij/zij moet alle puzzelstukjes kennen en in elkaar laten vallen.
6. **Bestemmingsplan** aanpassen: om te voorkomen dat op ongewenste locaties opnieuw detailhandel gaat ontstaan: planologische veegoperatie.
7. **Vastgoedsaneringsfonds**, garantstelling, herverkaveling: grootschalige ingrepen, waarbij meerdere partijen zijn betrokken. De gemeente is hier slechts één van de partijen, en niet altijd degene die het proces zou moeten leiden.

Met het ene instrument is sneller resultaat te behalen dan met het andere. Bovendien vragen bepaalde maatregelen om aanpassing van beleidsmatige of juridische kaders. Ook is de benodigde en beschikbare inzet van (financiële) middelen niet overal gelijk. Zoals hiervoor aangegeven kan een subsidieregeling een goede zet in de rug geven om het proces om tot een toekomstbestendig en aantrekkelijk winkelgebied te komen, op gang te brengen. In de beginfase is het behalen van snelle zichtbare resultaten voor alle partijen gewenst; hier gaat een stimulerende werking vanuit voor het aanpakken van het totaalplan.

## OVERZICHT WINKELGEBIEDEN

Gemeente	Kern/winkelgebied		Gemeente	Kern/winkelgebied
<b>Achtkarspelen</b>	Buitenpost		<b>Heerenveen</b>	Bedrijventerrein Nijehaske/Businesspark
	Harkema			Heerenveen Centrum
	Kootstertille			Heerenveen De Akkers
	Surhuisterveen			Heerenveen De Greiden
<b>Noardeast-Fryslân</b>	Dokkum			
	Ferwert			Akkrum
	Kollum			Jubbega
	Kollumerzwaag		<b>Ooststellingwerf</b>	Appelscha
<b>Dantumadiel</b>	Damwâld			Haulerwijk
	De Westereen			Oosterwolde
	Feanwâlden		<b>Opsterland</b>	Beetsterzwaag
<b>Tytsjerksteradiel</b>	Burgum			Gorredijk
	Gytsjerk			Ureterp
	Hurdegaryp		<b>Smallingerland</b>	Drachten Centrum
<b>Leeuwarden</b>	Binnenstad			Drachten De Drait
	Bilgaard			Drachten De Wiken
	Cambuurplein			Drachten MLK woonboulevard
	Camminghaburen			Drachten Noorderpoort
	Johannes Kolplein (Vrijheidswijk)		<b>Weststellingwerf</b>	Noordwolde
	Miro			Wolvega Centrum
	Schrans			Wolvega Homecenter
	Vliet		<b>De Fryske Marren</b>	Balk
	Westeinde			Joure
	Willem Alexanderplein (Nijlân)			Lemmer
	Winkelpark de Centrale			Sint Nicolaasga
	Zevenblad (Aldlân-Oost)		<b>Súdwest-Fryslân</b>	Bolsward
				Heeg
	Grou			Ijlst
Stiens			Koudum	
<b>Harlingen</b>	Harlingen Centrum			Makkum
	Harlingen Kimswerderweg			Sneek
<b>Waadhoeke</b>	Berltsum			Workum
	Dronrijp			Wommels
	Franeker		<b>Terschelling</b>	Midslân/Formerum
	Menaam			Oost
	Sint Annaparochie			West-Terschelling
	Winsum			



# BUITENPOST

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Buitenpost is een van de twee grotere kernen van de gemeente Achtkarspelen; de andere is Surhuisterveen. Achtkarspelen ligt in het oosten van de provincie, tegen de grens met de provincie Groningen aan. Achtkarspelen telt ongeveer 28.000 inwoners, het inwonertal van Buitenpost ligt op ruim 5.700. Het inwonertal van Buitenpost is de afgelopen jaren enigszins gedaald, dat van de totale gemeente is constant gebleven. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren op peil blijft of nog iets verder zal dalen. Het beleid van de gemeente is gericht op concentratie in de hoofdkernen; niettemin ligt Achtkarspelen in een krimpg gebied. Het aandeel 65+'ers in Buitenpost is met 23,3% groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van aanzienlijke vergrijzing. Bij het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is geen sprake van een sterke afwijking; dit percentage is vrijwel gelijk aan het Fries en Nederlands gemiddelde. Buitenpost ligt aan de route van de stad Groningen naar Leeuwarden, ongeveer halverwege. Sinds enige jaren leidt een rondweg het dorgaande verkeer om de plaats heen. De afstand tot Leeuwarden bedraagt ongeveer 26 kilometer; Drachten ligt eveneens op deze afstand. De stad Groningen ligt op 33 kilometer afstand.

Van oudsher is de Voorstraat, samen met de hierop uitkomende Kerkstraat, een belangrijke winkelstraat. Twee van de drie supermarkten zijn zich op een bepaald moment aan de achterzijde van de Voorstraat gaan vestigen, bereikbaar vanaf de Kerkstraat. Hierdoor heeft dit gedeelte van het centrum aan commerciële kracht gewonnen. Het zuidelijke deel van de Kerkstraat heeft – mede door leegstand – aan kracht verloren. Daarnaast kent Buitenpost nog een belangrijke trekker op het gebied van woninginrichting; Kapenga (en Lippe) heeft een grote vestiging aan de Voorstraat. Voor de niet-dagelijkse boodschappen is dit een grote trekker. Op modegebied is het aanbod relatief beperkt; het recreatieve aanbod is binnen de gemeente met name in Surhuisterveen te vinden. In totaal is in Buitenpost sprake van een aanbod van ruim 16.500 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 48

winkelpanden. In oppervlakte en winkelpanden gerekend is 90% of meer hiervan te vinden in het centrum.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 10,2. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 9,1. Alle leegstand is in het centrum aanwezig. Gelet op het type leegstand is vooral sprake van structurele leegstand, dat wil zeggen dat de panden al langer dan 3 jaar leegstaan. Vooral in het middendeel van de Kerkstraat is dit het geval; overleg met de eigenaar van de panden heeft nog niet tot oplossingen geleid. Ook aan de Voorstraat staan enkele panden leeg. De leegstand ligt ruim boven het Nederlands en Fries gemiddelde, en valt ook erg op in het straatbeeld.

## GEBIEDSASPECTEN

Buitenpost kent op het gebied van supermarkten een redelijk goed aanbod; de Poiesz is sinds de vergroting de grootste supermarkt geworden met ruim 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Verder zijn er de Coop en de Lidl, bij elkaar gelegen; deze zijn iets minder groot. Dit betekent dat er sprake is van twee fullservice supermarkten en een discounter. Ook zijn er nog diverse versspeciaalzaken gevestigd. Op niet-dagelijks gebied is de variatie aan winkels beperkt. Afgezien van de supermarkten zijn relatief weinig ketenbedrijven gevestigd in Buitenpost; de bekendste is Kruidvat. Zeer opvallend in het straatbeeld is Kapenga; deze woninginrichter heeft een grote bekendheid en trekt veel bezoekers. De vestiging zit op loopafstand van de overige winkels.

Buitenpost is goed bereikbaar vanuit de verschillende richtingen, via de oorspronkelijke doorgaande route. Sinds de rondweg om Buitenpost heengaait is het rustiger geworden in het dorp, wat voor de winkels niet altijd positief is. De kans op bezoekers die 'toevallig' iets gaan kopen is hiermee afgenomen. Door deze rondweg is ook de structuur van het winkelgebied veranderd; het hart ligt nu vooral rondom de noordkant van de Kerkstraat. De bereikbaarheid van de supermarkten is goed; deze zijn via de Kerkstraat te bereiken. De Kerkstraat zelf is tot de Christinastraat (naar de supermarkten) eenrichtingverkeer vanuit zuidelijke richting. De supermarkten zijn ook via de Irenestraat goed te bereiken. Op donderdagmiddag wordt de weekmarkt gehouden in de Kerkstraat. De belangrijkste zichtlijnen en looproutes in het centrum zijn redelijk duidelijk, maar de supermarkten staan niet vermeld. Vanaf de Voorstraat zijn ze niet te zien, en ook de Poiesz ligt nu een eind van de straat af naar achteren. Ook in de Kerkstraat zijn de Coop en Lidl nog niet te zien. De winkels aan het Nijenstein liggen eveneens nogal uit beeld. De compactheid van het centrumgebied is redelijk goed; alle winkels bevinden zich in het centrumgebied. Aan de uiteinden is wel sprake van enige versnippering. Tussen de winkels is ook sprake van niet-winkelpanden. Dan gaat het o.a. om dienstverlening; Fritech zorgt voor veel onaantrekkelijke meters in de winkelstraat. De inrichting van de openbare ruimte ziet er over het algemeen goed uit; de Voorstraat is volledig aangepakt en fraai opnieuw ingericht. Er is gebruik gemaakt van bomen en passende verlichting. Sommige delen ogen nu nog wat stenig, maar de bomen zullen hier voor verbetering zorgen. Vooral op de kop van de Kerkstraat, bij het Nijenstein, is aanbod in de horeca te vinden; ook elders in de Kerkstraat is enig horeca-aanbod. In het centrum zijn nog enkele andere voorzieningen te vinden. Dan gaat het met name om de bibliotheek; deze zit in het zuidelijke deel van de Kerkstraat.

In het centrum van Buitenpost is sprake van gratis parkeren. Het parkeren staat overal redelijk duidelijk aangegeven. In kwantitatief opzicht zal het aantal parkeerplaatsen onder normale omstandigheden voldoende zijn. In delen van de Kerkstraat en langs de Voorstraat is het mogelijk om langs te parkeren; deze plaatsen zijn duidelijk te herkennen. Bij Poiesz is volop parkeergelegenheid aangelegd. Al deze parkeerplaatsen zien er goed uit. Hiernaast zijn er enkele parkeerterreinen, die wat lastiger liggen. Het parkeren aan het Nijenstein is niet aangegeven, en is slecht herkenbaar als parkeerlocatie. De grootste problematiek qua parkeren is bij de Coop en Lidl te vinden. Aan de Irenestraat zijn extra parkeerplaatsen voor Lidl aangelegd, maar het terrein tussen de Kerkstraat en Irenestraat – in feite het hoofdparkeerterrein – is krap, en de weg slingert erdoorheen. Een electriciteitsgebouwtje staat in de weg. Vanuit de gemeente wordt gewerkt aan oplossingen, maar deze zijn niet eenvoudig uit te voeren. Tenslotte is er bij Kapenga een prima parkeerterrein tegenover de entree. Fietsenklemmen zijn op enkele plaatsen in het dorp aanwezig, maar vooral bij de supermarkten.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente visie voor het centrum van Buitenpost dateert van 2007. Sindsdien is in 2013 een structuurvisie voor de hele gemeente opgesteld, waar uiteraard ook Buitenpost in vermeld staat. In 2016 is voor heel Noordoost Friesland een inventarisatie van de detailhandel in dit deel van Friesland opgesteld. Aangezien er de afgelopen jaren qua structuur het nodige veranderd is in Buitenpost wordt momenteel gewerkt aan een nieuwe centrumvisie. Deze zal naar verwachting nog dit jaar worden afgerond. Regionale afstemming vindt plaats met de overige gemeenten in Noordoost Friesland. In Buitenpost is geen sprake van parkeermonitoring, maar met name het onhandig ingedeelde parkeerterrein bij Coop is regelmatig gespreksonderwerp.

In Buitenpost is een ondernemersvereniging actief; dit is de Business Club Buitenpost (BCB). Deze club was oorspronkelijk vooral een netwerkgroep. Daarnaast was er de BUVO, de winkeliersvereniging Buitenpost Vooruit. Deze twee zijn gefuseerd binnen de BCB. Op het gebied van detailhandelsbeleid en overleg met de gemeente zijn ze wel het eerste aanspreekpunt, maar verder niet opvallend actief. Er is geen centrummanager aanwezig in Buitenpost, en evenmin zijn er specifieke regelingen voor de detailhandel binnen de gemeente.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Buitenpost toont Google vooral diverse verzamelsites, zoals Openingstijden.nl, waarop het winkelaanbod onvolledig wordt getoond. Een bezoeker krijgt geen beeld van het aanbod in de plaats. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Buitenpost komt de eigen dorpswebsite (Buitenpost.info) naar voren, maar hiervoor moet de bezoeker wel echt zoeken. Deze staat laag in de lijst van Google; eerst staan verzamelsites met nauwelijks relevante informatie. Bovendien loopt de dorpsite maanden achter. De gemeente toont een pagina met activiteiten met andere kernen.

In Buitenpost is een gezamenlijke Facebookpagina aanwezig. Deze toont veel activiteiten, van natuur en cultuur tot de lentefair. Winkels worden niet nadrukkelijk in beeld gebracht. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig. Enkele bedrijven posten lokaal berichten op Instagram, maar dit zijn voornamelijk woninginrichters.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Buitenpost weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarktaanbod	Storende leegstand
Aanwezigheid Kapenga	Parkeren bij Coop en Lidl
	Onevenwichtig centrum
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Eigen website, winkels en ondernemers laten zien	Groei online winkelen
Sterkere structuur, compacter	Geen samenwerking

In Buitenpost is het aanbod aan supermarkten vernieuwd en sterk aanwezig. Ook de aanwezigheid van Kapenga heeft Buitenpost op de kaart gezet. Mede door de rondweg is de structuur van het winkelgebied duidelijk aan het veranderen. De leegstand is op dit moment te hoog, en is ook storend in het straatbeeld aanwezig. Een verdere concentratie van het aanbod, waardoor een compacter winkelgebied ontstaat, is aan te bevelen. Alleen dan kan het winkelgebied ook in de toekomst z'n aantrekkelijkheid behouden als compleet boodschappendorp. De parkeermogelijkheden zijn heel belangrijk; juist bij de supermarkten van Coop en Lidl is dat nu niet goed geregeld. Het vinden van een oplossing voor dit probleem is cruciaal. Een goede samenwerking van de ondernemers en het zich goed presenteren (online en offline) kan ervoor zorgen dat het aanbod goed onder de aandacht wordt gebracht; dat gebeurt op dit moment onvoldoende. Er is geen eigen website aanwezig, terwijl dit juist door de groei van het online winkelen steeds belangrijker wordt. Voor social media zou men kunnen aansluiten bij "Dorp Buitenpost".

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- De parkeergelegenheid is voor een plaats als Buitenpost heel belangrijk. De grootste capaciteit dient bij de supermarkten te liggen. Het vinden van oplossingen voor deze problematiek is niet eenvoudig, maar dient wel met de nodige prioriteit aangepakt te worden.
- De nadrukkelijk aanwezige leegstand is zeer onaantrekkelijk voor bezoekers. Dit nodigt niet uit om langer te verblijven. Het creatief zoeken naar oplossingen voor deze leegstaande panden is naast het parkeren topprioriteit. Een kritische beoordeling van de huidige bestemming van de lege panden maakt hier deel vanuit; bestemmingswijziging of zelfs een leegstandsverordening zijn instrumenten om onder de loep te nemen.
- Voor Buitenpost is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden.
- Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De structuur kan nog versterkt worden, waardoor meer een geheel gaat ontstaan. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken. Hierbij kan tevens gedacht worden aan een goede samenwerking, bijvoorbeeld ook met Kapenga.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden met een goede collectieve website. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. Hier liggen nog kansen ter verbetering. De samenwerking tussen ondernemers kan dan ook online herkenbaar worden.

BUITENPOST							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	48	43	90%				
m2 wvo winkels	16.529	15.227	92%				
Aantal inwoners	5.725	stijgend/gelijk/ <b>dalend</b>		NL	FR		
Percentage 65+	23,3%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,9%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v	v					
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v	v					
Compactheid winkelgebied		v	v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				bibliotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v	v				
Parkeergelegenheid kwalitatief	v		v	hoofd-P matig, rest goed			
Aanbod fietsstallingen		v		bij supermarkten			
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	3		3				
Fullservice/discount	2/0		Coop, Lidl, Poiesz				
% dagelijks aanbod	22%						
Trekkers niet-dagelijks	Kapenga, Kruidvat, Readshop						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	2.151	2.151	100%	9,1	6,8	6,3	
# vkp	9	9	100%	10,2	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	22%	0%	78%				
m2 wvo	4%	0%	96%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2007, 2016				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		BCB				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 2/5	Verzamelsites, onvolledig					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 2/5	Dorpssite aanwezig, maar niet actueel					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	3.656	1.053	334	8.623	712	2.151	16.529
vkp	13	9	2	13	2	9	48
per 1.000 inwoners	634	183	58	1.496	124	373	2.868
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
<b>005000 &lt;= Inwklasse &lt;007500</b>	<b>419</b>	<b>262</b>	<b>53</b>	<b>801</b>	<b>73</b>	<b>159</b>	<b>1.766</b>
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# HARKEMA

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Harkema is na Surhuisterveen en Buitenpost de derde kern van de gemeente Achtkarspelen; het ligt bijna tegen Surhuisterveen aan. Achtkarspelen ligt in het oosten van de provincie, tegen de grens met de provincie Groningen aan. Achtkarspelen telt ongeveer 28.000 inwoners, het inwonertal van Harkema ligt op ruim 4.260. Het inwonertal van Harkema is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven. De verwachting is dat het inwonertal op termijn wel iets zal gaan dalen; Achtkarspelen ligt in een krimpgebied. Het bevolkingsprofiel in Harkema wijkt af van het gemiddelde van de gemeente. Het aandeel 65+'ers in Harkema is met 18,1% lager dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel ruim onder het Fries gemiddelde. Er is derhalve geen sprake van vergrijzing. Het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is juist groter dan het Fries en Nederlands gemiddelde; van ontgroening is dus evenmin sprake. De afstand van Harkema naar Surhuisterveen bedraagt maximaal 3 kilometer. Een grote kern als Drachten ligt op zo'n 20 kilometer afstand.

Het winkelaanbod in Harkema is gericht op de eigen inwoners; het gaat vooral om dagelijkse voorzieningen. De belangrijkste winkel is dan ook de supermarkt van Poiesz. Deze is in een relatief nieuw winkelcentrum gevestigd, met parkeren aan de voorzijde, en enkele andere winkels vlakbij. Het gaat dan met name om de Warmoltsstrjitte en de Bouwe Harkemastrjitte. In totaal is in Harkema sprake van een aanbod van bijna 3.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 19 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 79% van het totale aanbod in het centrumgebied te vinden; in aantal winkelpanden gerekend is dit 63%. Het gaat dan om ruim 2.300 m<sup>2</sup> wvo en 12 panden. Het aanbod is gezien de omvang van de plaats gering, maar gelet op de nabijheid van Surhuisterveen logisch.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 8,0. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage maar liefst 25,2. Het overgrote deel van de leegstand is in het centrum aanwezig. In het centrum staat een relatief groot voormalig

winkelpand (Winkel van Sinkel) al geruime tijd (langer dan 3 jaar) leeg. Met een gering aanbod telt dit zwaar door in de cijfers. De structurele leegstand is dan in meters hoog; de overige 2 panden staan nog niet zolang leeg. Het leegstandspercentage ligt boven het Nederlands en Fries gemiddelde.

## GEBIEDSASPECTEN

In Harkema is een supermarkt van Poiesz, met een moderne uitstraling, aanwezig. Verder is het aanbod erg beperkt. Er is nog een slager gevestigd, en verderop zit een bakker. Om de hoek zit een fietsenzaak en naast Poiesz zit een apotheek. Overige winkels zitten verder van de supermarkt vandaan.

Het winkelgebied van Harkema is goed bereikbaar vanuit de verschillende richtingen. Het ligt niet aan doorgaande routes, maar wel centraal in het dorp. Ook het gezondheidscentrum bevindt zich in de buurt van de supermarkt en de apotheek. Een voorziening aan de rand van Harkema is het themapark De Spitkeet. De zichtbaarheid van Poiesz zelf is niet zo goed; vanaf het parkeerterrein zijn de entree en de winkel goed zichtbaar, maar vanaf alle andere kanten is de winkel niet te zien. Dit heeft te maken met de U-vorm van het gebouw. Overigens zal dit in het dorp minder relevant zijn; veel bezoekers (hoofdzakelijk inwoners van Harkema) zijn hier goed bekend. De compactheid van het winkelgebied is – afgaande op het dagelijkse aanbod – redelijk. Supermarkt, slager en bloemist zitten vlakbij elkaar. Maar de bakker en de meeste overige winkels liggen verspreid door het dorp. De inrichting van de openbare ruimte ziet er met name rondom de Poiesz goed verzorgd uit.

Wat sfeer en gezelligheid betreft is het beeld conform de verwachtingen: vooral functioneel. Voor een dorp met vooral een lokale verzorgingsfunctie ligt dit anders dan voor een grotere plaats met een groot recreatief aanbod. In Harkema is wel enig horeca-aanbod aanwezig. Deels betreft dit avondhoreca, maar er is ook sprake van een locatie (snackbar) om overdag iets te nuttigen. Het parkeren is goed geregeld; zowel kwantitatief als kwalitatief voldoen de parkeerplaatsen uitstekend. Bij de supermarkt liggen de meeste plaatsen; ook in de Warmoltsstrjitte kan men langsparkeren. Fietsenklemmen zijn met name bij de supermarkt aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

In 2013 is een structuurvisie voor de hele gemeente opgesteld, waar ook Harkema in vermeld staat. In 2016 is voor heel Noordoost Friesland een inventarisatie van de detailhandel in dit deel van Friesland opgesteld. De aandacht gaat vooral uit naar het zo volledig mogelijk aanbieden van alle dagelijkse boodschappen. Met het nieuwe centrum met Poiesz voldoet het winkelgebied prima voor een plaats als Harkema. Regionale afstemming vindt plaats met de overige gemeenten in Noordoost Friesland. Parkeren is in Harkema geen issue; monitoring is dan ook niet nodig.



In Harkema is geen ondernemersvereniging meer aanwezig; deze is gestopt. Een centrummanager is voor Harkema niet nodig, en is dan ook niet aanwezig. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn er evenmin.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Harkema toont Google diverse verzamelsites, een gezamenlijke website ontbreekt. De verzamelsites geven een onvolledig overzicht van het winkelaanbod. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Harkema belandt de bezoeker eveneens op algemene sites als Waldnet of TripAdvisor. Bij deze laatste wordt wel de Spitkeet genoemd; alle overige activiteiten liggen vooral buiten Harkema.

In Harkema is de gezamenlijke Facebookpagina "Doarp de Harkema"; deze bevat vooral voetbal en paardensport. Zeer onregelmatig wordt een actie van een winkel vermeld. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig, en er zijn weinig actieve lokale ondernemingen.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Harkema weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarktaanbod	Verouderd en verspreid aanbod
Parkeren	Geen ondernemersvereniging
Bevolkingsprofiel	Geen website of social media
	Leegstand
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Website opzetten	Nabijheid Surhuisterveen

Voor een dorp als Harkema is het supermarktaanbod heel belangrijk. Dit is met de nieuwe Poiesz goed ingevuld. Ook het parkeren is hier goed verzorgd. Opvallend is verder het bevolkingsprofiel

van Harkema; er zijn relatief veel jongeren. Voor de nabije toekomst zal het inwonertal dan ook op peil kunnen blijven. Het overige winkelaanbod – buiten het echte centrum – oogt deels verouderd en ligt nogal verspreid. Het leegstandspercentage is hoog. Veel samenhang is er dan ook niet. Dit komt ook naar voren in het ontbreken van een winkeliers- of ondernemersvereniging. Toch is het belang hiervan groot; door samen te werken kan het aanbod veel beter onder de aandacht gebracht worden. In feite is het aanbod in Harkema groter dan het in eerste instantie doet vermoeden. Een gezamenlijke website zou dit dan ook goed naar voren kunnen brengen. De belangrijkste bedreiging voor de toekomst is gelegen in de nabijheid van Surhuisterveen. Hier is sprake van een compleet aanbod in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor Harkema is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of het voorzieningenniveau van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden.
- Om het winkelgebied zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels, maar ook overige voorzieningen, hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken. Het oplossen van de structurele leegstand is dan ook een prioriteit. Hierbij kan naast detailhandel ook gedacht worden aan invulling met andere functies.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden met een goede collectieve website. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. Ook voor kleine dorpen is dit noodzakelijk; anders wordt het inwoners en andere bezoekers erg gemakkelijk gemaakt om naar Surhuisterveen te gaan. Een samenwerkingsvorm van de ondernemers is dan wel nodig.

HARKEMA							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	19	12	63%				
m2 wvo winkels	2.960	2.325	79%				
Aantal inwoners	4.266	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	18,1%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	30,1%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels	v	v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v	v				
Compactheid winkelgebied		v	v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				themapark, gezondheidscentrum			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
<b>Supermarkt aanwezig kwg?</b>							
Supermarkt aanwezig kwg?	ja	nee	aantal centrum				
Fullservice/discount	1		1				
% dagelijks aanbod	1/0		Poiesz				
Trekkers	32%						
	geen						
<b>Verzorgingsfunctie</b>							
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	992	929	94%	25,2	6,8	6,3	
# vkp	4	3	75%	8,0	6,6	5,6	
<b>aandeel kernwinkelgebied</b>							
	fictie	langdurig	structureel				
vkp	33%	33%	33%				
m2 wvo	3%	20%	76%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2016, Inventarisatie				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v					
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Geen gezamenlijke website, onvolledig beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Geen informatie					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	936	362	0	550	120	992	2.960
vkp	6	2	0	6	1	4	19
per 1.000 inwoners	218	84	0	128	28	231	689
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# KOOTSTERTILLE

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Kootstertille is het vierde dorp van de gemeente Achtkarspelen, wat aantal inwoners betreft. Achtkarspelen ligt in het oosten van de provincie, tegen de grens met de provincie Groningen aan. Achtkarspelen telt ongeveer 28.000 inwoners, het inwonertal van Kootstertille ligt op ruim 2.500. Het inwonertal van Kootstertille is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven. De verwachting is dat het inwonertal op termijn wel iets zal gaan dalen; Achtkarspelen ligt in een krimpg gebied. Het bevolkingsprofiel in Kootstertille wijkt af van het gemiddelde van de gemeente. Het aandeel 65+'ers in Kootstertille is met 16,7% kleiner dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel ruim onder het Fries gemiddelde. Er is derhalve geen sprake van vergrijzing. Het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is juist royaal groter dan het Fries en Nederlands gemiddelde; van ontgroening is dus evenmin sprake. Net als in Harkema is er de afgelopen jaren nieuwbouw gepleegd in het dorp. Kootstertille heeft de nodige industrie in het dorp, langs de Knillerdjip. Kootstertille ligt tussen een aantal grotere kernen in. Zowel Buitenpost, Surhuisterveen als Burgum liggen op minder dan 10 kilometer afstand. De afstand naar Drachten (17 kilometer) en Leeuwarden (22 kilometer) is evenmin erg groot. Via de N355 en de N369 zijn beide plaatsen goed te bereiken.

Het winkelaanbod in Kootstertille is gericht op de eigen inwoners; het gaat vooral om dagelijkse voorzieningen. De belangrijkste winkel is dan ook de supermarkt van Poiesz. Deze is gevestigd in een winkelstrip aan de invalsweg Kootstertille in. In totaal is het winkelaanbod in Kootstertille ruim 1.760 m<sup>2</sup> vvo groot, verdeeld over 9 winkelpanden. In oppervlakte en aantal winkelpanden gerekend is 78% van het aanbod in het centrumgebied – dus in deze winkelstrip - te vinden. Het gaat dan om ruim 1.360 m<sup>2</sup> vvo en 7 panden. Het aanbod is relatief gering. Gunstig is dat er geen leegstand aanwezig is.

## GEBIEDSASPECTEN

Het winkelaanbod in Kootstertille is gering. De belangrijkste winkel is de supermarkt van Poiesz. De supermarkt is wat oppervlakte betreft relatief klein met ongeveer 700 m<sup>2</sup> wvo en heeft een verouderde uitstraling. Verder is het aanbod erg beperkt; in de dagelijkse sector is geen bakker of slager aanwezig. In de winkelstrip zijn wel een bloemenzaak, een DHZ'er, een kledingzaak, een parketwinkel en een winkel met onder meer huishoudelijke artikelen en boeken gevestigd.

Het winkelgebied van Kootstertille is goed bereikbaar vanuit het dorp. De winkelstrip ligt aan de Âlde Dyk, de invalsweg vanaf de N369. De woonwijken van Kootstertille liggen aan beide zijden van deze weg; vanuit beide delen is de winkelstrip goed bereikbaar. De zichtbaarheid is eveneens uitstekend. Opvallend is op dit moment nog open stuk tussen de winkelstrip en het blok met de snackbar en de kapsalon. Op termijn komen hier nog woningen. De compactheid van het winkelgebied is goed. In feite zit alles bij elkaar. Ook het dorps huis of multifunctioneel centrum ligt vlakbij de winkelstrip. De inrichting van de openbare ruimte ziet er met de nieuwe inrichting goed en verzorgd uit; over de hele breedte van de winkelstrip zijn langs de weg groenstroken met bomen en beplanting aangebracht. Hierdoor vallen de geparkeerde auto's minder op.

Wat sfeer en gezelligheid betreft is het beeld conform de verwachtingen. Voor een dorp met vooral een lokale verzorgingsfunctie ligt dit anders dan voor een grotere plaats met een groot recreatief aanbod. Het groen oogt vriendelijk, maar het open stuk tussen de winkels en de snackbar oogt rommelig. In Kootstertille is in de vorm van de snackbar daghoreca aanwezig. Het parkeren is goed geregeld; zowel kwantitatief als kwalitatief voldoen de parkeermogelijkheden uitstekend. Over de hele lengte van de winkelstrip zijn parkeerplaatsen met voldoende afmetingen aangelegd. Fietsenklemmen zijn ook op verschillende plekken aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

In 2013 is een structuurvisie voor de hele gemeente opgesteld, waar ook Kootstertille in vermeld wordt. Er is vooral aandacht voor de invulling van de ruimte naast de winkelstrip en voor mogelijke nieuwbouw. In 2016 is voor heel Noordoost Friesland een inventarisatie van de detailhandel in dit deel van Friesland opgesteld. Regionale afstemming vindt op gemeentelijk niveau plaats met de overige gemeenten in Noordoost Friesland. Parkeren is in Kootstertille geen issue; monitoring is dan ook niet nodig.

In Kootstertille is een redelijk actieve ondernemersvereniging aanwezig; dit is de Hako. Ze zijn onder meer gesprekspartner richting de gemeente. Een centrummanager is voor Kootstertille niet nodig, en is dan ook niet aanwezig. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn er evenmin.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Kootstertille toont Google diverse verzamelsites, een gezamenlijke website ontbreekt. De verzamelsites geven een onvolledig overzicht van het winkelaanbod. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Kootstertille belandt de bezoeker eveneens op algemene sites als Dagjeweg.nl, TripAdvisor of de site van de gemeente. Er worden activiteiten in andere kernen genoemd.

In Kootstertille is een Facebookgroep "Kootstertille Der ist te dwaan"; deze bevat vooral voetbal en paardensport. Zeer onregelmatig wordt een actie van een winkel vermeld. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig, en er zijn weinig actieve lokale ondernemingen.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Kootstertille weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Supermarkt aanwezig	Gering consumentendraagvlak
Parkeren en bereikbaarheid	Nabijheid grotere kernen
Bevolkingsprofiel	
Geen leegstand	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Eigen website	Online shoppen

Het dorp Kootstertille heeft een beperkt inwonertal. Een supermarkt in het dorp is in zo'n geval erg belangrijk. De supermarkt van Poiesz is gevestigd in een winkelstrip, samen met enkele andere winkels. De randvoorwaarden, zoals voldoende en goede parkeerplaatsen, een goede bereikbaarheid en een goede zichtbaarheid, zijn allemaal uitstekend ingevuld. Bovendien is er geen leegstand in het dorp. Het bevolkingsprofiel is op dit moment gunstig; er wonen relatief veel gezinnen met kinderen. Toch zal op den duur het consumenten draagvlak geringer worden. Het online shoppen – ook bij food – blijft groeien en grotere kernen liggen op relatief korte afstand van Kootstertille. Voor de huidige ondernemers is het dan ook verstandig om actief samen te werken, en om ook online goed zichtbaar te zijn. Juist voor jongeren wordt dit steeds belangrijker. Op dit moment is er geen gezamenlijke website aanwezig; het is aan te bevelen deze te ontwikkelen.

Hierop kan men dan het volledige aanbod met foto's, openingstijden enz. goed laten zien. Eventuele evenementen kunnen eveneens op de website worden vermeld.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor Kootstertille is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen hoe groot de toekomstbestendigheid van het winkelgebied is.
- Invulling van het open stuk tussen de winkels en het blok met de snackbar geeft het winkelgebied een beter aanzicht en toont meer eenheid.
- De ondernemersvereniging is redelijk actief in Kootstertille. Het verbeteren van de online zichtbaarheid en vindbaarheid zou gezamenlijk opgepakt kunnen worden met een goede collectieve website. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Kootstertille liggen hier nog kansen ter verbetering.

KOOTSTERTILLE							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	9	7	78%				
m2 wvo winkels	1.762	1.366	78%				
Aantal inwoners	2.504	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	16,7%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	32,2%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v	v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca	v						
<b>Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten</b>							
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
<b>ja nee aantal centrum</b>							
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Poiesz				
% dagelijks aanbod	36%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
<b>wijk lokaal regionaal provinciaal</b>							
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
<b>aandeel kernwinkelgebied</b>							
	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2016, Inventarisatie				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v					
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 2/5	Verzamelsites, onvolledig beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 1/5	Vooral info over andere kernen					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	630	353	57	722	0	0	1.762
vkp	2	2	1	4	0	0	9
per 1.000 inwoners	252	141	23	288	0	0	704
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564



# SURHUISTERVEEN

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Surhuisterveen is een van de twee grotere kernen van de gemeente Achtkarspelen; de andere is Buitenpost. Achtkarspelen ligt in het oosten van de provincie, tegen de grens met de provincie Groningen aan. Achtkarspelen telt ongeveer 28.000 inwoners, het inwonertal van Surhuisterveen ligt op ruim 6.000. Het inwonertal van Surhuisterveen is de afgelopen jaren enigszins gestegen, dat van de totale gemeente is constant gebleven. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren minstens op peil blijft. Het beleid van de gemeente is gericht op concentratie in de hoofdkernen; niettemin ligt Achtkarspelen in een krimpgebied. Het aandeel 65+'ers in Surhuisterveen is met 24,4% groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van aanzienlijke vergrijzing. Bij het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is sprake van een lichte afwijking; dit percentage ligt enkele procentpunten onder het Fries en Nederlands gemiddelde. Er is dus ook sprake van enige ontgroening. Surhuisterveen ligt op relatief geringe afstand van Drachten (ca. 15 kilometer), maar heeft in de regio een redelijke positie opgebouwd, waarbij ook veel bezoekers vanuit het Groningse platteland (Westerkwartier) worden aangetrokken.

Van oudsher staat Surhuisterveen bekend om het aanbod op het gebied van mode. Dit aanbod is dan ook zeer royaal aanwezig. Hierbij gaat het zowel om ketenbedrijven als om winkels van lokale of regionale ondernemers. Dé winkelstraat van Surhuisterveen is De Kolk met in het verlengde hiervan, De Dellen. Hier is vooral het recreatieve aanbod te vinden, terwijl in de vertakkingen en uitlopers met name de supermarkten (o.a. Albert Heijn) en het grootschalige aanbod (o.a. Kluswijs) gevestigd zijn. Het sterkste gedeelte van het centrum is te vinden in het centrale deel rondom de HEMA. Bij de kruising met de Nije Jirden, is een cluster rondom de Action aanwezig. Dit gebied opereert min of meer los van de rest van het centrale winkelgebied. Datzelfde geldt voor de Aldi-supermarkt; deze zit westelijk aan de Gedempte Vaart. Twee supermarkten (Jumbo, Lidl) liggen

aan beide zijden achter De Kolk, en zijn niet vanaf deze straat met de auto te bereiken; AH wel. In totaal is in Surhuisterveen sprake van een aanbod van ruim 33.600 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 113 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 57% van het totale aanbod in het centrumgebied te vinden; in aantal winkelpanden gerekend is dit 69%. Dit zijn relatief lage percentages; het gaat dan om ruim 19.000 m<sup>2</sup> wvo en 78 panden. Gelet op het totale aanbod kan gesteld worden dat het aanbod zeer royaal is. Dat geldt voor alle branches van de detailhandel.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 8,5. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 6,8. Het overgrote deel van de leegstand is in het centrum aanwezig. Gelet op het type leegstand is vooral sprake van structurele leegstand, dat wil zeggen dat de panden al langer dan 3 jaar leegstaan. Vooral aan het Torenplein (richting de Jumbo) is dit het geval, maar ook aan De Kolk en De Dellen staan panden leeg. De leegstand is groter dan het Nederlands en Fries gemiddelde, en valt op sommige plekken erg op in het straatbeeld.

## GEBIEDSASPECTEN

Surhuisterveen heeft een groot winkelaanbod. Dit aanbod kent de nodige variatie; er zijn ketenbedrijven en zelfstandige ondernemers. Ook is het aanbod in prijssegmenten redelijk gevarieerd, hoewel de lage prijssegmenten vooral in de grotere panden zitten, en daardoor sterker opvallen. Op het gebied van supermarkten zijn er zowel fullservice supermarkten als discounters aanwezig in Surhuisterveen. Verder zijn er diverse versspecialzaken gevestigd.

Het winkelgebied van Surhuisterveen is goed bereikbaar vanuit de verschillende richtingen. De Kolk en De Dellen liggen centraal in het dorp. Een deel van De Kolk is eenrichtingverkeer. De routes zijn niet overal duidelijk; zeker vanaf de oostzijde wordt een bezoeker eigenlijk weggeleid van het centrum. De bereikbaarheid van de supermarkten is voor bekenden goed te noemen; voor alle overige bezoekers zijn de supermarkten vanuit het winkelgebied niet altijd duidelijk aangegeven en te vinden. Jumbo is via de onderdoorgang volledig aan het zicht onttrokken. Ook Lidl is slechts via een omslachtige route te bereiken. Met de fiets zijn de verbindingen korter. De belangrijkste zichtlijnen en looproutes in het centrum zijn redelijk, maar het geheel is zeker niet te overzien. Dit heeft te maken met de uitgestrektheid van het gebied en de diverse onderbrekingen in het winkelfront. Op verschillende plekken is dienstverlening gevestigd, bijvoorbeeld de Rabobank, of zijn er woningen tussen de winkels aanwezig. Dit zorgt voor onderbrekingen in het winkelfront; tegenover Scapino en Action ligt een stuk grond braak. De compactheid van het centrumgebied is beperkt. Er zijn veel zijtakken met hier en daar een winkel. De kans op uitbreiding van de versnippering neemt, met een dermate groot aanbod en bovendien ook leegstand, toe.

Op diverse plekken in de straat is het mogelijk om iets te nuttigen. De horeca is verspreid over de winkelstraat aanwezig. Op het Torenplein wordt op zaterdag de weekmarkt gehouden. Dit is een logische plek om de markt te houden, en tevens een duidelijke entree voor het centrumgebied. De inrichting van de openbare ruimte ziet er over het algemeen goed uit. De weg verspringt op sommige stukken, wat de sfeer verhoogt en de snelheid beperkt. Hier en daar staan bankjes om

even te zitten. Sommige wanden ogen wel erg massaal en stenig. Dit is onder meer bij het Torenplein en bij het begin van De Kolk het geval, maar ook bij de Rabobank. Opvallend is dat overal gekozen is voor bomen; 'laag' groen is nergens te vinden. In het centrum zijn geen andere voorzieningen dan bankfilialen aanwezig.

In het centrum van Surhuisterveen is sprake van gratis parkeren. Naar aanleiding van het nieuwe visiestuk voor het centrum (zie hierna) zal mogelijk nog dit jaar voor het centrumgebied een blauwe zone worden ingevoerd. Verder zijn op diverse plaatsen – met name bij de supermarkten – grote parkeerterreinen aanwezig. Daarnaast is het mogelijk om in de straat te parkeren (straks dus blauwe zone); op het Torenplein en achter Action kunnen eveneens veel auto's geparkeerd worden. Er zijn 5 grotere parkeerlocaties. In principe is het aantal parkeerplaatsen op normale momenten voldoende. Niettemin is het vooral in de straat en op de meest gunstig gelegen parkeerterreinen (AH, Torenplein en Jumbo) vaak erg druk. Enige vorm van regulatie lijkt dan ook wenselijk. Fietsenklemmen zijn zowel bij de supermarkten als in de straat aanwezig. In de straat lijkt het aantal onvoldoende, aangezien op meerdere plekken fietsen buiten de stallingen geplaatst worden.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

In 2013 is een structuurvisie voor de hele gemeente opgesteld, waar uiteraard ook Surhuisterveen in vermeld staat. In 2016 is voor heel Noordoost Friesland een inventarisatie van de detailhandel in dit deel van Friesland opgesteld. De meest recente visie voor het centrum van Surhuisterveen dateert van 2018. Dit visiestuk gaat momenteel richting de uitvoering. Hoofddoelstelling is om het winkelgebied compacter te maken, en de parkeerproblematiek te verminderen. Het invoeren van een blauwe zone voor een deel van het centrum, een aangepaste circulatie en een betere verwijzing maken hiervan deel uit. Het winkelgebied wenst men zoveel mogelijk rond het echte hart te concentreren; lege plekken zullen zoveel mogelijk getransformeerd worden naar andere functies zoals wonen. Regionale afstemming vindt plaats met de overige gemeenten in Noordoost Friesland. In Surhuisterveen is geen sprake van parkeermonitoring, maar in het kader van het visiestuk is de parkeersituatie wel nauwkeurig in beeld gebracht. Dit zal men de komende jaren wel gaan volgen.

In Surhuisterveen is een ondernemersvereniging aanwezig; dit is de vereniging Handel en Industrie (H&I). Deze vereniging is zeer actief betrokken bij de opstelling van het visiedocument en bij de uitvoeringsaspecten. Er is geen centrummanager aanwezig in Surhuisterveen. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn er niet, maar via het heffen van reclamebelasting is er in Surhuisterveen wel een Ondernemersfonds aanwezig.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Surhuisterveen toont Google redelijk hoog in de zoekresultaten de gezamenlijke website Surhuisterveen.com. Helaas staan op de pagina "Winkelen" geen winkels. Verder staan er vooral diverse verzamelsites, zoals

Shoppen123.nl, waarop het winkelaanbod onvolledig wordt getoond. Een bezoeker krijgt geen beeld van het aanbod in de plaats. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Surhuisterveen wordt de eigen website goed gevonden; deze bevat bovendien veel activiteiten

In Surhuisterveen is een gezamenlijke Facebookpagina aanwezig. De tijdlijn bevat veel activiteiten, zo nu en dan wordt een winkel met een actie in beeld gebracht. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig, wel actieve ondernemingen. Dan gaat het o.a. om mode. Enkele bedrijven posten lokaal berichten op Instagram, maar dit zijn voornamelijk woninginrichters.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Surhuisterveen weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarktaanbod	Weinig compact, versnipperd
Groot en gevarieerd aanbod	Verwijzing, vindbaarheid
H&I	Parkeren De Kolk
	Leegstand
	Presentatie en profilering winkels
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Verbeterde website	Verdere versnippering aanbod
Functiewijziging centrum-schil	Daling draagvlak
Samenwerking	

In Surhuisterveen is het aanbod aan supermarkten fors; 3 supermarkten zijn direct bij het centrum gevestigd. Daarnaast is het aanbod in de modebranche ook groot; in deze branche heeft Surhuisterveen een naam opgebouwd. Maar ook in de andere branches is het aanbod aanzienlijk. Het aanbod zit verspreid over een groot en lang gebied; op diverse plekken is sprake van onderbreking van het winkelfront. Dit is voor bezoekers niet aantrekkelijk. Deze versnippering dreigt nog verder toe te nemen (denk aan pand Miller & Monroe). Het ingezette beleid voor verdere concentratie en het wijzigen van de functie van leegstaande en vrijkomende panden buiten het echte hart zal dan ook omarmd moeten worden. Het draagvlak zal in de toekomst door een daling van het inwonertal in de omgeving, de vergrijzing en een toename van het online shoppen gaan afnemen. Om het winkelgebied zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een aanpak van het parkeren

en de routing zeker gewenst; op dit moment lijken de parkeermogelijkheden onvoldoende, maar is vooral de verdeling niet optimaal. Mede door de routing en verwijzing zijn niet alle winkels en P-locaties goed te vinden. Op de website zijn de winkels evenmin te vinden. Door fraaie foto's en stimulerende verhalen te vertellen kan deze website flink aan kracht winnen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- De meest recente visie voor het centrum van Surhuisterveen dateert van 2018. Dit visiestuk gaat momenteel richting de uitvoering. Hoofddoelstelling is om het winkelgebied compacter te maken, en de parkeerproblematiek te verminderen. De uitvoering van deze visie is voor de toekomst van het centrum van groot belang.
- Een stimuleringsregeling voor de aanpak van panden kan ondersteunend aan deze visie, voor de transformatie van leegstaande panden en het mogelijk verplaatsen van ondernemingen zijn.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Het uitwerken van een sterk DNA-profiel voor Surhuisterveen kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers. Met de juiste marketing kan het volledige aanbod ook veel duidelijker gepromoot worden.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden door winkels/ondernemers en de bezienswaardigheden een eigen pagina te geven op de website van Surhuisterveen. Ook op social media kunnen winkels vaker getoond worden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Surhuisterveen liggen hier nog kansen ter verbetering.

SURHUISTERVEEN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	113	78	69%				
m2 wvo winkels	33.635	19.260	57%				
Aantal inwoners	6.015	<i>licht stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,4%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,3%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid		v		onduidelijk			
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving		v	v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	4		3				
Fullservice/discount	2/1		Jumbo, AH, Lidl (Aldi verder)				
% dagelijks aanbod	20%						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Action, Blokker, Sake Store						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			beperkt				
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	3.297	2.793	85%	6,8	6,8	6,3	
# vkp	16	14	88%	8,5	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fRICTIE	langdurig	structureel				
vkp	14%	21%	64%				
m2 wvo	15%	16%	70%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2016, 2018				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		H&I				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	Ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Gezamenlijke website, geen winkels					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Goed te vinden, veel activiteiten					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	6.686	8.460	831	12.336	2.025	3.297	33.635
vkp	25	31	6	32	3	16	113
per 1.000 inwoners	1.127	1.427	140	2.080	341	556	5.671
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
<b>005000 &lt;= Inwklasse &lt;007500</b>	<b>419</b>	<b>262</b>	<b>53</b>	<b>801</b>	<b>73</b>	<b>159</b>	<b>1.766</b>
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# DOKKUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Dokkum is de hoofdkern van de gemeente Noardeast-Fryslân. Noardeast-Fryslân is sinds dit jaar de samenvoeging van de drie voormalige gemeenten Dongeradeel, Ferwerderadiel en Kollumerland en Nieuw Kruisland. Noardeast-Fryslân telt ruim 45.000 inwoners, het inwonertal van Dokkum – de grootste kern - ligt op ruim 12.540. Het inwonertal van Dokkum is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven, dat van de totale gemeente is licht gedaald. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren verder zal dalen, met name in de gemeente als totaal. Noordoost Friesland is één van de landelijke krimpgebieden. Het aandeel 65+'ers in Dokkum is met 23,1% groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van aanzienlijke vergrijzing. Bij het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is geen sprake van een sterke afwijking; dit percentage is vrijwel gelijk aan het Fries en Nederlands gemiddelde. Momenteel wordt gewerkt aan een nieuwe woonvisie voor de gemeente. De stad Dokkum ligt geografisch gezien in het noordoosten van de provincie. De dichtstbij gelegen grotere kern is Leeuwarden; de afstand tot Leeuwarden bedraagt ongeveer 30 kilometer; Drachten ligt op zo'n 40 kilometer afstand.

Als één van de Friese Elfsteden kent Dokkum een historisch centrum, waardoor de stad ook door diverse toeristen bezocht wordt. Het grootste (recreatieve) winkelaanbod is dan ook in de binnenstad te vinden, terwijl direct buiten het centrum (of net iets verder) de supermarkten gevestigd zijn. De bewinkeling van Dokkum bevindt zich met name aan de Grote Breedstraat, de Waagstraat en de Hoogstraat. Deze straten zijn als verblijfsgebied voor de voetganger ingericht. Er is in het centrum van Dokkum een aantrekkelijke mix van ketenbedrijven en lokale ondernemers te vinden. Zo zijn hier Hema, Blokker en Expert gevestigd, maar bijvoorbeeld ook Sake Store en Dizzy Mode. Aan aangrenzende straten of straatdelen, waar men vaak wel met de auto kan komen, zijn ook nog diverse winkels gevestigd. In totaal is in Dokkum sprake van een winkelaanbod van ruim

65.300 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 171 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 33% hiervan te vinden in het centrum, en gerekend in het aantal winkelpanden 71%. Het gaat dan om ruim 21.500 m<sup>2</sup> wvo verdeeld over 122 winkels. Vooral het modeaanbod is in Dokkum heel sterk vertegenwoordigd. Net buiten de gracht ligt aan de noordzijde de supermarkt van Jumbo; deze is op loopafstand van het centrum gelegen. Een deel van het centrum parkeren is hier ook te vinden. De overige supermarkten liggen net iets verder van het centrum af. De binnenstad van Dokkum heeft een bovenlokale, beperkt regionale verzorgingsfunctie. Vanuit het verleden heeft Dokkum een sterke naam opgebouwd in de wijde omgeving. Tijdens het koopstromenonderzoek bleek dan ook dat 45% van de niet-dagelijkse bestedingen van buiten Dokkum afkomstig waren.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 7,6%. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 10,3%. De leegstaande panden (19 stuks) zijn grotendeels in het centrumgebied te vinden (83%); de meeste leegstaande meters liggen buiten het centrum. Gelet op het type leegstand is zowel sprake van frictie, langdurige als structurele leegstand, ongeveer in dezelfde mate. De leegstand is inmiddels al wel iets lager dan een paar jaar geleden. Het aantal leegstaande panden ligt nog wel boven het Nederlands en Fries gemiddelde, en valt ook op in het straatbeeld. Vooral de Hoogstraat kent veel leegstand en/of tijdelijke vulling (outlets).

## GEBIEDSASPECTEN

Dokkum kent een grote variatie aan winkels van diverse kwaliteitsniveaus. Zowel ketens (o.a. Expert, Hema, Blokker) als eigen ondernemers zijn te vinden in de binnenstad. Verder is in het hart en aan de gracht ook de (dag)horeca sterk vertegenwoordigd. Er is sprake van een gezellige, historische ambiance. Tijdens het seizoen komen diverse toeristen naar Dokkum, maar ook buiten het seizoen heeft Dokkum van oudsher een behoorlijke aantrekkingskracht op de inwoners van het regiogebied. Het accent ligt in het centrum vooral op het niet-dagelijks aanbod, aangevuld met o.a. drogisterijen en versspecialzaken. Een sterke trekker als Action is solitair gevestigd, aan de Altenastreek, een toegangsweg naar het centrum en naar een parkeergelegenheid. De supermarkten bevinden zich eveneens buiten de gracht. Aan de Rondweg-Noord zit een sterke Jumbo; de overige supermarkten liggen verder weg. AH en Aldi liggen redelijk bij elkaar aan de zuidoostkant, Lidl en Budget Food zijn nieuw gebouwd aan de westzijde. Bij deze supermarkten liggen voldoende parkeerplaatsen.

Dokkum is goed bereikbaar vanuit de verschillende richtingen, via N-wegen. De Centrale As heeft de bereikbaarheid van Dokkum verder versterkt. Een historisch centrum is met de auto vaak een stuk lastiger bereikbaar. Parkeergelegenheid ligt dan ook vooral aan de randen. Niettemin is autoverkeer langs de randen met veelal eenrichtingverkeer wel mogelijk. Op de fiets is de binnenstad uiteraard goed bereikbaar; fietsenklemmen zijn volop aanwezig. Op woensdag wordt de weekmarkt gehouden aan de Grote Breedstraat. De belangrijkste zichtlijn en looproute in het centrum bij de Grote Breedstraat is prima. Maar niet alle routes zijn duidelijk vermeld, ook niet vanaf de parkeergelegenheid bij o.a. de Markt of het Hellingpad. De Waagstraat is eenvoudig te 'missen'; een bezoeker loopt al snel richting het water. Dit heeft ook te maken met het feit, dat het



winkelgebied zich over verschillende straten uitstrekt, met de nodige aanloopstraten. De compactheid van het centrumgebied is redelijk in de zin van 'het zit allemaal binnen de gracht' (m.u.v. de supermarkten en Action), maar het strekt zich nogal uit over vele straten. De inrichting van de openbare ruimte ziet er goed uit, met veel groen en passende verlichting. Het Marktpllein oogt wel erg groot en stenig. Bankjes (zonder verplichte consumptie) zijn vooral bij het water te vinden. Mede dankzij het water, maar niet uitsluitend daardoor, is sprake van veel sfeer in dit stadje. Overal zijn wel terrassen te vinden, en ook het historische waaggebouw geeft in het centrum veel ambiance. De gracht, het bolwerk en het Elfsteden-keerpunt zijn absoluut trekkers voor Dokkum. Daarnaast zijn ook andere voorzieningen in het historische centrum gevestigd, zoals het gemeentehuis.

In het centrum van Dokkum is sprake van betaald parkeren. Het parkeren staat overal duidelijk aangegeven. Direct buiten het centrum zijn diverse parkeerlocaties, waar overwegend sprake is van een blauwe zone, maar enkele plaatsen zijn ook gratis, zoals deels bij de Jumbo. Een deel van de parkeercapaciteit is bestemd voor de supermarkt, en de overige plaatsen vooral voor het centrum. Kwalitatief gezien zien enkele parkeerterreinen, zoals de Markt en bij de Jumbo, er goed uit. Andere zijn enigszins verouderd en krapper, zoals het Hellingpad en enkele andere kleinere locaties. Fietsenklemmen zijn op diverse plaatsen aanwezig in de binnenstad.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De nieuwe gemeente bestaat pas kort; een gemeentelijke detailhandelsvisie is dan ook nog niet aanwezig. De meest recente visie voor het centrum van Dokkum betreft de Binnenstadvisie uit 2014; deze heeft betrekking op de binnenstad, en niet op heel Dokkum of het voormalige Dongeradeel. Wel is in 2016 een inventarisatie van de winkelgebieden in Noordoost Friesland uitgevoerd; ook Dokkum is hierin meegenomen. Regionale afstemming vindt derhalve plaats, en nu ook binnen de nieuwe gemeente. Verder is er ook met de andere gemeenten in Noordoost Friesland regelmatig overleg. Afstemming binnen de detailhandel is er met name tussen complete winkelkernen en de zogenaamde boodschappendorpen. In Dokkum is geen sprake van parkeermonitoring, maar er vinden wel regelmatig tellingen plaats.

In Dokkum is de ondernemersvereniging flink actief; dit is de Ondernemers Vereniging Dokkum (OVD). Alle belastingplichtigen zijn gratis lid. Sinds 2011 is voor heel Dokkum een Ondernemersfonds aanwezig; de financiering wordt middels reclamebelasting geregeld via een stichting. Het overleg met de gemeente vindt op regelmatige basis plaats; aanvankelijk geschiedde dit vooral via de werkgroep Binnenstadsmanagement. Dit was een samenwerking tussen ondernemers, vastgoedeigenaren, de stichting stadsmarketing en de gemeente. Deze werkgroep is in feite opgegaan in het nieuwe Platform Marketing Dokkum, waar het accent vooral op de toeristische activiteiten is komen te liggen. Voor de meer ruimtelijke aspecten vindt 2 maal per jaar overleg tussen de ondernemers en de gemeente plaats. Op dit moment functioneert dit prima. Een centrummanager is wel actief geweest in Dokkum, maar nu alles op de rit is, is de behoefte niet meer aanwezig. Er is dan ook geen centrummanager meer aanwezig.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Dokkum staat bij Google de website Dokkum.nl bovenaan in de zoekresultaten. Deze website toont een volledig overzicht van het winkelaanbod. Slechts enkele winkels worden uitgebreid vermeld met een logo, foto en een eigen pagina. Helaas is de website niet beveiligd. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Dokkum staan de juiste websites niet helemaal bovenaan, maar wel hoog. De websites In-dokkum.nl en Dokkum.nl ('doen') geven een uitgebreid beeld van de recreatiemogelijkheden in en om Dokkum. De agenda op In-dokkum.nl is bovendien erg volledig.

De winkels van Dokkum hebben geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. De Facebookpagina In-Dokkum is een nieuwspagina en richt zich niet op winkels of daaraan gerelateerde evenementen. Wat Instagram betreft zijn er wel vrij veel winkels individueel actief. Om het aantrekkelijke winkelgebied goed te promoten zijn gezamenlijke social media accounts - zeker voor jongeren – een duidelijke aanvulling op de websites.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Dokkum weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sfeervol centrum	Supermarkten en Action buiten centrum
Supermarkten van juiste oppervlakte	Relatief veel leegstand
Sterke niet-dagelijkse trekkers	Presentatie en profilering winkels
Weekmarkt	Aantal loop- en zichtroutes
Parkeren, route	
Actieve ondernemersvereniging	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Facebook en Instagram gezamenlijk gaan oppakken	Groei online winkelen
Website Dokkum.nl volledig maken	Dalend consumentendraagvlak regio

Dokkum heeft een aantrekkelijke historische binnenstad, met een goed aanbod aan niet-dagelijkse en recreatieve winkels. Het is wel een nadeel dat veel bezoekers-aantrekkende winkels als supermarkten en vooral de Action niet in de binnenstad aanwezig zijn. Het dagelijkse aanbod van de supermarkten buiten het centrum is wel sterk; de afstand tot het centrum vanaf de Jumbo is goed te doen. Van oudsher heeft Dokkum een sterke regionale verzorgingsfunctie, waardoor het een fors aanbod kan hebben. De regionale verzorgingsfunctie wordt versterkt door de toeristische component. Behalve winkels is in het centrum ook een aanbod aan (dag)horeca en overige voorzieningen aanwezig, waardoor het totaalaanbod voor gezelligheid zorgt. Het aanbod is echter wel erg royaal, met als gevolg dat er sprake is van een te hoge leegstand. Op enkele locaties begint de leegstand storend zichtbaar te worden. Ook niet alle panden hebben een optimale uitstraling. Bovendien zal de groei van het online winkelen nog meer druk zetten op de fysieke winkels. Gunstig is dat de ondernemersvereniging attent en actief bezig is met de verschillende projecten en activiteiten in het centrumgebied.

Op het gebied van social media liggen er nog diverse kansen, vooral op het gebied van Facebook en Instagram. De websites kunnen nog verder geoptimaliseerd worden (en beveiligd!), maar het zou goed zijn als ondernemers ook op social media zichtbaar en actief zijn. Naar de toekomst toe wordt dit steeds belangrijker, en het hoort ook bij een plaats met een functie als Dokkum.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals het ontstaan van de nieuwe gemeente, aan te bevelen. De meest recente visie voor uitsluitend de binnenstad dateert van 2015; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Dokkum is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Aangezien het winkelgebied vrij groot is ligt een compactere binnenstad voor de hand.
- Niet alle looproutes en zichtlijnen zijn optimaal ingevuld; ook vanaf de parkeergelegenheid kunnen nog verbeteringen worden doorgevoerd.

- Op dit moment ligt de leegstand op een relatief hoog niveau, en valt ook op in het straatbeeld. Het oplossen van de leegstand is een prioriteit. Een stimuleringsregeling kan hierin mogelijk behulpzaam zijn om een extra zetje in de rug te geven bij verplaatsingen of bestemmingswijziging.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn. Ook hierin kan een stimuleringsregeling in de vorm van een gevefonds helpen.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid nog verder verhoogd worden met het toevoegen van een volledig profiel van de winkels op de website. Foto's zouden hiervan deel moeten uitmaken; de agenda kan met alle evenementen worden aangevuld. Daarnaast is het aan te bevelen om ook de social media gezamenlijk te gaan oppakken.

DOKKUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	171	122	71%				
m2 wvo winkels	65.302	21.555	33%				
Aantal inwoners	12.544	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	23,1%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,7%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v		wisselend			
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v	veel Diepswal			
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				gemeentehuis, water, bolwerk			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v	v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?		v	Jumbo vlakbij				
Fullservice/discount	1/0	AH, Aldi, Lidl, Budget Food rond centrum					
% dagelijks aanbod	12%						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Expert, Blokker			Action buiten centrum			
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			beperkt				
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	9.589	1.887	20%	10,3	6,8	6,3	
# vkp	23	19	83%	7,6	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	26%	37%	37%				
m2 wvo	40%	32%	29%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2015 Binnenstadvisie, 2016 Inventarisatie NO-Friesland				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v	regelmatig tellingen				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVD				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	Dokkum.nl bovenaan in zoekresultaten					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Websites gevonden, vooral recreatie					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	7.853	11.730	2.576	27.523	6.031	9.589	65.302
vkp	28	55	12	40	13	23	171
per 1.000 inwoners	624	933	205	2.189	480	763	5.194
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
<b>010000 &lt;= Inwklasse &lt;015000</b>	<b>470</b>	<b>375</b>	<b>80</b>	<b>977</b>	<b>86</b>	<b>232</b>	<b>2.220</b>
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# FERWERT

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Ferwert was naast Hallum de hoofdkern van de voormalige gemeente Ferwerderadiel, maar maakt nu deel uit van de nieuwe gemeente Noardeast-Fryslân met Dokkum als hoofdkern. De gemeente Noardeast-Fryslân telt ruim 45.000 inwoners, het inwonertal van Ferwert ligt op bijna 1.800. Het inwonertal van dit relatief kleine dorp is de afgelopen jaren licht gedaald. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren licht zal blijven dalen; Ferwert ligt in een krimpgebied. Het aandeel 65+'ers in Ferwert (25%) ligt royaal boven het Nederlands (18,8%) en Fries (20,8%) gemiddelde. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar ligt marginaal lager dan het gemiddelde. De ontgroening is dan ook beperkt. Momenteel wordt gewerkt aan een woonvisie voor de nieuwe gemeente. Ferwert ligt geografisch gezien in het noorden van de provincie. Via de N357 is deze plaats eenvoudig te bereiken. Grotere plaatsen als Dokkum, Stiens en Leeuwarden liggen op 13, 10 en respectievelijk 20 kilometer afstand.

Ferwert is een plaats waar de aanwezigheid van de supermarkt zeer bepalend is. De Hoofdstraat is van oudsher de belangrijkste winkelstraat; de Spar supermarkt is aan deze weg gelegen, evenals enkele andere winkels. In totaal is in Ferwert sprake van een aanbod van ruim 1.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 9 winkelpanden. Vrijwel het hele aanbod is centraal te vinden; het betreft 8 van de 9 winkels. In Ferwert als geheel is het aanbod zeer gering. Ferwert heeft dan ook een lokale verzorgingsfunctie.

In het centrum staan 2 pandjes leeg; hierdoor ligt het leegstandspercentage op ruim 10%, dit is boven het Fries en Nederlands gemiddelde. Gemeten naar meters gaat het om 6,7%. Winkelpanden uit het verleden hebben al een andere functie gekregen, veelal die van woning.

## GEBIEDSASPECTEN

Ferwert heeft een beperkt aanbod aan winkels. Het dagelijks aanbod bestaat uit een supermarkt, een echte bakker en een drogisterij. De Spar-supermarkt is relatief klein naar moderne maatstaven. In de niet-dagelijkse sector gaat het vooral om een tweewielerzaak en een winkel voor DHZ-artikelen. De kledingzaak is inmiddels gesloten.

De supermarkt ligt midden in Ferwert, en is goed bereikbaar. Van buitenaf is Ferwert goed bereikbaar via met name de N357, die inmiddels om het dorp heenloopt. Dit betreft de route vanaf Leeuwarden naar Holwerd en de boot naar Ameland. De winkels liggen verspreid, en niet direct bij elkaar; ook andere centrum ondersteunende voorzieningen zijn niet in de buurt van de supermarkt te vinden. Het gemeentehuis, de school en de huisarts zijn elders in het dorp gevestigd. Hoewel niet op loopafstand, ligt alles wel op fietsafstand van elkaar. De afstanden zijn hier beperkt. De zichtbaarheid van de supermarkt is redelijk, hoewel de winkel iets terugspringt vanaf de straat. Hierdoor is ervoor wel ruimte voor de fietsen. Overigens is dit in een dorp als Ferwert minder relevant dan elders, aangezien bezoekers voornamelijk 'bekenden' zijn en doelgericht aankopen doen.

Ferwert is een sfeervol dorp met uitstraling. Ondersteunende daghoreca is nauwelijks aanwezig. Er is op een centrale locatie, bij een kruising van wegen een eetcafé /snackbar aanwezig. De inrichting van de openbare ruimte is prima verzorgd met veel groen en een enkel bankje. Toerisme is zeer beperkt in Ferwert. De aanwezigheid van het gemeentehuis is een belangrijke voorziening voor de inwoners van Ferwert. Voor de leefbaarheid van het dorp zijn andere voorzieningen in feite even belangrijk als de winkels.

De auto kan een bezoeker vooral langs de straat parkeren, terwijl bij de Sint Martinuskerk een groter plein aanwezig is. Dit plein ligt op te grote afstand van de Spar om als parkeerplaats voor de supermarkt te gebruiken. Tegenover de Spar en bij de bakker zijn enkele parkeerplaatsen gelegen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Noardeast-Fryslân bestaat nog niet zolang. Een gemeentelijke detailhandelsvisie is er nog niet. Vanuit de voormalige gemeente Ferwerderadiel is evenmin een detailhandelsvisie voorhanden. Het beleid is in het verleden gericht geweest op het behoud van tenminste de supermarkt voor het dorp. Wel is in 2016 een inventarisatie van de winkelgebieden in Noordoost Friesland uitgevoerd; ook Ferwert is hierin meegenomen. Regionale afstemming vindt derhalve plaats, en nu ook binnen de nieuwe gemeente. Verder is er ook met de andere gemeenten in Noordoost Friesland regelmatig overleg over de diverse winkelgebieden. Parkeermonitoring vindt in Ferwert niet plaats, maar is ook niet nodig.

In Ferwert is een ondernemersvereniging actief, Klup72 Ferwert. In 2017 heeft Dorpsbelangen Ferwert-Hegebeintum (DBFH) samen met inwoners een dorpsvisie opgesteld; in deze visie gaat het met name om de leefbaarheid van de plaatsen nu en in de toekomst. Herbestemmen van leegstaande of leegkomende winkelpanden wordt hier onder meer als actiepunt genoemd.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Ferwert laat Google verschillende verzamelsites bovenaan zien. Deze tonen een onvolledig winkelaanbod. Ook winkelcentrum Zaailand in Leeuwarden komt in beeld, naast enkele individuele winkels. Ferwertonline.nl komt niet op de eerste pagina voor, maar bevat vervolgens een summier opsomming van de detailhandel. Bij het ontdekken van activiteiten in Ferwert komt de website Ferwertonline.nl redelijk bovenaan in de zoekresultaten. Deze website bevat een activiteitenkalender en vermeldt diverse lokale bezienswaardigheden.

In Ferwert houdt Ferwert Online ook een Facebook-pagina bij. Deze communiceert vooral over het verenigingsleven, maar niet over de winkels. Op Instagram zijn geen winkels lokaal actief en er is evenmin een gezamenlijk account.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Ferwert weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarkt aanwezig	Geringe oppervlakte supermarkt
Gemeentehuis	Zeer gering consumentendraagvlak
Dorpsbelangen	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Samenwerking ondernemers	Groei online winkelen
Online zichtbaarheid	Bevolkingskrimp en vergrijzing

Ferwert is een relatief klein dorp, waar de nadruk vooral op behoud van leefbaarheid ligt. De detailhandel is hier slechts een onderdeel van. Voor de dagelijkse boodschappen hebben de inwoners de beschikking over een kleine supermarkt; naar moderne maatstaven is deze gering in oppervlakte. Veel boodschappen zullen dan ook in nabijgelegen dorpen gehaald worden. Ook de groei van het online winkelen vormt hier een forse bedreiging. Daarnaast gaat zeker ook een dreiging uit van het beperkte aantal inwoners, dat dalend is en sterk vergrijst. Uit de dorpsvisie blijkt dat diverse ondernemers wel actief bezig zijn met het dorp en duidelijk keuzes maken. Een dergelijke samenwerking tussen winkels, dienstverlening, bedrijven e.d. is heel goed. De zichtbaarheid kan via Ferwert Online verbeterd worden.



## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals het ontstaan van de nieuwe gemeente, aan te bevelen. Wat Ferwert betreft is er geen 'oude' visie aanwezig; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor de leefbaarheid van het dorp is het goed om alle centrumvoorzieningen helder in beeld te hebben. Dit gaat breder dan uitsluitend de detailhandel. Gezien het bevolkingsprofiel zal het in de toekomst vooral moeten gaan om het in stand houden van zoveel mogelijk voorzieningen; de ondernemers zelf en Dorpsbelangen kunnen hierin een belangrijke rol spelen.
- Samenwerking tussen ondernemers is van groot belang; samen staan ze veel sterker. Wellicht is het mogelijk om meer gezamenlijke arrangementen te bieden, die ook voor passanten naar of van de boot aantrekkelijk kunnen zijn.
- Er staan op dit moment enkele panden leeg; een andere bestemming (wellicht wonen of dienstverlening) is te overwegen.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid nog verder verhoogd worden door een prominenter gedeelte voor de aanwezige winkels in te richten. Online zichtbaarheid wordt de komende jaren steeds belangrijker.

FERWERT							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	9	8	89%				
m2 wvo winkels	1.017	974	96%				
Aantal inwoners	1.780	stijgend/gelijk/ <i>licht dalen</i>		NL	FR		
Percentage 65+	25,0%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,5%			28,4%	28,5%		
Aspect							
Aspect	Score				Opmerking		
	matig	gemiddeld	goed				
Kwaliteit en variatie winkels	v						
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v	v					
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving		v	v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten					gemeentehuis		
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen	v						
Supermarkt aanwezig?							
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Spar				
% dagelijks aanbod	37%						
Trekkers niet-dagelijks	DIO + Top1Toys						
Verzorgingsfunctie							
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
Leegstand							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	99	99	100%	6,7	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	10,5	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied							
	fictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	50%	50%				
m2 wvo	0%	30%	70%				
Overige aspecten							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2016 Inventarisatie NO-Friesland				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OV Klub "72 Ferwert"				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
Internet/social media							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Verzamelsites met geen relevante informatie					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	Website Ferwertonline.nl bovenaanmet input					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
Overzicht branchering							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	375	372	0	171	0	99	1.017
vkp	3	2	0	2	0	2	9
per 1.000 inwoners	210	208	0	96	0	55	569
Aanbod per 1.000 inwoners							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
<b>001500 &lt;= Inwklasse &lt;002000</b>	<b>193</b>	<b>89</b>	<b>31</b>	<b>633</b>	<b>51</b>	<b>67</b>	<b>1.063</b>
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# KOLLUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Kollum is de hoofdkern van de voormalige gemeente Kollumerland c.a., maar ligt nu in de nieuwe gemeente Noardeast-Fryslân met Dokkum als hoofdkern. De gemeente Noardeast-Fryslân telt ruim 45.000 inwoners, het inwonertal van Kollum ligt op ruim 5.500. Het inwonertal van dit dorp is de afgelopen jaren enigszins gestegen, en de verwachting is dat het de komende jaren nog licht blijft stijgen; Kollum ligt niettemin in een krimpgebied, waar op de langere duur het inwonertal wel zal gaan dalen. Het aandeel 65+'ers in Kollum (24,3%) ligt royaal boven het Nederlands (18,8%) en Fries (20,8%) gemiddelde. Vergrijzing is dus volop aanwezig in deze plaats. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar vertoont relatief weinig afwijkingen met het gemiddelde van Friesland en Nederland. Momenteel wordt gewerkt aan een woonvisie voor de hele gemeente. Kollum ligt geografisch gezien in het noordoosten van de provincie. De N-358 loopt westelijk langs de plaats. Grotere kernen liggen op aanzienlijke afstand; reden waarom Kollum in het verleden een redelijk sterke positie in de regio heeft opgebouwd. Het vrijwel even grote Buitenpost ligt op zo'n 6 kilometer afstand, Dokkum ligt op ongeveer 14 kilometer. Echt grote plaatsen als Leeuwarden, Groningen en Drachten liggen op zo'n 30 kilometer afstand.

Kollum heeft op het gebied van de detailhandel in feite een oud en een nieuw centrum, die slechts matig met elkaar verbonden zijn. De winkels in het oude centrum liggen aan de Voorstraat; in het verleden was dit in alle opzichten de hoofdwinkelstraat van het dorp. De Voorstraat heeft éénrichtingverkeer; in het midden loopt de Trekvaart door het centrum heen. Dit deel heeft ook de nodige sfeer. In de straat zitten onder meer Blokker, verszaken, modezaken en TerStal. Verderop ligt het 'nieuwe' centrum, aan de Meester Andreaestraat. Hier is een concentratie van drie supermarkten aanwezig, aangevuld met Hema, Action, Welkoop, EP en Kruidvat. In totaal is in Kollum sprake van een aanbod van ruim 16.000 m<sup>2</sup> vwo, verdeeld over 55 winkelpanden. Van het totale aanbod is 37% (in vierkante meters) in het centrum aanwezig en 73% van het aantal

winkelpanden. Het gaat dan om 5.890 m<sup>2</sup> en 40 winkels. De 'nieuwe' concentratie, en ook de Praxis aan de rand, liggen buiten het centrum. Het leegstandspercentage in Kollum is relatief laag, het ligt onder het Nederlands en Fries gemiddelde. Er staan 4 panden leeg, waarvan 3 in het centrum. In totaal gaat het om ruim 1.100 m<sup>2</sup> vwo, waardoor een percentage van 4,9 ontstaat; gemeten naar panden ligt het leegstandspercentage slechts op 3,8. Wel gaat het bij het merendeel van de panden om structurele leegstand; dit betekent dat ze langer dan 3 jaar leegstaan. Kollum heeft nog een bovenlokale verzorgingsfunctie, voor het dorp en de direct omliggende dorpen.

## GEBIEDSASPECTEN

Kollum heeft een redelijk gevarieerd aanbod aan winkels, zowel in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse sector. Er is sprake van een groot aanbod, vooral op het gebied van supermarkten (3 redelijk grote winkels) en Mode & Luxe (in het oude centrum). Met name uit het aanbod in de modebranche blijkt de bovenlokale functie. Het dagelijks aanbod is versnipperd; de supermarkten liggen in het nieuwe deel, de versspecialzaken in het oude winkelgebied. In de niet-dagelijkse sector zijn ook vooral de niet-ketenbedrijven en kleinere ketens in het oude centrum gevestigd. Zo zitten in de Voorstraat onder meer Bruna en Blokker, maar ook Sake Store, Rijwielhandel Luinstra, Bos Mannenmode en Groenveld schoenen.

Beide winkelgebieden in Kollum zijn goed bereikbaar; de Voorstraat heeft éénrichtingsverkeer vanuit het westen. De zichtlijnen en looproutes zijn binnen de twee afzonderlijke winkelgebieden prima, maar tussen de twee winkelgebieden is dit niet het geval. De afstand tussen de beide winkelgebieden is niet zo groot dat het lopend niet is af te leggen, maar het gebeurt amper. Het doel van het bezoek is bij beide winkelgebieden ook verschillend. De compactheid van het hele winkelgebied is dan ook matig. Veel bezoekers zullen vaak slechts een van de winkelgebieden bezoeken. De winkels profiteren niet of nauwelijks van elkaar. De zichtbaarheid van de supermarkten en Action is ook beperkt. Langs de Mr. Andreaestraat is het prima, maar de overige winkels liggen langs en achter de gebouwen en het P-terrein verstopt.

Wat de inrichting van de openbare ruimte betreft is deze bij de supermarkten met name gericht op het parkeren. Het is vooral functioneel ingericht; veel sfeer is er duidelijk niet. De inrichting van de Mr. Andreaestraat is over de hele lengte vernieuwd en prima, maar gericht op verkeer. Heel anders is dit in de Voorstraat; hier ligt de nadruk duidelijk op verblijven, sfeer en een passende inrichting. In de straat is groen, water, bankjes, en volop horeca aanwezig. Het winkelfront in de Voorstraat wordt wel regelmatig onderbroken door niet-winkelfuncties; voormalige winkels, woonhuizen, dienstverlening en avondhoreca komen veelvuldig voor.

Parkeren is in Kollum overal gratis en staat goed aangegeven. Behalve bij het nieuwe winkelgebied zijn er geen grote parkeerterreinen bij het centrum, maar zijn verspreid enkele kleinere parkeerterreinen gelegen, zoals bij Scapino en tegenover de kerk. Verder kan men door de hele straat langsparkeren. In de Voorstraat ziet de inrichting van de parkeerplaatsen er goed uit. Het aantal is op alle locaties ook voldoende te noemen. Fietsenstallingen zijn met name bij de supermarkten aanwezig, niet in de Voorstraat.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Noardeast-Fryslân bestaat nog niet zolang. Een gemeentelijke detailhandelsvisie is er nog niet. Vanuit de voormalige gemeente Kollumerland c.a. is voor Kollum geen detailhandelsvisie van recente datum voorhanden. Wel is in 2016 een inventarisatie van de winkelgebieden in Noordoost Friesland uitgevoerd; ook Kollum is hierin meegenomen. Regionale afstemming vindt derhalve plaats, en nu ook binnen de nieuwe gemeente. Hierbij gaat het om de afstemming tussen complete winkelkernen en de zogenaamde boodschappendorpen. Verder is er ook met de andere gemeenten in Noordoost Friesland regelmatig overleg. Parkeermonitoring vindt in Kollum niet plaats, maar is ook niet nodig.

In Kollum is de ondernemersvereniging Handel Industrie en Middenstand (HIM) actief. Deze vereniging wordt gevormd door winkels en bedrijven uit de voormalige gemeente. Daarnaast is ook de Ondernemers Sociëteit Kollumerland (OSK) aanwezig, bestemd voor alle ondernemers in de hele voormalige gemeente Kollumerland. Verder is er geen centrummanager aanwezig (dit is ook niet nodig) en zijn er evenmin aparte regelingen voor de detailhandel.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Kollum komt hij/zij terecht bij een gezamenlijke website [BeleefKollum.nl](http://BeleefKollum.nl) (niet beveiligd!). Deze is van de ondernemersvereniging, maar staat laag in de zoekresultaten. De website bevat echter geen informatie over winkels. Google toont bovenaan verzamelsites als [123Shoppen.in](http://123Shoppen.in) en [Openingstijden.nl](http://Openingstijden.nl); deze bevatten niet het volledige winkelaanbod. Bij het zoeken naar activiteiten in Kollum tonen de eerste hits ook verzamelsites, te weten [TripAdvisor](http://TripAdvisor) en [Dagjeweg.nl](http://Dagjeweg.nl); deze tonen naast activiteiten in Kollum ook recreatiemogelijkheden in andere plaatsen. De agenda van [BeleefKollum.nl](http://BeleefKollum.nl) staat iets lager in de resultaten.

In Kollum is een gezamenlijke Facebookpagina aanwezig. Deze heet "Beleef Kollum" en licht iedere maand een ander bedrijf uit. Diverse activiteiten worden op deze pagina getoond, waaronder acties van de winkeliers. Ook is er sprake van een Instagram-account "Beleef Kollum"; dit wordt minder actief onderhouden dan de gelijknamige Facebookpagina.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Kollum weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sterk aanbod als totaal	2 aparte winkelgebieden
Aantrekkelijk centrum	Royaal aanbod gezien inwonertal
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Website BeleefKollum	Groei online winkelen
	Geen samenhang tussen centra
	Veel niet-winkelfuncties in Voorstraat
	Ligging in krimpgebied

Kollum is een dorp met een van oudsher relatief sterke verzorgingsfunctie in de omgeving. Het aanbod is hier ook op afgestemd; dit is aan de royale kant. De veelvuldig te bezoeken winkels, zoals supermarkten, zitten in een deel van Kollum dat niet direct verbonden is met het centrum. We zien vaker dat het nodig is om supermarkten 'uit te plaatsen' vanwege de ruimtebehoefte. Helaas zijn ook winkels als Action, Hema en Kruidvat buiten het centrum gevestigd. Hierdoor kunnen alle overige winkels nauwelijks profiteren van de aanwezigheid van deze klantentrekkers; hoe dichterbij, hoe gunstiger voor de overige winkels.

Een voordeel is wel dat het centrumgebied veel sfeer en gezelligheid uitstraalt, en nog een gevarieerd aanbod kent. Toch zijn er de nodige onderbrekingen van het winkelfront doordat er ook andere functies aanwezig zijn. Wanneer dit te sterk doorzet, ontstaat een minder aantrekkelijk winkelbeeld. Vooral modezaken staan door de groei van het online shoppen behoorlijk onder druk. Een goede samenwerking tussen ondernemers, het organiseren van activiteiten en tevens een goede presentatie online kunnen het centrum een sterke meerwaarde geven. Het vermelden van alle winkels op de website van BeleefKollum.nl met foto's, openingstijden en een eigen pagina is zeker aan te bevelen. Ook het koppelen van de inhoud van Facebook en Instagram aan elkaar geeft een sterker beeld.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals het ontstaan van de nieuwe gemeente, aan te bevelen. Voor Kollum is geen 'oude' visie aanwezig; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Kollum is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Dit geldt met name voor het 'oude' centrum.
- Het oorspronkelijke centrum is kwetsbaar. Het biedt voldoende sfeer en er zijn ook (nog) genoeg aantrekkelijke winkels aanwezig. Maar er is sprake van de nodige onderbrekingen in het winkelfront. Door de aanwezigheid van twee winkelgebieden kan het 'oude' centrum onvoldoende profiteren van de relatieve drukte bij het 'nieuwe' centrum.
- Het hele centrum compacter maken is niet eenvoudig; het winkelgebied aan de Mr. Andreaestraat zal blijven bestaan in de huidige vorm. In de Voorstraat is het aan te bevelen om zoveel mogelijk de winkels te concentreren in elkaars nabijheid. Wellicht kan een stimuleringsregeling hierin helpen.
- Goede samenwerking tussen de ondernemers is onontbeerlijk. Het centrum heeft veel te bieden, maar dat moet goed voor het daglicht gebracht worden. Bij samenwerking kan ook gedacht worden aan combinaties/arrangementen tussen winkels en bijvoorbeeld ook horeca.
- Met betrekking tot de website en de overige social media is samenwerking hard nodig. Hier kan ook snel tot resultaten gekomen worden. De gezamenlijke website BeleefKollum.nl is aanwezig, maar bevat geen informatie over winkels. Het is goed om dat wel te doen, en dan ook met zoveel mogelijk informatie, foto's en een eigen pagina. De positie in de zoekmachine kan verbeterd worden door een introductietekst voor de agenda toe te voegen. Tenslotte is het handig om de inhoud van Facebook en Instagram aan elkaar te koppelen.

KOLLUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	55	40	73%				
m2 wvo winkels	16.013	5.890	37%				
Aantal inwoners	5.570	<i>licht stijgend/ gelijk/dalend</i>		NL	FR		
Percentage 65+	24,3%			18,8%	20,8%		
Percentage <20 jaar	27,3%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v		v				
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving	v		v				
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				Trekvaart			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief	v		v				
Aanbod fietsenstallingen			v	bij supermarkten			
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?		v	3 elders				
Fullservice/discount	2/0		Jumbo, Poiesz, Aldi				
% dagelijks aanbod	28%						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Action, Kruidvat, Welkoop, EP, Praxis						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		bovenlokaal					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	1.147	587	51%	4,9	6,8	6,3	
# vkp	4	3	75%	3,8	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	33%	0%	67%				
m2 wvo	13%	0%	87%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		oude visie, 2016 Inventarisatie NO-Friesland				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		HIM, OSK				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Gezamenlijke website, geen info winkels					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	Eerst verzamelites. Agenda laag in resultaten					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Ja						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	4.494	3.567	383	5.170	1.252	1.147	16.013
vkp	16	14	3	15	3	4	55
per 1.000 inwoners	813	645	69	935	226	207	2.895
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
<b>005000 &lt;= Inwklasse &lt;007500</b>	<b>419</b>	<b>262</b>	<b>53</b>	<b>801</b>	<b>73</b>	<b>159</b>	<b>1.766</b>
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019



# KOLLUMERZWAAG

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Kollumerzwaag is een dorp zonder een echt centrumgebied, maar het is ook geen echt lintdorp. Niettemin woont de bevolking redelijk verspreid. Kollumerzwaag maakte deel uit van de voormalige gemeente Kollumerland c.a., maar ligt nu in de nieuwe gemeente Noardeast-Fryslân met Dokkum als hoofdkern. De gemeente Noardeast-Fryslân telt ruim 45.000 inwoners, het inwonertal van Kollumerzwaag ligt op bijna 3.000. Het inwonertal van dit dorp is de afgelopen jaren redelijk stabiel gebleven. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren licht gaat dalen; Kollumerzwaag ligt in een krimpg gebied. Het aandeel 65+'ers in Kollumerzwaag (15,8%) is opvallend klein, en ligt ruim onder het Nederlands (18,8%) en Fries (20,8%) gemiddelde. Van vergrijzing is dus geen sprake. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar is juist groter dan gemiddeld. Er zijn weinig ouderenvoorzieningen in Kollumerzwaag, terwijl er nog wel enige nieuwbouw heeft plaatsgevonden de afgelopen jaren. Momenteel wordt gewerkt aan een woonvisie voor de hele gemeente. Kollumerzwaag ligt geografisch gezien in het noordoosten van de provincie. Er is geen N-weg die door of langs het dorp loopt. Grotere plaatsen als Kollum, Buitenpost en De Westereen zijn niettemin eenvoudig te bereiken, en liggen binnen een straal van 10 kilometer. Dokkum ligt net iets verder, terwijl Leeuwarden en Drachten op zo'n 25 kilometer afstand liggen.

Voor een plaats als Kollumerzwaag is de aanwezigheid van een supermarkt zeer bepalend voor de voorzieningsstructuur en de leefbaarheid. In Kollumerzwaag zit een relatief kleine supermarkt van Spar. In totaal is in Kollumerzwaag sprake van een aanbod van ruim 3.700 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 15 winkelpanden. Volgens Locatus ligt het hele aanbod in verspreid gebied, of in ieder geval niet in een centrum. Toch zitten enkele winkels wel degelijk in elkaars nabijheid, bij een kruising van wegen. In Kollumerzwaag als geheel is het aanbod gering. Kollumerzwaag heeft dan ook een lokale verzorgingsfunctie. De Foarwei is de belangrijkste (winkel)straat; de Spar supermarkt is aan deze weg gelegen. Er is momenteel geen sprake van leegstand.

## GEBIEDSASPECTEN

Kollumerzwaag heeft een beperkt aanbod aan winkels. Het dagelijks aanbod bestaat vooral uit een supermarkt, een bakker en een slager. De Spar-supermarkt is relatief klein naar moderne maatstaven. In de niet-dagelijkse sector gaat het vooral om een moderne tweewielerzaak en winkels in tweedehands goederen. Ook zijn enkele meubelzaken en Mulder Agro in Kollumerzwaag te vinden. Het betreft allemaal gericht te bezoeken winkels.

De supermarkt ligt centraal in Kollumerzwaag, en is goed bereikbaar. De supermarkt en de fietsenzaak liggen bij een kruising van wegen. De overige winkels liggen verspreid, en niet direct bij elkaar; andere centrum ondersteunende voorzieningen zijn wel direct bij de supermarkt te vinden. De bibliotheek en huisarts zijn niet al te ver weg. De compactheid van het aanbod is matig; maar de afstanden zijn gering. De zichtbaarheid van de supermarkt is eveneens matig; aan de voorzijde liggen parkeerplaatsen, en ver naar achteren ligt de supermarkt, ingebouwd tussen andere gebouwen. Overigens is dit in een dorp als Kollumerzwaag minder relevant dan elders, aangezien bezoekers voornamelijk 'bekenden' zijn.

Wat de inrichting van de openbare ruimte betreft is deze vooral gericht op het doorgaande verkeer. Na de herinrichting ziet het er keurig verzorgd uit, en wordt het verkeer rondom het centrale gebied geremd. De herinrichting is zuiver functioneel, maar wel met aandacht voor de beplanting en ruimte voor de stoep. Ondersteunende daghoreca is beperkt tot een café; er is geen sprake van een echt verblijfsgebied.

De auto kan een bezoeker vooral langs de straat parkeren, voor de supermarkt is een redelijk ruim parkeerterrein aanwezig. Ook verderop bij de kerk is een parkeerterrein en langs de weg zijn ook parkeerplaatsen gelegen. Dit alles is zowel kwantitatief als kwalitatief voldoende. Fietsenstallingen ontbreken.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Noardeast-Fryslân bestaat nog niet zolang. Een gemeentelijke detailhandelsvisie is er nog niet. Vanuit de voormalige gemeente Kollumerland c.a. is evenmin een detailhandelsvisie voor Kollumerzwaag aanwezig. Het beleid is in het verleden gericht geweest op het behoud van in ieder geval de supermarkt voor het dorp. Wel is in 2016 een inventarisatie van de winkelgebieden in Noordoost Friesland uitgevoerd; ook Kollumerzwaag is hierin meegenomen. Regionale afstemming vindt derhalve plaats, en nu ook binnen de nieuwe gemeente. Verder is er ook met de andere gemeenten in Noordoost Friesland regelmatig overleg en afstemming over de complete winkelkernen en de zogenaamde boodschappendorpen. Parkeermonitoring vindt in Kollumerzwaag niet plaats, maar is ook niet nodig.

In Kollumerzwaag is de ondernemersvereniging Kollumerzwaag actief, OVK (Bedrijven). Daarnaast is ook de Ondernemers Sociëteit Kollumerland (OSK) aanwezig, bestemd voor alle ondernemers in

de hele voormalige gemeente Kollumerland. Verder is er geen centrummanager aanwezig (dit is ook niet nodig) en zijn er evenmin aparte regelingen voor de detailhandel.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Kollumerzwaag blijkt dat er geen gezamenlijke website aanwezig is. Google toont zelf het winkelaanbod vrij volledig in een kaart. De meeste winkels staan hier zonder foto of openingstijden vermeld. Bovenaan staan er diverse verzamelsites met een onvolledig winkelaanbod. Bij het zoeken naar activiteiten in Kollumerzwaag komt er geen activiteitenkalender naar voren. De eerste hits zijn van TripAdvisor en Dagjeweg.nl, waarbij de eerste o.a. activiteiten in Leeuwarden en Dokkum aanprijst. De agenda van zalencentrum De Trije Doarpen in Kollumerzwaag komt naar voren in de zoekresultaten.

In Kollumerzwaag is geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount aanwezig. Wel zijn diverse ondernemingen actief op Facebook. Op Instagram zijn geen lokaal actieve winkels vindbaar.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Kollumerzwaag weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarkt aanwezig	Geringe oppervlakte supermarkt
Geen leegstand	Nabijheid grotere kernen met groter aanbod
Bevolkingsprofiel	Beperkt consumentendraagvlak
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Samenwerking ondernemers	Groei online winkelen
	Geen samenhang

Kollumerzwaag is een relatief klein dorp, met grotere kernen op korte afstand. Voor de dagelijkse of vergeten boodschappen is een supermarkt aanwezig; naar moderne maatstaven is deze gering in oppervlakte. Veel boodschappen zullen dan ook in nabijgelegen dorpen gehaald worden. De groei van het online winkelen vormt hier een forse bedreiging. Leegstand is niet aanwezig in het dorp; enkele panden zijn in de loop der tijd al omgevormd naar wonen. Het bevolkingsprofiel is gunstiger dan in veel omringende kernen; de vergrijzing is veel minder, en er zijn relatief veel jongeren in het

dorp. Veel samenhang in het winkelgebied en samenwerking tussen de ondernemers lijkt niet aanwezig. Om de voorzieningen en de leefbaarheid op peil te houden is een dergelijke samenwerking zeker aan te bevelen; een gezamenlijke website om winkels en activiteiten te laten zien is juist ook voor jongeren van belang.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals het ontstaan van de nieuwe gemeente, aan te bevelen. Wat Kollumerzwaag betreft is er geen 'oude' visie aanwezig; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De nadruk zal in de toekomst vooral liggen op het in stand houden van (zoveel mogelijk) voorzieningen. De aanwezige winkels worden vooral gericht bezocht; het draagvlak zal op termijn gaan afnemen. Reguliere afstemming tussen de gemeente en de ondernemers kan mogelijke lokale problemen oplossen.
- Samenwerking tussen ondernemers is van groot belang; samen staan ze veel sterker. Mogelijk dat via de ondernemersvereniging de samenwerking – al dan niet met behulp van bijvoorbeeld het MKB-Noord – verder versterkt kan worden.
- Met een betere samenwerking kan ook de online zichtbaarheid eenvoudiger opgepakt worden. Er is geen gezamenlijke website of social media accounts. Het volledig invullen van het Google Mijn Bedrijfprofiel geeft al een stuk verbetering. Een stap verder is het opzetten van een gezamenlijke website, waar alle winkels en activiteiten aantrekkelijk vermeld kunnen worden.

KOLLUMERZWAAG							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	15	0	0%				
m2 wvo winkels	3.758	0	0%				
Aantal inwoners	2.978	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	15,8%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	31,0%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels	v						
Bereikbaarheid		v	v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v	v					
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten							
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Spar				
% dagelijks aanbod	17%						
Trekkers niet-dagelijks	fietswinkel						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2016 Inventarisatie NO-Friesland				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVK				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Niet gezamenlijk, onvolledig					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Geen relevante informatie aanwezig					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	622	0	0	1.299	1.837	0	3.758
vkp	4	0	0	9	2	0	15
per 1.000 inwoners	208	0	0	434	613	0	1.255
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# DAMWÂLD

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Damwâld is een van de drie grotere kernen van de gemeente Dantumadiel; de andere zijn De Westereen en Feanwâlden. Damwâld is van deze 3 net het grootst. Dantumadiel ligt in het noordoosten van de provincie. Dantumadiel telt ongeveer 19.000 inwoners, het inwonertal van Damwâld ligt op bijna 5.600. Het inwonertal van Damwâld is de afgelopen jaren enigszins gedaald, dat van de totale gemeente daalt ook licht. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren nog iets verder zal dalen. Dantumadiel ligt in een krimpgebied. Het aandeel 65+'ers in Damwâld is met 21,9% iets groter dan in Friesland gemiddeld (20,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Nederlands gemiddelde. Er is derhalve sprake van beperkte vergrijzing. Bij het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is nauwelijks sprake van een afwijking; dit percentage ligt marginaal boven het Fries en Nederlands gemiddelde. Momenteel wordt gewerkt aan een woonvisie. Damwâld ligt van de 3 kernen het meest noordelijk in de gemeente. De plaats ligt zo'n 5 kilometer ten zuiden van Dokkum; deze grotere kern is eenvoudig te bereiken. De afstand tot Leeuwarden bedraagt bijna 25 kilometer.

Van oudsher waren de meeste winkels gevestigd aan de doorgaande routes in het dorp, zoals de Haadwei en de Foarwei/Mûnewei. Al geruime tijd geleden is iets noordelijker een nieuw winkelcentrum verzezen, op de hoek van de Haadwei en de Conradi-Veenlandstrjitte. Dit is inmiddels dan ook het belangrijkste winkelgebied van Damwâld, hoewel ook op andere plekken nog wel winkels aanwezig zijn. Het winkelcentrum is overdekt, maar een deel van de winkels ligt buiten het overdekte gedeelte. Belangrijke trekkers in dit winkelcentrum zijn de supermarkten van AH en Lidl, en daarnaast o.a. Primera en Kruidvat. In het 'oude' centrum is een supermarkt van Spar (ca. 650 m<sup>2</sup> vvo) gevestigd, en aanvullend nog een bakker, een tuincentrum, een rijwielzaak en de apotheek. Verder is aan de Haadwei bijvoorbeeld nog Kooistra Wonen & Slapen gevestigd. In totaal is in Damwâld sprake van een aanbod van ruim 10.800 m<sup>2</sup> vvo, verdeeld over 37 winkelpanden. In

oppervlakte (44%) en winkelpanden (51%) gerekend is ongeveer de helft van het totale aanbod in het winkelcentrum te vinden. Dan gaat het om ruim 4.700 m<sup>2</sup> wvo en 19 winkels. Van het totale aanbod in Damwâld zijn de dagelijkse sector (met name supermarkten) en de branche In/Om Huis (tuincentrum, meubelzaak) het sterkst aanwezig. Het gaat dan ook vooral om doelgericht winkelbezoek. De verzorgingsfunctie is bovenlokaal; rondom Damwâld ligt een groot regiogebied, dat voor een belangrijk deel op Damwâld is georiënteerd.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 5,2%. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 3,2%. Dit percentage is laag; het ligt onder het Nederlands en Fries gemiddelde. Twee van de vier lege panden zijn bij het winkelcentrum gelegen, de overige twee elders in het dorp. Het gaat niet om structurele leegstand (langer dan 3 jaar) maar om korter durende leegstand, die in dit geval niet erg opvalt.

## GEBIEDSASPECTEN

Damwâld heeft op het gebied van winkels een redelijk tot goed aanbod; de nadruk ligt op de supermarkten, maar ook andere aanbieders zijn er wel degelijk. In het winkelcentrum zit bijvoorbeeld ook een kleding- en schoenenzaak. Het biedt net iets meer dan uitsluitend boodschappen halen. Met een fullservice supermarkt en een discounter is het aanbod aan supermarkten bovendien gevarieerd. Tevens zijn diverse verswinkels aanwezig, zelfs een kaaswinkel en een groenteboer. Buiten het winkelcentrum voldoet het aanbod min of meer aan de verwachtingen. Het winkelcentrum van Damwâld is goed bereikbaar, hoewel het aan de rand van het dorp ligt. De afstanden zijn echter gering. De Haadwei is een belangrijke route in en naar het dorp. Dit betekent dat ook vanuit de regio het eenvoudig is om boodschappen te halen in het winkelcentrum. Tijdens het in 2017 uitgevoerde koopstromenonderzoek in Friesland bleek ook dat Damwâld een relatief hoge koopkrachtbinding in de dagelijkse sector kent, en vooral dat maar liefst 43% van de dagelijkse bestedingen van buiten Damwâld afkomstig is.

De belangrijkste zichtlijnen en looproutes in het winkelcentrum zijn duidelijk; de hoofdentree van het centrum is prima zichtbaar vanaf de entree van het parkeerterrein. De aan de achterzijde gelegen winkels zijn niet direct zichtbaar vanaf de Haadwei, maar wel vanuit het winkelcentrum of wanneer men de Conradi Veenlandstraat inrijdt. Deze winkels staan toch enigszins los van het winkelcentrum zelf. Niettemin zitten hier alle winkels direct bij elkaar, zodat de compactheid er optimaal is. Als we naar het totale beeld van Damwâld kijken is geen sprake van compactheid. De winkels zijn over meerdere plekken verspreid; het overdekte winkelcentrum is het grootst, maar ook in de omgeving van de Spar zijn enkele winkels gelegen, en ook op andere plekken, verspreid in het dorp. De sfeer en gezelligheid zijn naar verwachting; het winkelcentrum is vooral functioneel ingericht. Er is een horecagelegenheid in het overdekte deel van het winkelcentrum. Ook een bloemenzaak zorgt altijd voor een prettige uitstraling. De inrichting van de openbare ruimte ziet er over het algemeen goed uit; bij de vernieuwing is gebruik gemaakt van hoogwaardige materialen. De winkels aan de achterzijde (zoals Kruidvat, Pets en TerStal) zien er minder fraai uit, doordat ze in een loods gevestigd zijn. Andere voorzieningen, zoals het gemeentehuis en de scholen zijn elders in Damwâld solitair gevestigd.

Voor het winkelcentrum, aan de Haadwei, ligt een groot parkeerterrein met een groot aantal parkeerplaatsen. Het terrein is volledig vernieuwd en ziet er keurig uit. De achterzijde is niet meegenomen bij de aanpak van de openbare ruimte; dit parkeerterrein voldoet ook prima, maar ziet er minder aantrekkelijk uit. Fietsenklemmen zijn bij de drie entrees van het winkelcentrum aanwezig, maar het aantal lijkt aan de krappe kant. Veel fietsen staan ook op andere plekken.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Van de gemeente Dantumadiel of van de kern Damwâld is geen recente visie voor de detailhandel aanwezig. In 2016 is voor heel Noordoost Friesland een inventarisatie van de detailhandel in dit deel van Friesland opgesteld. Hier is Damwâld ook in meegenomen. Zoveel mogelijk concentreren van het aanbod is hierin het belangrijkste advies. Regionale afstemming vindt plaats met de overige gemeenten in Noordoost Friesland. Hierbij gaat het om afstemming tussen complete winkelkernen en de zogenaamde boodschappendorpen. In Damwâld is geen sprake van parkeermonitoring; met het royale aanbod aan parkeerplaatsen bij het winkelcentrum levert het parkeren geen problemen op.

In de gemeente Dantumadiel is sprake van een overkoepelende vereniging van ondernemers, te weten de Stichting Ondernemers Dantumadiel (SOD). Deze is vooral opgezet voor ondernemers zonder toonbank, zoals dienstverleners en productiebedrijven. Inmiddels zijn ook de ondernemers met toonbank hier deel van gaan uitmaken. De Ondernemersvereniging Damwoude is hierin opgegaan. Er is geen centrummanager aanwezig in Damwâld, en evenmin zijn er specifieke regelingen voor de detailhandel binnen de gemeente. In de gemeente Dantumadiel is wel een ondernemersfonds aanwezig; ook Damwâld kan hiervan gebruik maken.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in het winkelcentrum van Damwâld toont Google vooral diverse verzamelsites, een gezamenlijke website ontbreekt. De verzamelsites tonen wel een redelijk volledig overzicht van het winkelaanbod, maar met weinig details en foto's. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Damwâld geven de verschillende verzamelsites (als TripAdvisor en Dagjeweg.nl) weinig resultaten in Damwâld. Er is geen lokale activiteitenkalender vindbaar.

De Facebookpagina "Winkelcentrum Damwoude" vertegenwoordigt de winkels van het winkelcentrum en brengt de gezamenlijke activiteiten goed in beeld. De winkels zelf, en bijvoorbeeld acties van de winkels, komen onvoldoende naar voren. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig. Vooral de bakker is lokaal wel actief op Instagram.



## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelcentrum van Damwâld weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarktaanbod	Verschil in uitstraling voor en achterzijde winkelcentrum
Aanvullend aanbod	Presentatie en profilering winkels
Parkeren en bereikbaarheid	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Gezamenlijke website ontwikkelen	Groei online winkelen
Verdere concentratie in Damwâld	Dalend inwonertal
Samenwerking	

In het winkelcentrum van Damwâld is het aanbod aan supermarkten, verszaken en overige winkels prima voor elkaar. Het functioneert goed, en de randvoorwaarden als parkeren en bereikbaarheid zijn ook goed ingevuld. De winkels aan de achterzijde van het winkelcentrum kennen een andere – mindere - uitstraling, hoewel ze als winkels wel degelijk voor een aanvulling op het aanbod zorgen. De panden zelf - vooral muren – en de rommeliger parkeersituatie dragen niet bij aan de uitstraling van de rest van het winkelcentrum. Op dit moment staan twee panden leeg; dit biedt wellicht de kans om winkels elders in het dorp hiernaartoe te verhuizen. Op Facebook weet het winkelcentrum zich goed te presenteren. Een eigen website biedt ook zulke kansen; hierop kunnen de winkels en evenementen fraai gepresenteerd worden. De groei van het online winkelen maakt dit juist steeds belangrijker. Een ondernemer moet zowel online als offline goed te vinden zijn. De daling van het inwonertal van Damwâld, maar ook dat van de regio, vormt een bedreiging voor het draagvlak van de voorzieningen. Een verdere concentratie is dan ook gewenst.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor Damwâld is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen hoe groot de toekomstbestendigheid van het gehele winkelgebied is.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels verbeterd worden, met name voor de winkels in het achtergelegen gebied. Het verschil met het overdekte winkelcentrum is erg groot. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Mede op basis van de online scan, maar ook zonder dit gegeven, is het aan te bevelen om een gezamenlijke website – met tevens aandacht voor activiteiten – op te zetten. De gezamenlijke website zal zoveel mogelijk winkels en voorzieningen betreffen.
- Om het winkelen zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. Een verdere concentratie van winkels in of naast het winkelcentrum is aan te bevelen. De winkels in een dorp hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken. Mogelijk dat op gemeenteniveau een stimuleringsregeling hierin een duw in de goede richting kan geven.
- Het upgraden van de inrichting van de openbare ruimte van het deel buiten het winkelcentrum kan de zichtbaarheid van deze winkels en de veiligheid ten goede komen. Een zichtbare oversteek ter hoogte van de entree van het winkelcentrum kan hieraan bijdragen.
- Het uitwerken van een sterk DNA-profiel voor Damwâld kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers.

DAMWALD							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	37	19	51%				
m2 wvo winkels	10.829	4.714	44%				
Aantal inwoners	5.591	stijgend/gelijk/ <b>dalend</b>		NL	FR		
Percentage 65+	21,9%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,9%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	<b>matig</b>	<b>gemiddeld</b>	<b>goed</b>	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied	v		v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				gemeentehuis			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	<b>ja</b>	<b>nee</b>	<b>aantal centrum</b>				
Supermarkt aanwezig?	3		2				
Fullservice/discount	1/1		AH, Lidl				
% dagelijks aanbod	34%						
Trekkers niet-dagelijks	Kruidvat, Primera, TerStal						
	<b>wijk</b>	<b>lokaal</b>	<b>regionaal</b>	<b>provinciaal</b>			
Verzorgingsfunctie		bovenlokaal					
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	507	372	73%	3,2	6,8	6,3	
# vkp	4	2	50%	5,2	6,6	5,6	
<b>aandeel kernwinkelgebied</b>	<b>fRICTIE</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	50%	50%	0%				
m2 wvo	8%	92%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2016 Inventarisatie				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		SOD, OVD				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	Ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Geen gezamenlijke website, wel overzicht					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 2/5	Weinig resultaten te vinden					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	3.697	1.164	178	4.203	1.080	507	10.829
vkp	14	6	2	8	3	4	37
per 1.000 inwoners	659	207	32	749	193	90	1.930
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
<b>005000 &lt;= Inwklasse &lt;007500</b>	<b>419</b>	<b>262</b>	<b>53</b>	<b>801</b>	<b>73</b>	<b>159</b>	<b>1.766</b>
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# DE WESTEREEN

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

De Westereen is een van de drie grotere kernen van de gemeente Dantumadiel; de andere zijn Damwâld en Feanwâlden. De Westereen is qua inwonertal net iets kleiner dan Damwâld. Dantumadiel ligt in het oosten van de provincie. Dantumadiel telt ongeveer 19.000 inwoners, het inwonertal van De Westereen ligt op ruim 5.000. Het inwonertal van De Westereen is de afgelopen jaren enigszins gedaald, dat van de totale gemeente daalt ook licht. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren nog iets verder zal dalen. Dantumadiel ligt in een krimpg gebied. Het aandeel 65+'ers in De Westereen is met 23,8% groter dan in Friesland gemiddeld (20,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel ruim boven het Nederlands gemiddelde. Er is derhalve sprake van vergrijzing. Bij het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is nauwelijks sprake van een lichte afwijking; dit percentage ligt onder het Fries en Nederlands gemiddelde. Momenteel wordt gewerkt aan een woonvisie. De Westereen ligt ongeveer in het midden tussen Dokkum (12 km.) en Burgum (11 km.). Door de aanleg van de Centrale As zijn beide plaatsen nog eenvoudiger te bereiken dan eerder. De afstand tot Leeuwarden bedraagt ruim 20 kilometer.

Het belangrijkste winkelgebied van De Westereen ligt centraal in het dorp, aan de Ljurkstrjitte. Enkele winkels zijn gevestigd aan de doorgaande route van Kollumerzwaag naar o.a. Feanwâlden, de Foarstrjitte. Onder andere de supermarkt van Poiesz en Sake Store zijn hier gevestigd. Het winkelcentrum aan de Ljurkstrjitte is onlangs nog iets verder uitgebreid aan de overzijde van de straat. Belangrijke trekkers in dit winkelgebied zijn de supermarkten van Coop en Aldi, maar daarnaast ook TerStal, Kruidvat en Primera. In totaal is in De Westereen sprake van een aanbod van ruim 16.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 51 winkelpanden. In oppervlakte (28%) en winkelpanden (45%) gerekend is minder dan de helft van het totale aanbod in het winkelcentrum te vinden. Dan gaat het om 4.470 m<sup>2</sup> wvo en 23 winkels. In het zuidelijke deel voorbij de spoorlijn is onder meer een grote Multimate-vestiging gelegen. Hier zijn ook nog enkele andere winkels te vinden. Van het totale

aanbod in De Westereen is het grootste aanbod dan ook te vinden in de groep In/Om Huis. Daarna gaat het vooral om de dagelijkse sector (met name supermarkten). Het winkelen in De Westereen bestaat vooral uit doelgericht winkels bezoeken. De verzorgingsfunctie is lokaal.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt maar liefst 13,6. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage nog altijd 8,7. Deze percentages zijn hoog en duidelijk hoger dan het Nederlands en Fries gemiddelde. Ruim de helft van de leegstand is te vinden in het centrale winkelgebied. In het achterste, 'oude' gedeelte staan een paar panden naast elkaar leeg. Hier waren onder meer DA en een slijterij gevestigd. Het nieuwe deel ligt nu direct bij de toegang naar de parkeerplaats en de supermarkten; hier is onder meer ook een Kruidvat gevestigd. De leegstand betreft deels frictieleegstand (korter dan 1 jaar), deels structurele leegstand (langer dan 3 jaar).

## GEBIEDSASPECTEN

De Westereen kent op het gebied van winkels een redelijk tot goed aanbod; het dagelijkse aanbod is compleet. Niet alleen supermarkten, maar ook diverse kwalitatief goede verszaken zijn aanwezig. Variatie is zeker ook aanwezig, maar qua prijssegmenten lijkt het erop dat juist het wat hogere segment ruimte heeft gemaakt voor het lagere segment sinds de uitbreiding van het winkelgebied. Met een fullservice supermarkt en een discounter in het centrum en nog een fullservice supermarkt elders in het dorp is ook het aanbod aan supermarkten gevarieerd. De Poiesz aan de Foarstrjitte is kleiner dan de Aldi en de Coop. Het winkelhart van De Westereen is prima bereikbaar; het ligt centraal in het dorp, met de achterzijde aan de Noarder Stasjonsstrjitte. Deze straat loopt van noord naar zuid door het hele dorp. Tijdens het in 2017 uitgevoerde koopstromenonderzoek in Friesland bleek dat De Westereen een sterke koopkrachtbinding in de dagelijkse sector heeft. Verder was 28% van de dagelijkse bestedingen van buiten De Westereen afkomstig. Vooral plaatsen als Kollumerzwaag en Twijzelerheide (met zelf weinig tot geen dagelijkse voorzieningen) waren hiervoor verantwoordelijk.

Behalve de bereikbaarheid zijn ook de zichtlijnen en looproutes overzichtelijk en eenvoudig in het winkelcentrum. Parkeren is mogelijk langs de Ljurkstrjitte en op het plein tussen de winkels. Van daaruit is bijna elke winkel te zien. TerStal is als enige niet direct zichtbaar; de viskiosk in het midden van het plein belemmert hier het zicht. Niettemin zitten alle winkels op korte afstand van elkaar; de compactheid van het winkelgebied zelf is prima. Maar voor heel De Westereen geldt, dat sprake is van een verspreid aanbod. Ook langs de Foarstrjitte is sprake van een kleine concentratie; andere winkels liggen verspreid. De sfeer en gezelligheid zijn naar verwachting; het winkelcentrum is vooral functioneel ingericht, maar het groen en de kiosk met stoeltjes geven de nodige sfeer. Daghoreca is in de vorm van de viskiosk en de bakkerszaak in beperkte – maar voldoende – mate aanwezig. Een cafetaria zit iets verderop. De inrichting van de openbare ruimte ziet er over het algemeen goed uit; de parkeervakken zijn duidelijk gemarkeerd middels andere stenen. De auto's zijn deels aan het zicht onttrokken door groenstroken en bomen. De straatverlichting ziet er kwalitatief goed uit. Er is volop ruimte tussen de geparkeerde auto's en de winkels; er zijn brede

stoepen. De grote muren van de supermarkten zien er netjes, maar stenig uit. De basisscholen zitten vlakbij het winkelcentrum. Een combinatiebezoek is gemakkelijk te maken.

Aan de Ljurkstrjitte en tussen de winkels zijn diverse parkeerplaatsen voorhanden. Toch is het aantal plaatsen met twee supermarkten richting het weekend niet overdreven groot. Overigens liggen achter TerStal ook parkeerplaatsen; deze worden echter nauwelijks gebruikt. Fietsenklemmen zijn bij de entrees van de supermarkten en in de Ljurkstrjitte voldoende aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Van de gemeente Dantumadiel of van de kern De Westereen is geen recente visie voor de detailhandel aanwezig. In 2016 is voor heel Noordoost Friesland een inventarisatie van de detailhandel in dit deel van Friesland opgesteld. Hier is De Westereen ook in meegenomen. Opvallend was dat veel detailhandel aan huis aanwezig was in De Westereen en omgeving. Regionale afstemming vindt plaats met de overige gemeenten in Noordoost Friesland. Hierbij gaat het om afstemming tussen complete winkelkernen en de zogenaamde boodschappendorpen. In De Westereen is geen sprake van parkeermonitoring.

In de gemeente Dantumadiel is sprake van een overkoepelende vereniging van ondernemers, te weten de Stichting Ondernemers Dantumadiel (SOD). Deze is vooral opgezet voor ondernemers zonder toonbank, zoals dienstverleners en productiebedrijven. De ondernemers of middenstanders in De Westereen zijn verenigd in de Westereender Keaplju. Er is geen centrummanager aanwezig in De Westereen, en evenmin zijn er specifieke regelingen voor de detailhandel binnen de gemeente. In de gemeente Dantumadiel is wel een ondernemersfonds aanwezig; ook De Westereen kan hiervan gebruik maken.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is wordt duidelijk dat er geen gezamenlijke website is voor het winkelcentrum van De Westereen. De verzamelwebsite Noordoostfriesland.nl geeft een vrij volledig beeld van het winkelaanbod. In de zoekresultaten komen diverse individuele winkels naar voren. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in De Westereen komt de bezoeker ook terecht bij verzamelsites als TripAdvisor en Dagjeweg.nl. Deze tonen enkele permanente recreatiemogelijkheden, zoals Recreatiepark Kuikhorne. Er is geen lokale activiteitenkalender vindbaar.

Wat Facebook betreft is er een openbare groep "Doarpsbelang De Westereen". Er is evenwel geen groep of pagina waarop de winkels in De Westereen worden gepresenteerd. Een gezamenlijk Instagramaccount is evenmin aanwezig. Wel zijn diverse winkels zelf actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het centrale winkelgebied van De Westereen weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarktaanbod	Versnipperd aanbod in dorp
Aanvullend dagelijks aanbod	Leegstand
Bereikbaarheid	Presentatie en profilering winkels
<b>KANSEN</b>	
Gezamenlijke website en social media accounts ontwikkelen	Groei online winkelen
Verdere concentratie in De Westereen	Dalend inwonertal
<b>BEDREIGINGEN</b>	

Het winkelcentrum van De Westereen is centraal gelegen en uitstekend bereikbaar. De supermarkten vullen elkaar aan, terwijl bovendien diverse vers speciaalzaken aanwezig zijn. Het dagelijkse aanbod is hiermee zeer compleet. De leegstand in het 'oude' deel van het winkelgebied is storend aanwezig; het leegstandpercentage in De Westereen ligt op een te hoog niveau. In het winkelcentrum levert dit een storend beeld op. Wanneer zich de mogelijkheid voordoet zou een verdere concentratie van winkels vanuit de rest van De Westereen kunnen bijdragen aan het terugdringen van leegstand in het belangrijkste winkelgebied van de plaats. De kans op toenemende leegstand wordt groter, wanneer het draagvlak als gevolg van een dalend inwonertal afneemt. Het is dan ook belangrijk voor ondernemers om zichzelf en hun winkel goed te presenteren. De huidige wijze van presentatie en profilering kan nog wel verbeterd en versterkt worden. Ook online zijn er zeker verbeteringen mogelijk. Een eigen website en social media-accounts ontbreken, terwijl dit de afgelopen jaren steeds belangrijker is geworden. Het online winkelen is sterk toegenomen. De winkels en de activiteiten kunnen sterker onder de aandacht gebracht worden dan op dit moment gebeurt.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor De Westereen is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen hoe groot de toekomstbestendigheid van het gehele winkelgebied in het dorp is.
- Om het winkelen zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. Een verdere concentratie van winkels in het centrale winkelcentrum is aan te bevelen. De winkels in een dorp hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken. Mogelijk dat op gemeenteniveau een stimuleringsregeling hierin een duw in de goede richting kan geven.

- De leegstand ligt in De Westereen op een te hoog niveau. Dit verdient dan ook extra aandacht; het transformeren van winkelfuncties naar andere functies en het saneren van winkels is het onderzoeken waard. Ook hier kan een stimuleringsregeling wellicht helpen.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden met een goede collectieve website en minimaal een Facebookpagina. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van De Westereen liggen hier nog kansen ter verbetering.



DE WESTEREEN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	51	23	45%				
m2 wvo winkels	16.022	4.470	28%				
Aantal inwoners	5.062	stijgend/gelijk/licht dalend		NL	FR		
Percentage 65+	23,8%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,4%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v	v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten							
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	3		2				
Fullservice/discount	1/1		Coop, Aldi				
% dagelijks aanbod	21%						
Trekkers niet-dagelijks	TerStal, Kruidvat, Primera						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	2.008	1.089	54%	8,7	6,8	6,3	
# vkp	12	7	58%	13,6	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	71%	0%	29%				
m2 wvo	59%	0%	41%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2016, Inventarisatie				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		SOD, Westereender Keaplju				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 3/5	Verzamelsite geen redelijk volledig beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 2/5	Geen activiteitenkalender					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	3.318	1.491	20	8.845	340	2.008	16.022
vkp	13	6	1	15	4	12	51
per 1.000 inwoners	655	294	4	1.746	67	396	3.162
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
<b>005000 &lt;= Inwklasse &lt;007500</b>	<b>419</b>	<b>262</b>	<b>53</b>	<b>801</b>	<b>73</b>	<b>159</b>	<b>1.766</b>
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# FEANWÂLDEN

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Feanwâlden is een van de drie grotere kernen van de gemeente Dantumadiel; de andere zijn Damwâld en De Westereen. Dantumadiel ligt in het oosten van de provincie. De gemeente Dantumadiel telt ongeveer 19.000 inwoners, het inwonertal van Feanwâlden ligt op ruim 3.500. Het inwonertal van Feanwâlden is de afgelopen jaren vrijwel gelijk gebleven, dat van de totale gemeente daalt licht. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren niet alleen in de gemeente, maar ook in Feanwâlden zal dalen. Dantumadiel ligt in een krimpgebied. Het aandeel 65+'ers in Feanwâlden is met 24,4% groter dan in Friesland gemiddeld (20,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel ruim boven het Nederlands gemiddelde. Er is derhalve sprake van vergrijzing. Bij het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is het verschil met het gemiddelde iets kleiner; dit percentage ligt onder het Fries en Nederlands gemiddelde. Momenteel wordt gewerkt aan een woonvisie. Feanwâlden ligt in het zuidwesten van de gemeente. De afstand tot De Westereen bedraagt zo'n 6 kilometer; de Centrale As loopt tussen beide plaatsen door. Een grotere regionale kern als Burgum ligt op slechts 5 kilometer afstand. De afstand tot Leeuwarden bedraagt ongeveer 15 kilometer.

De Haadstrjitte is een belangrijke doorgaande route door het dorp. Aan deze straat ligt het winkelcentrum van Feanwâlden. In een vierkant, met de opening naar de Haadstrjitte, liggen hier de winkels geconcentreerd bij elkaar. Op de kop is de supermarkt van Plus gevestigd. Deze supermarkt is ongeveer 900 m<sup>2</sup> wvo groot. Voor een plaats met de omvang van Feanwâlden is dit voldoende, hoewel supermarkten tegenwoordig vaak een grotere oppervlakte hebben. Verder zijn er nog enkele verswinkels (een slagerij, een bloemenzaak en een bakkerij aan de overzijde) aanwezig, een DIO en kledingzaken, zoals Dijkstra mode. Tussen de winkels in is een luxe snackbar gevestigd. In totaal is in Feanwâlden sprake van een aanbod van bijna 2.500 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 15 winkelpanden. Op één winkel na is alles in het centrum gevestigd. Van het aanbod in Feanwâlden

maakt het aanbod in de dagelijkse sector ongeveer de helft van het totaal uit. Het belang van de supermarkt voor Feanwâlden is dan ook groot. De verzorgingsfunctie is lokaal.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 4,8. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 4,6. Deze percentages liggen ruim onder het Nederlands en Fries gemiddelde. Overigens betreft het hier 2 pandjes, die pas kort leegstaan, zogenaamde frictieleegstand.

## GEBIEDSASPECTEN

Feanwâlden heeft een functioneel winkelgebied, waar naast de supermarkt ook andere winkels aanvullend gevestigd zijn. Het aanbod is compleet en redelijk gevarieerd. Met een fullservice supermarkt van voldoende omvang kunnen inwoners van de plaats hun dagelijkse aankopen goed doen in Feanwâlden. Tijdens het in 2017 uitgevoerde koopstromenonderzoek in Friesland bleek dat Feanwâlden een sterke koopkrachtbinding in de dagelijkse sector kent. Verder was 20% van de dagelijkse bestedingen van buiten Feanwâlden afkomstig. Waarschijnlijk betrof dit voor een aanzienlijk deel inwoners uit een plaats als Noardburgum; dit net ten zuiden van de Centrale As gelegen dorp heft geen eigen dagelijkse voorzieningen. Het winkelhart van Feanwâlden is prima bereikbaar; het ligt immers aan de doorgaande route.

Het winkelgebied is ruim opgezet. Hierdoor zijn de zichtlijnen en looproutes overzichtelijk. Door de ligging aan de doorgaande weg is de bereikbaarheid ook uitstekend. Parkeren kan midden tussen de winkels, op het grote terrein ervoor. Hier zijn voldoende parkeerplaatsen aanwezig. Ook kwalitatief ziet het er goed uit. Het winkelcentrum is heel compact opgezet; nagenoeg alle winkels van Feanwâlden zijn hier gevestigd. Wat sfeer en gezelligheid betreft is dit ongeveer zoals een bezoeker het zal verwachten. Er zijn geen speciale elementen die de sfeer verhogen. Wel is er een enkel klein terras (bij goed weer) aanwezig, maar dat is het. Het plein is dermate groot en verder niet met groen aangekleed, dat het steriel oogt. Op de dinsdagochtend wordt hier een kleine weekmarkt gehouden.

Fietsenklemmen zijn uitsluitend bij de supermarkt aanwezig, bij de overige winkels ontbreken ze.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Van de gemeente Dantumadiel of van de kern Feanwâlden is geen recente visie voor de detailhandel aanwezig. In 2016 is voor heel Noordoost Friesland een inventarisatie van de detailhandel in dit deel van Friesland opgesteld. Hier is Feanwâlden ook in meegenomen. Concentratie van het aanbod in de belangrijkste kernen (waaronder Feanwâlden) is hier uitgangspunt geweest. Regionale afstemming vindt plaats met de overige gemeenten in Noordoost Friesland. Hierbij gaat het om afstemming tussen complete winkelkernen en de zogenaamde boodschappendorpen. In Feanwâlden is geen sprake van parkeermonitoring; gezien het aanbod aan parkeerplaatsen is dit niet nodig in Feanwâlden.

In de gemeente Dantumadiel is sprake van een overkoepelende vereniging van ondernemers, te weten de Stichting Ondernemers Dantumadiel (SOD). Deze is vooral opgezet voor ondernemers zonder toonbank, zoals dienstverleners en productiebedrijven. De ondernemers in Feanwâlden zijn verenigd in de middenstandsvereniging Handel en Ambacht (HAB) Feanwâlden. Er is geen centrummanager aanwezig in Feanwâlden, en evenmin zijn er specifieke regelingen voor de detailhandel binnen de gemeente. In de gemeente Dantumadiel is wel een ondernemersfonds aanwezig; ook Feanwâlden kan hiervan gebruik maken.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is wordt duidelijk dat er geen gezamenlijke website is voor het winkelcentrum van Feanwâlden. De verzamelwebsite Noordoostfriesland.nl geeft een vrij volledig beeld van het winkelaanbod. In de zoekresultaten komen diverse individuele winkels naar voren. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Feanwâlden komt de bezoeker ook terecht bij verzamelwebsites als TripAdvisor en Dagjeweg.nl. Deze tonen enkele permanente recreatiemogelijkheden, zoals Recreatiepark Kuikhorne. Er is geen lokale activiteitenkalender vindbaar.

Wat Facebook betreft is er een openbare groep "Doarpsbelang Feanwâlden". Er is evenwel geen groep of pagina waarop de winkels in Feanwâlden worden gepresenteerd. Een gezamenlijk Instagramaccount is evenmin aanwezig. Wel zijn diverse winkels zelf actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Feanwâlden weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Compleet dagelijks aanbod	Beperkt consumentendraagvlak
Alle winkels geconcentreerd	
Bereikbaarheid en parkeren	
Nauwelijks leegstand	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Veilige website ontwikkelen	Groei online winkelen
	Dalend consumentendraagvlak
	Nabijheid o.a. Burgum

Het winkelgebied van Feanwâlden heeft een compleet aanbod; voor de dagelijkse boodschappen is alles er te verkrijgen. Alle winkels zitten vlakbij elkaar aan een nieuw ingericht plein. De bereikbaarheid is door de ligging aan de doorgaande weg uitstekend, en er zijn voldoende parkeerplaatsen voorhanden. Er is bovendien nauwelijks sprake van leegstand. Wel is het consumentendraagvlak op dit moment al gering. De komende jaren zal het draagvlak voor de voorzieningen als gevolg van een daling van het inwonertal, de groei van het online shoppen en ook de nabijheid van grotere kernen met een groter aanbod, zoals Burgum, steeds verder onder druk komen te staan. Het compacte aanbod is dan zeker een pluspunt. Daarnaast kunnen de ondernemers zich nog veel sterker profileren door ook online zichtbaar te worden. Het is een mogelijkheid om de website van de Handelsvereniging veilig te maken, vindbaar voor Google (en dus potentiële bezoekers) en geschikt voor een mobiel.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor Feanwâlden is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen hoe groot de toekomstbestendigheid van het winkelgebied is.
- Het verbeteren van de online zichtbaarheid en vindbaarheid zou gezamenlijk opgepakt kunnen worden met een goede collectieve website. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Feanwâlden liggen hier nog kansen ter verbetering. De ondernemersvereniging zou dit kunnen oppakken. Ook het presenteren van winkels op de Facebookpagina biedt meerwaarde.

FEANWALDEN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	15	14	93%				
m2 wvo winkels	2.483	2.397	97%				
Aantal inwoners	3.507	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,4%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,3%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v	v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten							
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Plus				
% dagelijks aanbod	49%						
Trekkers niet-dagelijks	DIO						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	168	168	100%	4,6	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	4,8	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vcp	100%	0%	0%				
m2 wvo	100%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2016, Inventarisatie				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		SOD, HAB				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Gezamenlijke website, nauwelijks te vinden					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 2/5	Weinig relevante informatie					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.221	685	0	272	137	168	2.483
vcp	6	3	0	3	1	2	15
per 1.000 inwoners	348	195	0	78	39	48	708
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# BURGUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Burgum is de hoofdkern van de gemeente Tytsjerksteradiel. Tytsjerksteradiel ligt ten oosten van de stad en gemeente Leeuwarden. Tytsjerksteradiel telt ongeveer 32.000 inwoners, het inwonertal van Burgum ligt op bijna 10.000. Het inwonertal van Burgum is de afgelopen jaren enigszins gedaald, net als dat van de totale gemeente. Voor de gemeente is een Woonvisie 2019-2024 opgesteld. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren op peil blijft of nog iets verder zal dalen. Het beleid van de gemeente is gericht op concentratie in de hoofdkernen en bouwen naar behoefte. Het aandeel 65+'ers in Burgum is met 25,2% duidelijk groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel royaal boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van aanzienlijke vergrijzing. Bij het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is geen sprake van een sterke afwijking; dit percentage ligt iets lager dan het Fries en Nederlands gemiddelde. Burgum ligt vlakbij de nieuwe Centrale As door Friesland; de bereikbaarheid is daardoor goed te noemen. Veel doorgaand verkeer hoeft niet meer door de plaats heen. De afstand tot Leeuwarden bedraagt ruim 17 kilometer; Drachten ligt op ruim 16 kilometer afstand.

De winkels in het centrumgebied van Burgum zijn met name te vinden aan de Markt, de Schoolstraat, de Tsjibbe Geartsstrjitte en de Passaazje. Zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector zijn hier sterke aanbieders te vinden. De supermarkten Jumbo, Aldi, Plus en Poiesz zijn aanwezig, maar ook niet dagelijkse trekkers zoals Hema, Expert, Blokker en Action. Belangrijke parkeerlocaties zijn direct in het centrum te vinden, zoals op de Markt. Vooral rond de Markt is een versterking van het aanbod opgetreden door de komst van de combinatie van Jumbo en Action aan de zuidzijde van de Markt. De Passaazje verbindt de Markt met de oorspronkelijke winkelstraat de Schoolstraat. Aan de noordzijde – richting Poiesz – is de parkeergelegenheid onlangs, achter de Tsjibbe Geartsstrjitte, eveneens verbeterd. In totaal is in Burgum sprake van een aanbod van ruim 24.800 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 79 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 71% hiervan te vinden in

het centrum; in aantal winkelpanden gerekend zelfs 90%. Burgum kent een royaal aanbod, dat vooral naar voren komt in de branche Mode & Luxe, maar ook in de dagelijkse sector en de groep In/Om Huis. Deze laatste groep is vooral buiten het centrum aanwezig. Burgum heeft een beperkt regionale verzorgingsfunctie; de omvang is minder groot dan van bijvoorbeeld Drachten, maar vergelijkbaar met die van onder meer Dokkum en Surhuisterveen. Uit het in 2017 gehouden koopstromenonderzoek van de provincie Friesland bleek dat meer dan de helft van de bestedingen in de niet-dagelijkse sector van buiten Burgum afkomstig was.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt slechts 3,1. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 2,7. Alle leegstand is in het centrum aanwezig. Gelet op het type leegstand is vooral sprake van langdurige (van 1 tot 3 jaar leeg) en structurele (langer dan 3 jaar leeg) leegstand. Deze panden liggen in de Schoolstraat. De leegstand ligt ruim onder het Nederlands en Fries gemiddelde.

## GEBIEDSASPECTEN

Burgum kent een gevarieerd winkelaanbod, zowel op het gebied van de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. Wat de dagelijkse sector betreft zijn er 3 fullservice-supermarkten en een discounter, aangevuld met diverse verszaken. De spreiding over het centrum is ook goed te noemen. In de niet-dagelijkse sector is niet alleen Action een sterke trekker, maar ook de Hema, Blokker en enkele modezaken (o.a. Sake Store). Ook hier is sprake van een redelijke spreiding over het centrumgebied. De verschillende prijssegmenten zijn allemaal vertegenwoordigd, en bovendien zowel ketenbedrijven als zelfstandige ondernemers. Dit geeft een gevarieerd beeld.

Burgum is goed bereikbaar vanuit de verschillende richtingen, via de Centrale as of via de oorspronkelijke doorgaande route. Het centrum ligt ook daadwerkelijk behoorlijk centraal in de plaats. Het centrum staat overal goed aangegeven, en er is sprake van een P-route. De Schoolstraat heeft eenrichtingverkeer, van west naar oost. De belangrijkste zichtlijnen en looproutes in het centrum zijn redelijk duidelijk, hoewel bijvoorbeeld Aldi, en in mindere mate Kruidvat vanaf de Markt niet te zien zijn. Deze liggen achter een ander bouwblok. Ook de Passaazje is vanaf de Schoolstraat niet duidelijk te zien; vanaf de Markt wordt de bezoeker wel de passage ingetrokken. De compactheid van het winkelgebied is in principe goed; immers, het overgrote deel van de winkels is in het centrum aanwezig. Wel ligt de Action op iets grotere afstand van de overige niet-dagelijkse winkels, waardoor deze niet optimaal kunnen profiteren van de aanwezigheid van zo'n sterke trekker. Action wordt nu duidelijk gericht bezocht. De supermarkt van Poiesz ligt aan de noordzijde van het centrum, buiten het zicht van het wandelend publiek. Maar ook hier zijn de afstanden niet heel groot. Het centrumgebied kenmerkt zich verder door een mix van functies; tussen de winkels is ook sprake van niet-winkelpanden. Dan gaat het o.a. om dienstverlening, horeca en ook wonen. De horeca is er vooral ter ondersteuning van de detailhandel, en bezorgt het centrum van Burgum ook sfeer; dit geldt vooral voor de Schoolstraat. De inrichting van de openbare ruimte is de afgelopen jaren flink aangepakt, met name op en rondom de Markt en de entree van het centrum vanaf de noordzijde. Het ziet er over het algemeen goed uit; in de Schoolstraat is groen in de vorm van bomen aanwezig en er is sprake van fraaie verlichting. Rondom de Markt zijn ook diverse bankjes te vinden. De Markt zelf oogt evenwel groot en ontbeert groen. De weekmarkt wordt hier op vrijdag gehouden, maar dit hoeft de aanwezigheid van groen niet te belemmeren.



Het aanleggen van een 'looproute' vanaf de passage naar Action/Jumbo is goed gedaan, maar kan versterkt worden met een betere (groen-)geleiding. Het is een bewuste keuze geweest om groen aan de randen te plaatsen, onder meer vanwege de kermis en andere festiviteiten. De horeca is vrijwel uitsluitend aanwezig in de Schoolstraat, waar het goed verzorgd is. Aan het Marktpllein zelf zijn geen horecagelegenheden met terrassen gelegen; wel aan de Markt richting de Schoolstraat en aan de Lageweg. In het centrum zijn nog enkele andere voorzieningen te vinden, zoals de bibliotheek en een apotheek.

In het centrum van Burgum is sprake van gratis parkeren, dichtbij de winkels (zoals Schoolstraat en Lageweg) grotendeels met een regime van blauwe zone. In de Schoolstraat is het mogelijk om aan een zijde van de straat te parkeren. Het gaat hier om een beperkt aantal plaatsen. Voor het overige is het mogelijk om te parkeren bij de supermarkten; en voor het centrum/winkelen is een grote capaciteit beschikbaar op de Markt, aan het eind van de Schoolstraat en aan beider zijden van het Dominee J. Kooiplein (onlangs uitgebreid). Op het overgrote deel van de Markt kan men volledig vrij parkeren. In kwantitatief opzicht is het aantal parkeerplaatsen voldoende; de ondernemers (via de ondernemersvereniging) houden dit goed in de gaten, waarbij zij ook het al dan niet in stand houden van de blauwe zone bespreken. De Schoolstraat is eenrichtingverkeer; hier loopt een discussie over het al dan niet toegankelijk houden voor auto's. In kwalitatief opzicht ziet de parkeergelegenheid er prima uit. Fietsenklemmen zijn op diverse plaatsen in het dorp aanwezig, maar vooral bij de supermarkten en aan de Markt.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente visie voor de detailhandel van Burgum of de gemeente is gedateerd. Wel is sprake van een consequent doorgevoerd beleid, dat vastgelegd is in structuurplannen. Bovendien is een Masterplan Burgum Centrum (2010) aanwezig, dat als leidraad dient bij ontwikkelingen. In 2016 is een inventarisatie uitgevoerd voor geheel Noordoost-Friesland – waaronder de kernen van Tytsjerksteradiel - ; deze kan als ondersteuning gezien worden van het beleid. Voor het centrum van Burgum is dit beleid gericht op het concentreren van het aanbod in de bestaande kernen met winkelgebieden, met name Burgum, Hurdegaryp en Gytsjerk. Dit concentratiebeleid in de hoofdkernen in de gemeente (en dus ook Burgum) is tevens in de structuurvisie 2010 – 2020 (Finster op Romte) aangegeven. Regionale afstemming vindt plaats met de overige gemeenten in Noordoost-Friesland. In Burgum is geen sprake van parkeermonitoring; de huidige situatie voldoet prima met ruime en goede parkeervoorzieningen, maar het parkeren is wel een gespreksonderwerp in de ondernemersvereniging.

In Burgum is dus een ondernemersvereniging actief; dit is de HIMBO: Handel-Industrie-Middenstand Burgum en Omgeving. Deze overlegt regelmatig met de gemeente over lopende thema's. Jaarlijks geeft de vereniging het sfeermagazine 'Burgum heeft Meer' uit, met een groot verspreidingsgebied, en ook via de sociale media. Er is geen centrummanager aanwezig in Burgum, en evenmin zijn er specifieke regelingen voor de detailhandel binnen de gemeente. Wel wordt door de gemeente reclamebelasting geheven om hiermee het Ondernemersfonds te vullen. De besteding loopt via een stichting.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Burgum toont Google bovenaan de gezamenlijke website Burgum.frl. Op deze pagina worden alle bedrijven getoond. De winkels hebben aantrekkelijke eigen pagina's met foto, beschrijving en contactgegevens. Openingstijden ontbreken op de site. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Burgum komt de eigen website (Burgum.frl) niet voor op de eerste pagina. Hier staat nu TripAdvisor bovenaan, met vooral suggesties in Leeuwarden. Vervolgens komt Dagjeweg.nl. Op de eigen website staan twee recreatiemogelijkheden onder "Toerisme". Er is verder een agenda; activiteiten hebben een eigen pagina maar meestal geen foto.

In Burgum is een gezamenlijke Facebookpagina aanwezig. Deze is populair en toont vooral evenementen. Er zijn slechts enkele winkel-gerelateerde berichten. Een gezamenlijk Instagramaccount is er niet. Slechts weinig bedrijven zijn individueel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Burgum weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarktaanbod	Zichtbaarheid, looproutes
Niet-dagelijks aanbod	Presentatie en profilering winkels
Weinig leegstand	
Goede en ruime parkeergelegenheid	
Snelle en goede bereikbaarheid	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Vindbaarheid activiteiten online	Mogelijkheden woningbouw
Versterken passage	Groei online winkelen
Samenwerking	

In Burgum is sprake van een sterk en gevarieerd dagelijks en niet-dagelijks aanbod. Hierdoor kan Burgum de beperkt regionale verzorgingsfunctie goed vervullen. Bovendien is parkeren op korte afstand van de winkels mogelijk. Dat het winkelaanbod goed functioneert blijkt ook uit de lage leegstandspercentages. Sinds de aanleg van de Centrale As is (het centrum van) Burgum nog beter bereikbaar geworden vanuit onder meer Leeuwarden en Drachten. Toch zijn niet alle onderdelen van het winkelgebied even goed te zien of te vinden. Zo zitten de Aldi en Kruidvat achter een ander gebouw, ligt Action op afstand en is de Passaazje (met name vanaf de Schoolstraat) moeilijk te vinden. De Passaazje is heel belangrijk in het leggen van de verbinding tussen de Markt en de

Schoolstraat; hier liggen kansen ter verbetering. De Markt zelf is (bewust) uitsluitend aan de randen groen. De presentatie en profilering van de ondernemingen in het centrum kan nog wel verder versterkt worden en samenwerking tussen ondernemers in de detailhandel en met dienstverlening en horeca biedt toekomstkansen. De eigen website is goed verzorgd; de winkels zijn online goed te vinden, maar de activiteiten niet. Dit kan verbeterd worden door ze nadrukkelijker te noemen. Een belangrijke bedreiging voor Burgum ligt vooral in de krapte op de woningmarkt; juist om de aanwezige vergrijzing te beperken is nieuwbouw gewenst. Op korte afstand van Leeuwarden en Drachten is Burgum een populair woongebied. Verder ligt een algemene bedreiging is de toename van het online winkelen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen en de demografische ontwikkelingen, aan te bevelen. Weliswaar is sprake van een consequent beleid in de gemeente op het gebied van detailhandel, maar ook juridisch gezien is een actuele visie veelal gewenst. Harde actuele data over o.a. winkelgebieden en leegstand worden vaak als onderbouwing gevraagd bij juridische zaken.
- Het aanbod in Burgum is royaal, waaruit meteen de regionale functie duidelijk wordt. Niet alle looproutes zijn even duidelijk; met name de passage en het blok Aldi/Kruidvat missen herkenningspunten. De zichtbaarheid van het hele gebied kan nog enigszins versterkt worden. Een slim inrichtings- en verlichtingsplan kan hierbij ondersteunen.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van een aantal winkels en de dag- ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Het uitwerken van een sterk DNA-profiel voor Burgum kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers.
- De Markt is een centraal punt in Burgum; het dient vooral als parkeerplaats. Het plein ziet er keurig uit, maar ook kil en groots. Iets meer aankleding en sterkere geleiding naar Jumbo/Action kan de uitstraling verbeteren.
- In een plaats als Burgum is de beleving zeker van belang. Daarom is het aan te bevelen om de website verder aan te vullen met recreatiemogelijkheden en overige activiteiten. Hierdoor kan de vindbaarheid bij Google verhoogd worden. Ook social media kunnen nog versterkt worden, hoewel ook het jaarlijkse magazine hier deels in voorziet. De Facebookpagina ziet er goed uit, maar brengt winkels nog onvoldoende onder de aandacht. De toevoeging van Instagram verhoogt de aantrekkelijkheid van Burgum nog verder.

BURGUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	79	71	90%				
m2 wvo winkels	24.823	17.707	71%				
Aantal inwoners	9.939	stijgend/gelijk/ <b>licht dalen</b>		NL	FR		
Percentage 65+	25,2%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,5%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied		v	v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v		Schoolstraat goed			
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				bibliotheek, apotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	<b>ja</b>	<b>nee</b>	<b>aantal centrum</b>				
Supermarkt aanwezig?	5		4				
Fullservice/discount	4/1		Jumbo, Aldi, Poiesz (rand), Plus				
% dagelijks aanbod	25%						
Trekkers niet-dagelijks	Action, Hema, Blokker, Kruidvat						
	<b>wijk</b>	<b>lokaal</b>	<b>regionaal</b>	<b>provinciaal</b>			
Verzorgingsfunctie			ja, beperkt				
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	1.005	1.005	100%	2,7	6,8	6,3	
# vkp	5	5	100%	3,1	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>fictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	20%	40%	40%				
m2 wvo	7%	46%	47%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2010 Masterplan centrum, 2016 Inventarisatie				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		Himbo				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	Ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	Eigen website bovenaan, geen openingstijden					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	Eigen site pas op 2e pagina, weinig foto's					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	6.259	7.510	715	8.876	458	1.005	24.823
vkp	22	31	4	16	1	5	79
per 1.000 inwoners	622	746	71	882	46	100	2.467
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
<b>007500 &lt;= Inwklasse &lt;010000</b>	<b>403</b>	<b>230</b>	<b>39</b>	<b>696</b>	<b>60</b>	<b>167</b>	<b>1.595</b>
<b>010000 &lt;= Inwklasse &lt;015000</b>	<b>470</b>	<b>375</b>	<b>80</b>	<b>977</b>	<b>86</b>	<b>232</b>	<b>2.220</b>
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# GYTSJERK

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Gytsjerk is na Burgum en Hurdegaryp de derde kern van de gemeente Tytsjerksteradiel. Tytsjerksteradiel ligt ten oosten van de stad en gemeente Leeuwarden. Tytsjerksteradiel telt ongeveer 32.000 inwoners, het inwonertal van Gytsjerk ligt op ruim 2.300. Het inwonertal van Gytsjerk is de afgelopen jaren constant gebleven, dat van de totale gemeente is licht gedaald. Voor de gemeente is een Woonvisie 2019-2024 opgesteld. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren op peil blijft of nog iets zal dalen. Het beleid van de gemeente is gericht op concentratie in de hoofdkernen en bouwen naar behoefte. Gytsjerk ligt direct tegen Oentsjerk aan, terwijl ook andere kernen van het gebied Trynwâlden op korte afstand liggen. Trynwâlden ligt ten noorden van de doorgaande route Groningen - Leeuwarden, en ligt in die zin dan ook enigszins afgezonderd van de rest van Tytsjerksteradiel. Het aandeel 65+'ers in Gytsjerk is met 23,4% groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde, maar iets minder sterk dan in Burgum en Hurdegaryp het geval is. Er is niettemin sprake van vergrijzing. Bij het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is geen sprake van een afwijking; dit percentage ligt vrijwel gelijk aan het Fries en Nederlands gemiddelde. Gytsjerk ligt aan de N361, de weg vanaf Leeuwarden (de N355) naar Dokkum. De afstand tot Leeuwarden bedraagt ongeveer 10 kilometer; naar Dokkum is het 15 kilometer.

Aan de Canterlandseweg is een nieuw winkelcentrum gebouwd; een grote moderne AH-supermarkt is hier de belangrijkste aanbieder. Deze AH is de grootste supermarkt van de gemeente. In totaal is in Gytsjerk sprake van een aanbod van bijna 3.400 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 14 winkelpanden. In oppervlakte en aantal winkelpanden gerekend is slechts zo'n 37% hiervan te vinden in en om dit nieuwe winkelcentrum. Veel van het dagelijkse aanbod is wel bij het winkelcentrum aanwezig; het overige aanbod betreft grotendeels grootschalig aanbod, dat vooral op het bedrijventerrein aan de

zuidkant van Gytsjerk is gevestigd. Het aanbod in Gytsjerk bestaat vooral uit dagelijks aanbod en uit aanbod in de groep In/Om Huis. Gytsjerk heeft een lokale verzorgingsfunctie. Evenals in Hurdegaryp is ook in Gytsjerk geen leegstand aanwezig.

## GEBIEDSASPECTEN

Gytsjerk is een kleine plaats. Het winkelaanbod van Gytsjerk is dan ook gering in omvang. Toch kunnen de inwoners hun dagelijkse boodschappen in het eigen dorp halen. Naast een grote AH-supermarkt is er aanvullend ook een bakker in het nieuwe winkelcentrum te vinden. Iets verderop zijn tevens een groenteboer en een bloemenwinkel gevestigd. Verder is er nog een slijterij, een kapper en een pizzeria. Westelijker aan de Canterlandseweg is een slagerij gevestigd, en een cafetaria. Hiermee is het aanbod voor een plaats als Gytsjerk goed te noemen.

De N361 is een belangrijke doorgaande weg in de Trynwâlden, de weg naar Dokkum. De Canterlandseweg is een zijstraat hiervan; het winkelcentrum is dan ook goed bereikbaar. De zichtbaarheid is eveneens uitstekend; het complex valt goed op. Alle winkels liggen goed in het zicht en de looproutes zijn heel duidelijk. Het winkelcentrum kent een goede combinatie van winkels; toch is het jammer dat de groenteboer, de bloemenzaak en de slager bijvoorbeeld nog iets verderop zitten, en evenmin dicht bij elkaar. De concentratie is niet optimaal, maar twee winkels zijn nog wel zichtbaar vanaf het winkelcentrum. De sfeer rondom het nieuwe winkelcentrum, met nog bouwactiviteiten aan de overzijde, is naar verwachting. Het is geen verblijfsgebied, maar echt een functioneel boodschappencentrum. Het centrum is doelmatig en functioneel ingericht, maar het is er zeker niet ongezellig. De inrichting van de openbare ruimte ziet er verzorgd en netjes uit. De parkeervakken zijn keurig ingedeeld en er staan enkele bankjes bij het parkeerterrein. Bij de bakker kan men uiteraard een broodje kopen en nuttigen; de ruimte daarvoor is aanwezig. Verder komt tegenover het winkelcentrum een tandartsenpraktijk; dit wordt op dit moment gebouwd.

Bij het winkelcentrum van Gytsjerk kan de bezoeker gratis parkeren. Hiervoor zijn voldoende parkeerplaatsen aanwezig, het is een royaal en overzichtelijk parkeerterrein. Fietsenklemmen zijn ook volop aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente visie voor de detailhandel van Gytsjerk of de gemeente is gedateerd. Wel is sprake van een consequent doorgevoerd gemeentelijk beleid, dat vastgelegd is in structuurplannen. De inventarisatie die in 2016 is uitgevoerd voor geheel Noordoost-Friesland kan hierin als ondersteuning gezien worden. Het beleid van de gemeente is gericht op het concentreren van het aanbod in de bestaande kernen met winkelgebieden, met name Burgum, Hurdegaryp en Gytsjerk. Dit is tevens in de structuurvisie 2010 – 2020 (Finster op Romte) aangegeven. In 2000 is nog wel een visie op Trynwâlden opgesteld, waarin de detailhandelsfunctie voor Gytsjerk (in combinatie met Oentsjerk) beschreven is. Regionale afstemming vindt plaats met de overige gemeenten in

Noordoost-Friesland. In Gytsjerk is geen sprake van parkeermonitoring, maar dit is ook niet direct noodzakelijk. Het parkeren geeft geen problemen.

In Gytsjerk is de zakenclub Trynwâlden actief; in het bestuur van deze club is ook een vertegenwoordiger van het winkelcentrum aanwezig. Er is geen centrummanager aanwezig in Gytsjerk, en evenmin zijn er specifieke regelingen voor de detailhandel binnen de gemeente.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Gytsjerk komt naar voren dat er geen gezamenlijke website aanwezig is. Google toont een kaartvenster met daarop een aantal winkels. De eerste resultaten in Google komen van verzamelsites. 123Shoppen.in heeft zelfs Leeuwarden op de kaart staan, Opiness.nl vermeldt dat er geen winkels gevonden zijn. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Gytsjerk komt Google eveneens bij verzamelsites uit. TripAdvisor, Zoover.nl en Dagjeweg.nl tonen bezienswaardigheden en recreatiemogelijkheden in heel Friesland. De bezoeker ontdekt derhalve niets over Gytsjerk.

De ondernemers in Gytsjerk hebben geen gezamenlijke Facebookpagina of een gezamenlijk Instagramaccount. De meeste winkels zijn wel actief op Facebook; op Instagram zijn ook verschillende winkels individueel actief.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Gytsjerk weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Modern winkelcentrum met sterke supermarkt	Website en social media
Geen leegstand	
Parkeren	
Goed aanvullend dagelijks aanbod in dorp	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Verdere concentratie	Groei online winkelen

---

---

Door de bouw van het nieuwe winkelcentrum is een sterke combinatie van aanbieders in vooral de dagelijkse sector ontstaan; de supermarkt is hiervan de drager. Het centrum voorziet in de behoefte van bezoekers, terwijl de randvoorwaarden als bereikbaarheid en parkeren prima zijn ingevuld. Op korte afstand van het centrum zitten nog andere vers speciaalzaken; het zou mooi zijn als deze op termijn ook in het winkelcentrum een plek zouden kunnen krijgen. Ontwikkelruimte voor verdere concentratie is bovendien aanwezig. In Gytsjerk is geen sprake van leegstand. Het centrum neemt in Trynwâlden een sterke positie in. Het is jammer dat de winkels online niet vindbaar zijn; er is geen gezamenlijke website en ook geen Facebook- of Instagramaccount. Hoewel winkels individueel wel actief zijn wordt dit soort gezamenlijke activiteit in de toekomst steeds belangrijker. Het online winkelen – ook in de foodbranche – blijft naar verwachting groeien.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen en de demografische ontwikkelingen, aan te bevelen. Weliswaar is sprake van een consequent beleid in de gemeente op het gebied van detailhandel, maar ook juridisch gezien is een actuele visie gewenst.
- De dagelijkse voorzieningen voor Gytsjerk zijn met een sterke AH en aanvullend aanbod goed voor elkaar. Waar mogelijk is het aan te bevelen om nog meer concentratie te realiseren, waarvoor de ontwikkelruimte aanwezig is.
- Evenals in Hurdegaryp is de online-zichtbaarheid van de winkels in Gytsjerk uiterst beperkt. Google weet slechts enkele winkels te vinden; een volledig overzicht ontbreekt. Zowel een website als social media zijn niet meer weg te denken bij het keuzeproces van bezoekers van een winkelgebied. Het is belangrijk om ook online zichtbaar te zijn; het advies is dan ook om dit te gaan ontwikkelen, zowel voor het informeren van bestaande klanten als voor het voorkomen dat potentiële bezoekers een andere kant worden opgestuurd. Wel dient dan tevoren nagedacht te worden over de wijze waarop de continuïteit van de informatievoorziening op peil gehouden wordt. Alleen dan is sprake van een meerwaarde.



GYTSJERK							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	14	5	36%				
m2 wvo winkels	3.390	1.271	37%				
Aantal inwoners	2.319	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	23,4%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,3%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				tandartsenpraktijk op termijn			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discout	1/0		AH				
% dagelijks aanbod	43%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fRICTIE	langdurig	structureel				
vcp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2016 Inventarisatie NO-Friesland				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		Zakenclub Trynwälden				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 1/5	Geen gezamenlijke site, geen winkels vindbaar					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 1/5	Geen aanbod vindbaar					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.461	0	0	1.884	45	0	3.390
vkp	8	0	0	5	1	0	14
per 1.000 inwoners	634	0	0	817	20	0	1.471
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
<b>002000 &lt;= Inwklasse &lt;002500</b>	<b>253</b>	<b>116</b>	<b>41</b>	<b>604</b>	<b>45</b>	<b>80</b>	<b>1.140</b>
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# HURDEGARYP

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Hurdegaryp is na Burgum de tweede kern van de gemeente Tytsjerksteradiel. Tytsjerksteradiel ligt ten oosten van de stad en gemeente Leeuwarden. Tytsjerksteradiel telt ongeveer 32.000 inwoners, het inwonertal van Hurdegaryp ligt op ruim 4.800. Het inwonertal van Hurdegaryp is de afgelopen jaren constant gebleven, dat van de totale gemeente is licht gedaald. Voor de gemeente is een Woonvisie 2019-2024 opgesteld. De verwachting is dat het inwonertal de komende jaren op peil blijft of nog iets verder zal dalen. Het beleid van de gemeente is gericht op concentratie in de hoofdkernen en bouwen naar behoefte. De afgelopen jaren is nieuwbouw gepleegd aan de oostkant van Hurdegaryp; hierdoor is het inwonertal op peil gebleven. Het aandeel 65+'ers in Hurdegaryp is met 25,3% duidelijk groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel royaal boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van aanzienlijke vergrijzing. Bij het aandeel jongeren (jonger dan 25 jaar) is sprake van een beperkte afwijking; dit percentage ligt iets lager dan het Fries en Nederlands gemiddelde. Hurdegaryp ligt vlakbij de nieuwe Centrale As door Friesland. De doorgaande route door het dorp, de Rijksstraatweg N355, is om de plaats heen geleid. Er gaat nu geen doorgaand verkeer meer door de plaats heen. De afstand tot Leeuwarden bedraagt slechts 10 kilometer; ook heeft de plaats een NS-station.

De Rijksstraatweg was oorspronkelijk een drukke doorgaande route door het noordelijk deel van de plaats heen, met hieraan gelegen ook diverse winkels. Geruime tijd geleden is meer centraal in de plaats aan de Fuormanderij een nieuw winkelcentrum gebouwd. Hier is een supermarkt (AH) aanwezig, aangevuld met o.a. versspecialzaken, een Primera, een DA en Pets&co. Er is parkeergelegenheid tussen de winkels in. Langs de Rijksstraatweg zitten vooral gericht te bezoeken winkels in de groep In/Om Huis, zoals een tuincentrum, een fietsenzaak en winkels met tuingereedschap/maaimachines (Bosgra en Hooghiemstra). Tevens is hier een relatief kleine Poiesz-supermarkt gevestigd. De Rijksstraatweg is volledig opnieuw ingericht. In totaal is in Hurdegaryp

sprake van een aanbod van ruim 8.300 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 24 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is slechts 23% hiervan te vinden in het centrum (Fuormanderij); in aantal winkelpanden gerekend bijna de helft (46%). Hurdegaryp heeft een functioneel aanbod, dat vooral gericht is op de dagelijkse behoeften en gericht te bezoeken niet-dagelijkse winkels. In vergelijking met andere kernen van deze omvang is vooral het aanbod In/Om Huis groter dan gemiddeld. De groep Mode & Luxe ontbreekt geheel. Hurdegaryp heeft een lokale verzorgingsfunctie. Heel gunstig voor Hurdegaryp is het volledig ontbreken van leegstand; elk pand is momenteel gevuld.

## GEBIEDSASPECTEN

Het winkelaanbod van Hurdegaryp is niet groot, maar biedt alles wat een bezoeker dagelijks nodig heeft. Dan gaat het onder meer om de supermarkt, een bakker, een slager, een bloemenwinkel, een drogist en een viswinkel. Aanvullend zijn verder nog Primera, Pets&co en Jansma woninginrichting aanwezig.

Door de centrale ligging in de plaats is het winkelgebied voor de eigen inwoners uitstekend bereikbaar. De bereikbaarheid van de plaats Hurdegaryp is de afgelopen jaren door de omlegging van de N355 en de Centrale As wel veranderd; er komen minder passanten door Hurdegaryp. Maar omdat de functie van de winkels vooral lokaal verzorgend en doelgericht bezocht wordt heeft dit geen grote nadelige consequenties. De zichtlijnen en looproutes in het winkelcentrum zijn heel duidelijk; alle winkels liggen rondom het plein, en zijn goed zichtbaar. De compactheid van het winkelcentrum zelf is dan ook uitstekend. Voor de plaats als totaal is de concentratie niet optimaal. Ook elders in de plaats zijn nog winkels aanwezig, waaronder de (kleine) Poiesz aan de Rijksstraatweg, en er is ook nog een verouderde winkelstrip. Verder gaat het om grootschalige winkels, die in de meeste gevallen al jaren op deze plek zitten. De sfeer in een boodschappencentrum als Hurdegaryp is minder belangrijk dan in een shoppingcentrum als Burgum. Toch doen inwoners ook liever boodschappen in een gezellig centrum; en dat is in het geval van Hurdegaryp redelijk goed voor elkaar. Het winkelcentrum straalt eenheid uit, de parkeervakken zijn duidelijk gemarkeerd en het oogt groen. Bovendien is er sprake van horeca, die de detailhandel ook ondersteunt. Bij de viswinkel kan men zitten, maar er is ook een lunchroom aanwezig. Verder zijn er bovendien in en bij het winkelcentrum andere voorzieningen aanwezig; zo is er de bibliotheek, een makelaar en een kapsalon, en een school voor voortgezet onderwijs ligt vooralsnog naast het centrum.

Bij het winkelcentrum van Hurdegaryp kan de bezoeker gratis parkeren. Hiervoor zijn voldoende parkeerplaatsen aanwezig, hoewel het dichtbij AH snel druk is. In principe kan men de auto voor elke winkel parkeren. Fietsenklemmen zijn op verschillende plekken aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente visie voor de detailhandel van Hurdegaryp of de gemeente is gedateerd. Wel is sprake van een consequent doorgevoerd gemeentelijk beleid, dat vastgelegd is in structuurplannen. De inventarisatie die in 2016 is uitgevoerd voor geheel Noordoost-Friesland kan hierin als ondersteuning gezien worden. Het beleid van de gemeente is gericht op het concentreren van het aanbod in de bestaande kernen met winkelgebieden, met name Burgum, Hurdegaryp en Gytsjerk.

Dit is tevens in de structuurvisie 2010 – 2020 (Finster op Romte) aangegeven. Regionale afstemming vindt plaats met de overige gemeenten in Noordoost-Friesland. In Hurdegaryp is geen sprake van parkeermonitoring, maar dit is niet direct noodzakelijk. Het parkeren geeft geen problemen.

In Hurdegaryp is geen ondernemersvereniging actief; wel zijn de ondernemers georganiseerd en is er een centraal aanspreekpunt. Er is geen centrummanager in het winkelcentrum aanwezig in Hurdegaryp, en evenmin zijn er specifieke regelingen voor de detailhandel binnen de gemeente.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Hurdegaryp komt naar voren dat er geen gezamenlijke website aanwezig is. Google vindt verzamelsites zoals 123Shoppin.in, Openingstijden.nl en Telefoonboek.nl. Het winkelaanbod wordt op deze sites redelijk volledig in kaart gebracht. De vermeldingen zijn erg beknopt en er wordt geen aantrekkelijk sfeerbeeld gegeven. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Hurdegaryp komt men bij Google eveneens bij verzamelsites uit. TripAdvisor verwijst vooral naar bezienswaardigheden in Leeuwarden, Dagjeweg.nl toont recreatiemogelijkheden in heel Friesland. De bezoeker ontdekt derhalve niets over Hurdegaryp.

De ondernemers in Hurdegaryp hebben geen gezamenlijke Facebookpagina of een gezamenlijk Instagramaccount. De meeste winkels zijn wel actief op Facebook, maar niet op Instagram. Er werd geen lokale activiteit van winkels waargenomen.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Hurdegaryp weergegeven.

### STERKTES

Totaalaanbod dagelijkse voorzieningen in winkelcentrum

Geen leegstand

Parkeren

### ZWAKTES

Nog veel aanbod buiten winkelcentrum

### KANSEN

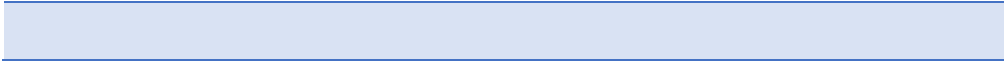
Vindbaarheid online

Nabijheid Leeuwarden

### BEDREIGINGEN

Vergrijzing

Groei online winkelen



Hurdegaryp heeft in het winkelcentrum aan de Fuormanderij een aantrekkelijke combinatie van winkels en overige voorzieningen. Het aanbod voldoet goed aan de dagelijkse behoeften van de inwoners van Hurdegaryp. Bovendien is het parkeren hier ook goed voor elkaar. Er is geen sprake van leegstand. Vanuit het verleden en vanwege het type winkel (het betreft vooral grotere zaken) liggen nog relatief veel winkels buiten dit winkelcentrum. Hierdoor bevindt het totale aanbod zich behoorlijk verspreid over de plaats. Ondanks de lokale verzorgingsfunctie, met veel 'bekende' bezoekers uit de plaats zelf, is het zeker ook belangrijk om online vindbaar en zichtbaar te zijn. Dat is op dit moment helaas niet het geval. Hier liggen kansen voor de toekomst. Een andere kans is mogelijk gelegen in de nabijheid van Leeuwarden; Hurdegaryp is een echte forensenplaats, met de nodige vraag naar (nieuwbouw)woningen. Een bedreiging voor Hurdegaryp op dit moment is nog wel de vergrijzing; met de nodige nieuwbouw zal hier wellicht een kentering kunnen optreden. Verder neemt het online winkelen nog altijd toe. Dit gaat deels ten koste van de fysieke winkels.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen en de demografische ontwikkelingen, aan te bevelen. Weliswaar is sprake van een consequent beleid in de gemeente op het gebied van detailhandel, maar ook juridisch gezien is een actuele visie gewenst.
- De mate van concentratie van winkels in het winkelcentrum ligt relatief laag in Hurdegaryp. Het is aan te bevelen om het aanbod zo geconcentreerd mogelijk te houden. Alleen op die manier kunnen winkels optimaal van elkaar profiteren. Niet alle winkels lenen zich voor vestiging in een winkelcentrum, maar diverse wel. Nieuwe ontwikkelingen buiten het winkelcentrum of vervanging is niet aan te bevelen; het accent dient op het winkelcentrum te liggen.
- Online is de zichtbaarheid van de winkels aan de Fuormanderij uiterst beperkt. Google weet enkele winkels wel te vinden, maar een volledig overzicht ontbreekt. Zowel een website als social media zijn niet meer weg te denken bij het keuzeprocess van bezoekers van een winkelgebied. Het is belangrijk om ook online zichtbaar te zijn; het advies is dan ook om dit te gaan ontwikkelen, zowel voor het informeren van bestaande klanten als voor het voorkomen dat potentiële bezoekers een andere kant worden opgestuurd. Wel is het zaak om dit alleen te doen wanneer de actualiteit van de informatie geborgd is.

HURDEGARYP							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	24	11	46%				
m2 wvo winkels	8.355	1.888	23%				
Aantal inwoners	4.811	stijgend/ <b>gelijk</b> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	25,3%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,0%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				bibliotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	2		1				
Fullservice/discount	2/0		AH				
% dagelijks aanbod	22%						
Trekkers niet-dagelijks	DA, Primera						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2016 Inventarisatie				
regionale afstemming?	v						
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v	wel georganiseerd				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Geen gezamenlijke site, wel redelijk beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 1/5	Geen aanbod vindbaar					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.863	0	196	6.296	0	0	8.355
vkp	9	0	2	13	0	0	24
per 1.000 inwoners	389	0	41	1.316	0	0	1.746
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# LEEWARDEN – BINNENSTAD

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

De binnenstad van Leeuwarden is een historische binnenstad, met alle elementen die een binnenstad aantrekkelijk maken, zoals horeca en historie. De binnenstad ligt centraal in deze studentenstad, omringd door een gracht. Leeuwarden is de afgelopen jaren door nieuwbouw en door gemeentelijke herindelingen gegroeid in inwonertal. Inmiddels telt de stad zelf (zonder buitengebied) bijna 100.000 inwoners, de hele gemeente ruim 123.000. Het percentage 65+'-ers in Leeuwarden (18,0) ligt iets onder het gemiddelde van Nederland (18.8%) en het Fries gemiddelde (20,8%). Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) ligt enkele procentpunten boven het gemiddelde. De aanwezigheid van studenten is duidelijk terug te zien in deze cijfers.

Het winkelgebied in de binnenstad wordt gevormd door verschillende grotere straten/ gebieden en enkele kleinere straten. De Wirdumerdijk, de Nieuwestad (het oostelijke deel) en het Ruiterskwartier/Zaailand vormen de echte kern van het winkelgebied, en hebben veel landelijke ketens. Zo zijn hier Sting, G-Star, Zara en H&M te vinden. Rondom deze straten liggen in een grote cirkel diverse andere knusse straten en aanloopstraten met meer of minder winkels per straat. Hier zijn vooral speciaalzaken, de kleinere boetiekjes en winkels met een eigen gezicht gevestigd. Deze zijn onder meer te vinden in de Kleine Kerkstraat, de Sint Jacobsstraat en de Peperstraat/Oosterstraat. De mix van grote en speciale winkels maakt de binnenstad van Leeuwarden aantrekkelijk. Wel is er sprake van verschuivingen in de binnenstad, mede door de aanleg van het Zaailandwinkelgebied met parkeergarage. Oorspronkelijk drukke aanloopgebieden als de Voorstreek en de Kelders vertonen veel leegstand, en veel niet-winkelfuncties. Ook het westelijke deel van de Nieuwestad blijft moeizaam opereren; echte trekkers ontbreken hier. De grote locatie van de voormalige V&D is ingevuld met een vestiging van Zara. In totaal zijn er 780 winkelpanden in de stad aanwezig, waarvan 387 in de binnenstad. Het gaat dan om een totaal van ruim 71.400 m<sup>2</sup> wvo. Het grootste aanbod in de binnenstad is aanwezig in de groep Mode & Luxe;

dit onderstreept duidelijk het recreatieve aspect van de binnenstad. De binnenstad van Leeuwarden heeft een regionale verzorgingsfunctie voor een flink deel van Friesland. Uit het in 2017 uitgevoerde koopstromenonderzoek bleek dat 42% van alle bestedingen in de niet-dagelijkse sector van buiten de stad Leeuwarden afkomstig was. De belangrijkste 'concurrent' voor Leeuwarden op winkelgebied is de stad Groningen.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt in de hele stad Leeuwarden 6,9%, en gemeten naar m<sup>2</sup> wvo 5,9%. Deze percentages zijn vergelijkbaar met die van heel Friesland en iets lager dan het Nederlands gemiddelde. In de binnenstad van Leeuwarden ligt het leegstandspercentage echter op 10,0%; van deze leegstand staat een aanzienlijk deel (ca. 40%) structureel (langer dan 3 jaar) leeg. Deze leegstand is in bepaalde delen van de binnenstad ook duidelijk waarneembaar, zoals aan de Voorstreek, de Kelders en in winkelcentrum Zaailand.

## GEBIEDSASPECTEN

In de binnenstad is een grote variatie aan winkels te vinden, met veel ketenbedrijven, maar ook diverse zelfstandige ondernemers. Een Bijenkorf of Primark is evenwel niet aanwezig in de binnenstad. Elders in Friesland zijn deze formules evenmin te vinden. Alle andere bekende namen zijn wel vertegenwoordigd. In de dagelijkse sector is het aanbod beperkt, maar wel aanwezig; op de route naar het station zit een vestiging van AH, terwijl aan de Wirdumerdijk een Spar City is gekomen. Elders is nog een Ekoplaza gevestigd. Inwoners van de binnenstad hebben derhalve wel keus, naast alle speciaalzaken die volop aanwezig zijn. Aan de rand van de binnenstad op de kop van de Voorstreek – nog net binnen de gracht – is een grote Jumbosupermarkt aanwezig.

De binnenstad van Leeuwarden is zowel met de auto als met het openbaar vervoer goed te bereiken. De route staat duidelijk aangegeven, en ook de parkeerlocaties worden vermeld. Overal in de binnenstad zijn verwijsborden aanwezig. Het hoofdwinkelgebied is hoofdzakelijk voetgangersgebied. De looproutes zijn redelijk te overzien; er zijn voldoende dwaalmilieus, maar ook de ketens zijn snel te vinden. De bezoeker wordt automatisch van het ene punt naar het andere getrokken. De doorsteek langs de voormalige V&D is een belangrijke doorgang van het Ruiterskwartier naar de Nieuwestad; deze is fraai vormgegeven. De compactheid van het centrum is evenwel matig; het gebied is erg uitgewaaierd, terwijl veel niet-winkelfuncties aanwezig zijn in diverse straten. Al lopende kom je nu ook in veel straten waar weinig meer te shoppen en te beleven valt; een sterkere concentratie maakt het winkelen leuker voor de bezoeker. De inrichting van de openbare ruimte is keurig verzorgd, maar niet per definitie overal sfeervol. Vooral het westelijke deel van de Nieuwestad is erg groot, kaal en steriel; de noordzijde met veel horeca heeft wel de juiste sfeer en gezelligheid. Ook het begin van het Ruiterskwartier is erg stenig, met achterkanten van winkels. De combinatie van winkelcentrum Zaailand en de nieuwbouw op het Ruiterskwartier heeft momenteel, door veel leegstand, slechts een beperkte commerciële kracht. Horeca is in alle soorten en maten aanwezig in deze studentenstad. Ook andere voorzieningen zijn volop aanwezig, zoals musea, de bibliotheek, het gemeentehuis en het provinciehuis. Het feit dat Leeuwarden in 2018 culturele hoofdstad van Europa was heeft de stad veel extra bekendheid opgeleverd, waarbij



een aantal punten extra onder de aandacht zijn gebracht. De sfeer en gezelligheid is van nature altijd wel te vinden in de binnenstad, maar is niet overal even sterk aanwezig.

Parkeren in de binnenstad is mogelijk in enkele parkeergarages. Deze hebben een grote capaciteit, die duidelijk vermeld staat. Zowel in de binnenstad als direct aan de rand zijn garages gelegen; daarnaast is het mogelijk om op een P+R-locatie aan de rand van de binnenstad te parkeren. In de binnenstad zelf is het ook mogelijk om langs de straat te parkeren, zoals langs de Kades of aan de Nieuweburen. Het betreft overal betaald parkeren; hoe dichterbij het centrum hoe duurder. De parkeergarages zijn modern en ruim; ook de overige parkeerlocaties zijn kwalitatief in orde. Voor de fietsen zijn volop klemmen in de binnenstad aanwezig. Ook zijn er bewaakte fietsenstallingen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Hierin wordt onder meer gepleit voor een compacter centrumgebied, waar een verruiming van functies/bestemmingen van winkelpanden in diverse straten ondersteund wordt. Momenteel (2019) wordt gewerkt aan de herziening. Regionale afstemming over het beleid van Leeuwarden met andere gemeenten vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In de binnenstad is sprake van parkeermonitoring; de situatie wordt op regelmatige basis in de gaten gehouden. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn niet aanwezig in Leeuwarden. Wel doet de stad momenteel veel aan het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO). Hiervoor is een extra beveiligingsbeambte aangesteld.

In de binnenstad is een uitermate actieve en betrokken ondernemersvereniging/ Stichting aanwezig. Dit is de Stichting Binnenstadsmanagement Leeuwarden als koepel voor de verschillende verenigingen in de binnenstad. Ook Koninklijke Horeca Nederland is hierin vertegenwoordigd. De stichting neemt ook deel aan het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. In de binnenstad zijn deze gelden met name besteed aan het KVO, sfeerverlichting, Sinterklaasactiviteiten, Mooie zondagen, diverse evenementen, en aan de inzet van een binnenstadsmanager. De binnenstadsmanager is aanspreekpunt voor de stichting, maar ook voor individuele ondernemers; hij weet wat er speelt in de binnenstad. De gemeente heeft in 2019 samen met de stichting Binnenstadsmanagement een Economische Binnenstadsagenda afgesproken. Ook hebben zij samen Stad&Co ingehuurd om het centrummanagement verder te professionaliseren.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn in de binnenstad van Leeuwarden, dan komen diverse relevante websites naar boven: LeukeTip.nl, WelkominLeeuwarden.nl, AGuideToLeeuwarden.nl. Gezamenlijk geven deze websites een volledig en aantrekkelijk beeld van winkelen in de binnenstad. Minder goed vindbaar is de website

VisitLeeuwarden.com, waarop diverse winkelgebieden worden beschreven. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Leeuwarden komt men terecht bij TripAdvisor en Dagjeweg.nl; deze geven een volledig aanbod aan attracties en bezienswaardigheden. Diverse blogs benoemen specifieke recreatiemogelijkheden. De activiteitenkalender op VisitLeeuwarden.com is aantrekkelijk vormgegeven, maar wordt ook nu slecht gevonden op Google.

De gezamenlijke Facebookpagina van Visit Leeuwarden toont mooie beelden van de stad en brengt culturele evenementen in beeld. Het Instagram-account @leeuwardenstad toont door andere Instagram-gebruikers geschoten foto's van Leeuwarden.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de binnenstad van Leeuwarden weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Groot en gevarieerd aanbod	Leegstand
Goede parkeervoorzieningen	Uitstraling sommige delen binnenstad
Historie/cultuur	Verrommeling aan uiteinden
Studentenstad	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Optimaliseren website en social media	Te veel lege panden tussen winkelpanden
Compacter winkelgebied	
Wonen boven winkels	

De binnenstad van Leeuwarden is een aantrekkelijk winkel- en verblijfsgebied. Het is een historische binnenstad met veel cultuur. Ook het water rond en in de binnenstad geeft de stad een extra kwaliteit. Het winkelaanbod is groot en gevarieerd en ligt in een voetgangersgebied. Ook het parkeren is goed geregeld. De bezoeker kan tot in het hart van de winkels komen met de auto. De stad telt veel studenten; mede hierdoor is het horeca-aanbod goed op peil. Ook hier is van alles te vinden. Dit zijn allemaal belangrijke ingrediënten voor een aantrekkelijke binnenstad.

Het centrumgebied is fors qua afmetingen; het winkelhart verandert niet zo sterk, maar de straten rondom veranderen wel. In een aantal van deze straten is de leegstand aanzienlijk, en blijft de kwaliteit van de panden duidelijk achter gelet op het onderhoud. Verrommeling dreigt hier te ontstaan. Een gebied met een mix van functies kan een aantrekkelijke omgeving zijn als aanloopstraat of 'broeiness' van nieuwe concepten, maar wanneer er te weinig winkels zijn nodigt

dit niet meer uit. Ook in het hart van het winkelgebied is leegstand aanwezig. Zo is dat het geval aan de Wirdumerdijk en in winkelcentrum Zaailand. Aan de Wirdumerdijk is dit nog niet storend, maar in het Zaailand wel degelijk.

Leeuwarden heeft een fraaie website in de vorm van VisitLeeuwarden; deze is helaas slecht te vinden door Google, en dus ook door bezoekers. De vindbaarheid kan verbeterd worden door bijvoorbeeld concrete winkelinformatie toe te voegen. Ook is het mogelijk om op social media de winkels en ondernemers meer te laten zien. Gezien het voorgaande is het een kans om het centrum compacter te gaan vormgeven, waarbij in bepaalde straten of straatdelen detailhandel wordt afgebouwd. Het winkelaanbod in de binnenstad is de afgelopen jaren marginaal afgenomen; veel ketens zijn failliet gegaan. De verwachting is dat mede door het online shoppen de komende jaren geen extra winkelmeters meer nodig zijn. Vernieuwing zal wel nodig blijven, maar dan vooral op plekken waar al volop winkels aanwezig zijn. Daar kunnen ze elkaar het beste versterken.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toevoeging van o.a. de kern Stiens en de stadionplannen, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Ondanks al het fraais in de Leeuwarder binnenstad is ook sprake van veel leegstand in de binnenstad, waaronder veel structurele leegstand. Het oplossen van de structurele leegstand zal immer een prioriteit moeten zijn. In bepaalde delen is de leegstand storend aanwezig in het winkelbeeld. Sanering van winkelmeters, mogelijk met een strategisch saneringsfonds, is wenselijk.
- Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact(er) centrum nodig. Het winkelgebied is behoorlijk uitgewaaierd over een groot gebied, waarbij de afgelopen jaren verschuivingen zijn ontstaan. Naast dwaalmilieus in knusse straatjes en het echte A1-gebied is in beperkte mate nog aanloopgebied nodig. Aan de Voorstreek en de Kelders is (actieve) functiewijziging wellicht een optie.
- Een andere locatie met veel leegstand – in het A1-gebied - is winkelcentrum Zaailand. Over de toekomstige functionele invulling van dit winkelcentrum zal goed en creatief nagedacht moeten worden. Op een dergelijke locatie is leegstand heel storend.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het onderhoudsniveau van veel panden is momenteel niet op peil. Mogelijk kan een stimuleringsregeling voor de aanpak van gevels/puien hier een echte zet in de rug geven. Hierbij zou het ook mogelijk kunnen worden om woningen boven winkels te realiseren.

- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden door meer concrete winkelinformatie toe te voegen aan de website [VisitLeeuwarden.com](http://VisitLeeuwarden.com). Ook in de social media accounts kan meer over winkels of ondernemers toegevoegd worden.

LEEUWARDEN - BINNENSTAD							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	780	387	50%				
m2 wvo winkels	265.955	71.422	27%				
Aantal inwoners	98.493	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	18,0%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	30,2%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving		v	v				
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				musea, historie, water			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	2		2				
Fullservice/discount	2/0	Spar en AH, Jumbo rand					
% dagelijks aanbod	16%						
Trekkers niet-dagelijks	Sting, G-Star, Zara, H&M						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v	v			
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>% leeg centrum</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>
m2 wvo	22.922	10.558	46%	5,9	10,4	6,8	6,3
# vkp	106	70	66%	6,9	10,0	6,6	5,6
aandeel kernwinkelgebied	<b>fRICTIE</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	33%	27%	40%				
m2 wvo	33%	24%	43%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014, herziening 2019				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?	v						
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		diverse, via Stichting				
aanwezigheid centrummanager of id.	v						
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	Diverse websites, winkelgebieden minder					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Volledig aanbod te vinden					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Ja						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	42.100	49.337	15.490	119.760	16.346	22.922	265.955
vkp	163	207	60	184	60	106	780
per 1.000 inwoners	458	536	168	1.302	178	249	2.891
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
<b>050000 &lt;= Inwklasse &lt;100000</b>	<b>405</b>	<b>424</b>	<b>112</b>	<b>931</b>	<b>91</b>	<b>268</b>	<b>2.232</b>
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# LEEWARDEN – BILGAARD

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Winkelcentrum Bilgaard ligt in het noorden van Leeuwarden. Het betreft een wijk met ruim 6.800 inwoners, samen met Havankpark. In de wijk is sprake van veel herstructurering. Het inwonertal is nu min of meer stabiel. De wijk kenmerkt zich door een gemengde samenstelling van de bevolking, met een relatief laag inkomensniveau. Het percentage 65+'ers in de wijk Bilgaard (24,2) ligt ruim boven het gemiddelde van de stad (18,0%) en het Nederlands gemiddelde (18,8%). Er is duidelijk sprake van vergrijzing. Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) wijkt nauwelijks af. De wijk wordt duidelijk begrensd door de noordelijke ringweg van Leeuwarden aan de zuidzijde, de Dokkumer Ee aan de oostzijde en de N357 en de vliegbasis aan de westzijde.

Het winkelcentrum is enige jaren geleden getroffen door brand, waarna het opnieuw is opgebouwd. Het centrum is dan ook nieuw en modern. In totaal zijn er 33 winkelpanden aanwezig in het winkelcentrum, met in totaal ruim 8.000 m<sup>2</sup> vvo. Aan de uiteinden van het centrum zijn de twee supermarkten gelegen, een AH en een Aldi. Het grootste aanbod is te vinden in de dagelijkse sector en in de branche Mode & Luxe. Maar ook de overige groepen, te weten Vrije Tijd, In/Om Huis en Overige Detailhandel, zijn vertegenwoordigd. Als belangrijkste trekkers zijn naast de supermarkten een HEMA, een Action en een Zeeman aanwezig. Er is dan ook sprake van een redelijk compleet aanbod. Het is een duidelijk wijkverzorgend centrum.

Het centrum kent een binnen- en een buitenzijde (aan de zuidkant). Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 22%! Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage ruim 15%. Deze leegstand is vrijwel uitsluitend aan de binnenzijde te vinden. Het gaat vooral om structurele leegstand (langer dan 3 jaar leeg).

## GEBIEDSASPECTEN

In het winkelcentrum is een behoorlijke variatie aan winkels te vinden, met relatief veel ketenbedrijven. Dit zijn meteen de belangrijkste trekkers. Doordat bijvoorbeeld Action en Kruidvat uitsluitend een entree aan de binnenzijde van het winkelcentrum hebben is de relatie met de buitenkant onvoldoende. De bezoeker gaat in en uit, en loopt niet of nauwelijks door de passage heen. Bovendien zit aan de binnenzijde een restaurant dat alleen 's avonds geopend is. Verder is er sprake van dienstverlening, hier zijn de bezoekersstromen ook minder groot. Hoewel het centrum als zodanig goed functioneert en in een behoefte voorziet, functioneert de passage onvoldoende. Aan de buitenzijde is ter ondersteuning ook daghoreca aanwezig, waarvan volop gebruik gemaakt wordt.

Het winkelcentrum is prima bereikbaar vanuit alle delen van de wijk, maar ook vanaf de entree van de wijk. De Brandemeer is de belangrijkste weg in de wijk. Aan de achterzijde van het winkelcentrum bevinden zich bushaltes. De zichtlijnen en looproutes zijn op zich wel duidelijk, maar ze functioneren met name aan de binnenzijde niet. De compactheid is prima; alle winkels zitten op korte afstand van elkaar. Ook de inrichting van de openbare ruimte is bij de nieuwbouw volledig opnieuw ingericht en is goed verzorgd. Het aantal fietsenstallingen is voldoende op peil, hoewel er geen oplaadpunt is voor elektrische fietsen. Voorzieningen als een gezondheidscentrum zijn niet aanwezig in of bij het centrum, wel zijn er een bibliotheek en een tandheelkundig centrum te vinden. De apotheek zit verderop in de wijk.

De parkeergelegenheid bestaat uit een tweetal terreinen op de kopse kanten en uit de nodige parkeerplaatsen langs de Brandemeer. Er is sprake van gratis parkeren. Kwantitatief lijkt het aantal plaatsen voldoende te zijn. Toch oogt het rommelig; met name bij de Aldi is het aantal plaatsen aan de krappe kant, waardoor auto's snel vastlopen.

Al met al is winkelcentrum Bilgaard een functioneel wijkcentrum, dat goed functioneert, maar met de nodige leegstandsproblemen binnenin de passage.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In de wijk Bilgaard is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor het winkelcentrum Bilgaard.

In Bilgaard is een ondernemersvereniging aanwezig, de Winkeliersvereniging Bilgaard. Deze is wel actief, maar zou meer kunnen ondernemen. De vereniging neemt deel aan het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. In Bilgaard zijn de gelden vooral besteed aan sfeerverlichting en het magazine Bilgaard Boulevard. Voor het centrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er te doen is in winkelcentrum Bilgaard komt de eigen website duidelijk als eerste in beeld. Alle winkels staan met logo in een duidelijk overzicht weergegeven. De logo's verwijzen naar de websites van de winkels, maar er zijn geen foto's te zien. Evenmin is sprake van aanvullende teksten of worden de openingstijden vermeld. De activiteitenkalender op de eigen website staat bovenaan. De activiteiten worden aantrekkelijk gepresenteerd, maar ook hier ontbreken tijden.

Een Facebookpagina is aanwezig, maar het totale aanbod van winkels komt niet goed in beeld. Er wordt op onregelmatige momenten een aanbieding van een winkel gedeeld. Enkele actieve winkels beschikken over een Instagramaccount, maar een gezamenlijk account ontbreekt.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor winkelcentrum Bilgaard weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Goede trekkers dagelijks en niet-dagelijks	Veel leegstand
Supermarkten van juiste oppervlakte	Relatief weinig parkeerplaatsen bij Aldi
Goed bereikbaar	Passage functioneert matig
Daghoreca en terrassen aanwezig	
KANSEN	BEDREIGINGEN
HEMA beter zichtbaar maken	Leegstand binnenzijde
Instagram en Facebook benutten	

Wijkcentrum Bilgaard kent een goed aanbod, met in principe goede trekkers, zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. De supermarkten zijn van voldoende omvang om de functie naar behoren te kunnen vervullen, hoewel supermarkten naar moderne maatstaven vaak alweer een stuk groter zijn. Het is jammer dat de HEMA aan de buitenzijde niet zichtbaar is. De passage is het zwakke gedeelte van het centrum; deze functioneert onvoldoende, en juist hier is de HEMA gevestigd. In de passage is sprake van forse leegstand, wat ook niet meer uitnodigend werkt om erdoorheen te lopen. Deze leegstand vormt dan ook de belangrijkste bedreiging voor het centrum en de daar aanwezige ondernemers.



Op het gebied van social media liggen er nog diverse kansen. Bij het googelen van de mogelijkheden in het winkelcentrum worden goede resultaten behaald en krijgt de bezoeker goed inzicht in het aanbod aan winkels. Versterkingen zijn mogelijk op het gebied van Instagram en Facebook, hoewel enkele winkeliers goede voorbeelden laten zien.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen en de toevoeging van o.a. de kern Stiens, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Het oplossen van de structurele leegstand dient prioriteit te krijgen. Slechts een rigoureuze aanpak van het passagegedeelte kan zorgen voor een verbetering van de situatie. De passage functioneert om verschillende redenen niet; het alleen zorgen voor vulling lost het probleem slechts ten dele en tijdelijk op. De eigenaar zal samen met gemeente en huurders op een nieuwe indeling en opzet moeten studeren.
- Naast de supermarkten zijn Action en de Hema de belangrijkste trekkers voor het winkelcentrum; zij hebben beide hun entree in de passage. Ze hebben daardoor weinig exposure naar buiten toe. Hierin kan wellicht verandering gebracht worden bij een grootschalige aanpak.
- De passage oogt kil, donker en ongezellig. Zolang geen definitieve oplossing aanwezig is, zou de inrichting van de ruimte verbeterd dienen te worden.
- De eigen website komt goed naar voren bij Google. De informatie over de winkels zelf kan op de website verder versterkt worden. Social media kunnen uitgebreid worden naar Instagram. Middels een regelmatig schema kan men alle winkels aan bod laten komen. Dit verhoogt de attentiewaarde aanzienlijk.

LEEWARDEN - BILGAARD							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	33	33	100%				
m2 wvo winkels	8.019	8.019	100%				
Aantal inwoners	6.819	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend			NL	FR	Leeuwarden
Percentage 65+	24,2%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	29,2%			28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v		v	verschil binnen- en buitenkant			
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten		v		Bibliotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v	ongelijk verdeeld			
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	v		2				
Fullservice/discount	1/1						
% dagelijks aanbod	33%						
Trekkers	Action, HEMA, Zeeman						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	1.858	1.858	100%	15,3	6,8	6,3	
# vkp	9	9	100%	22,0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	0%	11%	89%				
m2 wvo	0%	5%	95%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		WV Bilgaard				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	score 4/5	eigen website bovenaan					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	score 4/5	activiteitenkalender bovenaan					
Facebookpagina aanwezig?	ja						
Instagram aanwezig?	nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	2.608	2.784	98	499	172	1.858	8.019
vkp	9	9	1	3	2	9	33
per 1.000 inwoners	382	408	14	73	25	272	1.176
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
<b>005000 &lt;= Inwklasse &lt;007500</b>	<b>419</b>	<b>262</b>	<b>53</b>	<b>801</b>	<b>73</b>	<b>159</b>	<b>1.766</b>
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# LEEWARDEN – CAMBUURPLEIN

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het winkelcentrum aan het Cambuurplein ligt ten oosten van de binnenstad van Leeuwarden, bij het stadion van Sportclub Cambuur. Het winkelgebied ligt centraal in het gebied dat nu Oud Oost heet. Het omvat diverse buurten, waar verder weinig winkelveorzieningen aanwezig zijn. Dan gaat het onder meer om de buurten Cambuur, Zamenhofpad, Cambuursterpad en de Zeeheldenbuurt, maar ook de noordelijker gelegen Oldegalileën en Bloemenbuurt, en aan de zuidkant de buurten Welgelegen, Molenpad en Indische buurt. Het betreft een wijk met meer dan 12.300 inwoners. Bovendien liggen oostelijk van de Archipelweg (de binnenrondweg) nog twee buurten met weinig voorzieningen; hier wonen bijna 3.700 mensen. Ook al bestaat de wijk uit verschillende buurten, hij is toch duidelijk begrensd. Aan de westzijde ligt de binnenstad, aan de noordzijde de ringweg, aan de zuidzijde het Kanaal, en aan de oostzijde eveneens de ring. De wijk – genaamd Oud Oost – heeft een inwonertal van ruim 12.300. Dit aantal was dalende, maar het afgelopen jaar is weer sprake geweest van een lichte stijging, o.a. door renovatie in de wijk. Het gemiddelde inkomensniveau van de wijk laat een gemêleerd beeld zien, maar het ligt zo'n 10% onder het gemiddelde van de stad Leeuwarden. Het percentage 65+'ers in de wijk Oud Oost (14,0) is laag, onder het gemiddelde van de stad (18,0%) en het Nederlands gemiddelde (18,8%). Dit geldt voor alle buurten in de wijk Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) ligt met 32,3% juist boven het Nederlands en Fries gemiddelde.

Het winkelcentrum is na Bilgaard en de Schrans een van de grotere winkelgebieden van Leeuwarden. Het ligt centraal in de wijk, met verschillende trekkers. Op dit moment zijn er 3 supermarkten aanwezig (Jumbo, Aldi en Lidl), maar bijvoorbeeld ook Action als trekker. In totaal zijn er 18 winkelpanden in het winkelgebied, met een oppervlakte van ruim 6.100 m<sup>2</sup> wvo. Het accent ligt op het dagelijkse aanbod en frequent benodigd niet-dagelijks. Er is sprake van dat Aldi zal gaan vertrekken van hier naar winkelgebied de Centrale. Bij het winkelcentrum gaat de komende jaren wellicht veel veranderen. Er bestaan vergevorderde plannen voor verplaatsing van

het stadion naar de westzijde van Leeuwarden. De ruimte die het stadion achterlaat zal dan anders bestemd gaan worden; hierover is nog geen duidelijkheid, maar woningbouw is één van de opties. In dat geval zal uiteraard het draagvlak toenemen. Ook wordt het dan mogelijk om het winkelgebied zelf fors aan te pakken. In het winkelcentrum staat geen enkel pand leeg op het moment van meten (later stond 1 pandje alsnog te huur).

Het winkelcentrum aan het Cambuurplein heeft een wijkverzorgende functie; deze wijk is qua omvang groot.

## GEBIEDSASPECTEN

Het winkelgebied aan het Cambuurplein kent een redelijke tot goede variatie aan winkels; op het gebied van supermarkten is zowel een fullservice supermarkt aanwezig als twee discounters. Verder zijn er drogisterijen (Trekpleister en Etos) aanwezig, een slager en een viszaak. Aanvullend is Action een grote trekker; deze winkel weet klanten van ver aan zich te binden. Het is een van de vier vestigingen in Leeuwarden. Verder zijn onder meer vestigingen van Zeeman, Primera en Multivlaai hier gevestigd. Het zijn vooral ketenbedrijven in dit winkelgebied.

Het winkelcentrum is prima bereikbaar vanuit alle delen van de wijk, en ook van buiten de wijk. Mede door de aanwezigheid van het stadion is de bewegwijzering goed. Wat zichtbaarheid betreft kunnen we stellen dat deze prima is. Over de volle breedte van het stadion zijn aan beide zijden van het parkeerterrein de winkels gegroepeerd, waardoor ze van alle kanten te zien zijn. Alleen komend uit oostelijke richting ligt het stadion ervoor. Etos en een kapper liggen om de hoek aan de Insulindestraat; deze zijn niet direct te zien. Dat geldt ook voor de winkels en horeca aan de Coopmansstraat, zoals Pets Place. Ook de looproutes in het winkelgebied zijn duidelijk, en de compactheid is uitstekend. Naast het stadion zijn ook enkele andere voorzieningen bij het centrum aanwezig, zoals een huisartsenpraktijk en een wijkkantoor. Ter ondersteuning van de detailhandel is enige horeca aanwezig aan het plein, zoals Multivlaai, en aan de Coopmansstraat nog enkele. De inrichting van de openbare ruimte bepaalt voor een belangrijk deel de sfeer en gezelligheid; de inrichting van het Cambuurplein is sterk gedateerd, en sfeerelementen ontbreken volledig. Wellicht verwacht men dit ook niet bij een stadion, maar het doet niet gezellig aan. Het zijn de winkels met parkeerplaatsen, en meer niet. Puur functioneel, maar wel verouderd.

De parkeergelegenheid ligt over de volle breedte van het stadion tussen de winkels aan beide zijden. In principe kan een bezoeker altijd voor de deur de auto parkeren. De grote trekkers zitten verspreid over het winkelgebied, zodat niet op een plek een sterke concentratie van geparkeerde auto's ontstaat. Evenals de rest van de inrichting oogt ook het parkeerterrein gedateerd, maar het functioneert wel goed. In principe zijn er voldoende (gratis) parkeerplaatsen, maar op de piekmomenten is het wel erg druk en ontstaat 'zoekverkeer'. De parkeerplaatsen zelf zijn ruim genoeg, en er is ruimte om eenvoudig te kunnen in- en uitrijden. De routing op het parkeerterrein is duidelijk. Fietsenklemmen zijn volop aanwezig bij de winkels.

Op het plein worden ook evenementen georganiseerd; jaarlijks wordt onder meer de traditionele Lunato-kermis gehouden. Vanwege het bezetten van de parkeergelegenheid is de middenstand hier niet blij mee, en zoekt in overleg met de gemeente naar alternatieven.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. Op het Cambuurplein is geen sprake van parkeermonitoring, hoewel de parkeersituatie vanwege het stadion wel goed in de gaten wordt gehouden. Evenmin is sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor Leeuwarden of specifiek het winkelgebied Cambuurplein.

In Cambuurplein is een ondernemersvereniging aanwezig, de Ondernemersvereniging (OV) Tjerk Hiddes & Cambuurplein. Deze vereniging is niet erg actief. De vereniging neemt uiteraard wel deel aan het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. De vereniging heeft dit de afgelopen tijd met name besteed aan sfeerverlichting en een braderie voor het winkelgebied. Voor het winkelcentrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn in de wijk ontdekt deze geen gezamenlijke website. Op websites van derden wordt geen volledig overzicht van het winkelaanbod gegeven. Google vindt wel individuele winkels, zoals Zeeman, Trekpleister en Lidl. Om te achterhalen wat er te doen is in het winkelgebied aan het Cambuurplein komt men evenmin erg ver; er kan geen activiteitenkalender worden gevonden, die gericht is op het eigen winkelgebied. Google vindt evenementen in heel Leeuwarden.

Op het gebied van social media vindt eveneens weinig samenwerking plaats. Er is op Facebook een community "Cambuurplein" met enkele tientallen volgers, maar de laatste activiteit was in 2017. Veel winkels zijn individueel wel actief op Facebook. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig, terwijl enkele winkels zelf actief zijn op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor winkelcentrum Cambuurplein weergegeven.

---

**STERKTES**

**ZWAKTES**

---

Volledig dagelijks en frequent benodigd aanbod	Online zichtbaarheid
Goed bereikbaar	Verouderde uitstraling zonder sfeer
Groot parkeerterrein	
<b>KANSEN</b>	
Eigen website	Ontwikkeling stadiongebied
Ontwikkeling stadiongebied	Verplaatsing Aldi
Bevolkingsprofiel	
<b>BEDREIGINGEN</b>	

Het winkelgebied aan het Cambuurplein biedt alles wat een bezoeker dagelijks (en aanvullend) nodig heeft. Er zijn 3 supermarkten aanwezig; mogelijk dat een discounter hier vertrekt, maar ook dan blijft het aanbod nog op orde. Het winkelgebied ligt centraal in een grote wijk en is goed bereikbaar van alle kanten. Bovendien is het parkeren – afgezien van de momenten waarop er een voetbalwedstrijd is – goed verzorgd. Wellicht heeft het te maken met de ontwikkelingen rondom het stadion, maar een moderniseringsslag van het gebied is wel op z'n plaats. Het oogt allemaal nogal verouderd, wat de sfeer niet ten goede komt. Daarnaast is het een gemis dat de ondernemers/winkeliersvereniging elkaar onvoldoende weten te vinden voor het oppakken van de online zichtbaarheid. Het ontbreken van een website en het niet gezamenlijk aanwezig zijn op social media is een gemis. Met een eigen website kunnen (potentiële) klanten het winkel- en eventuele activiteitenaanbod compleet inzien. Het is belangrijk om de winkels en ondernemers onder de aandacht te brengen. Het bevolkingsprofiel van de wijk is gunstig; er wonen relatief veel jongeren en weinig ouderen. Dit betekent dat het draagvlak de komende jaren op peil zal blijven. Daarnaast zijn er de ontwikkelingen rondom het stadion van SC Cambuur; wellicht kan hierdoor het draagvlak nog verder versterkt worden, wanneer hier op termijn woningen gebouwd worden. Een herontwikkeling biedt naast kansen ook een bedreiging. Het op peil houden van het aanbod en de parkeergelegenheid is een groot goed.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals bij het WTC en de toevoeging van o.a. de kern Stiens, aan te bevelen. De meest recente detailhandelsvisie dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De mogelijke verplaatsing van het Cambuurstadion hangt al een behoorlijke tijd boven het hoofd van de ondernemers. Het lijkt erop dat hierdoor weinig geïnvesteerd wordt in de

winkels. Daardoor ziet het geheel er nogal gedateerd uit. Het is nog onvoldoende duidelijk wat er op welk moment gaat gebeuren. Niettemin is het verstandig om in actie te blijven. Het betreft een grote wijk en een wijkcentrum met een goed aanbod.

- De inrichting van de openbare ruimte is erg gericht op het stadion en op het parkeren. Er is weinig sfeer in het gebied. Vooruitlopend op wellicht een totaalaanpak voor het gebied is het aan te bevelen om alvast een plan te maken en waar mogelijk (deels) uit te voeren.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als voor de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Mede op basis van het voorgaande kunnen de online zichtbaarheid en vindbaarheid verbeterd worden door middel van een goede collectieve website, waarmee een volledig overzicht van het winkelaanbod geboden wordt. Hierin kan tevens een evenementenkalender worden opgenomen. Ook de social media zouden weer opgepakt kunnen gaan worden.
- De aanwezige ondernemers werken weinig samen, hetgeen ook blijkt uit het ontbreken van een website. Wellicht kan een opleidingstraject met bijvoorbeeld het MKB weer nieuw leven inblazen op dit terrein.

LEEUWARDEN - CAMBUURPLEIN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	18	18	100%				
m2 wvo winkels	6.107	6.107	100%				
Aantal inwoners	12.323	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	14,0%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	32,3%	Oud Oost		28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	<b>matig</b>	<b>gemiddeld</b>	<b>goed</b>	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				stadion			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v	v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsstallingen			v				
	<b>ja</b>	<b>nee</b>	<b>aantal centrum</b>				
Supermarkt aanwezig kwg?	3		3				
Fullservice/discount	1/2		Aldi, Jumbo, Lidl				
% dagelijks aanbod	75%						
Trekkers niet-dagelijks	Action, Zeeman						
	<b>wijk</b>	<b>lokaal</b>	<b>regionaal</b>	<b>provinciaal</b>			
Verzorgingsfunctie	v						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OV Tjerk Hiddes & Cambuurplein				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopperen/winkelen in...."	Score 2/5	Geen gezamenlijke website aanwezig, onvolledig beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Geen activiteitenkalender te vinden					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>	<b>dagelijks</b>	<b>mode&amp;lux</b>	<b>vrije tijd</b>	<b>in/om huis</b>	<b>detalh.ov.</b>	<b>leegstand</b>	<b>totaal</b>
m2 wvo	4.593	809	0	705	0	0	6.107
vkp	12	3	0	3	0	0	18
per 1.000 inwoners	373	66	0	57	0	0	496
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	<b>dagelijks</b>	<b>mode&amp;lux</b>	<b>vrije tijd</b>	<b>in/om huis</b>	<b>detalh.ov.</b>	<b>leegstand</b>	<b>totaal</b>
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564



# LEEWARDEN – CAMMINGHABUREN

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het winkelcentrum in de wijk Camminghaburen ligt in het noordoosten van Leeuwarden. Het betreft een wijk met bijna 10.500 inwoners, grotendeels in de jaren 80 gebouwd. Het winkelcentrum ligt aan de Lieuwenburg, aan de invalsroute van de wijk. De wijk is duidelijk begrensd door diverse barrières, en ligt redelijk geïsoleerd. Aan de oostzijde ligt een natuurgebied, aan de zuidzijde loopt de spoorlijn en vervolgens een industriegebied, aan de westzijde de binnenring van Leeuwarden en aan de noordzijde de Groningerstraatweg (N355) en het open land. Wel is hier de afgelopen jaren gebouwd aan de wijk Blitsaerd, waar geen voorzieningen zijn. Hier wonen inmiddels zo'n 700 mensen. De wijk Camminghaburen kent een dalend inwonertal; sinds 2016 is het inwonertal met ongeveer 250 gedaald. Het gemiddelde inkomensniveau van de wijk Camminghaburen ligt iets boven het gemiddelde van Leeuwarden. Het percentage 65+'-ers in de wijk Camminghaburen (18,6) ligt tussen het gemiddelde van de stad (18,0%) en het Nederlands gemiddelde (18,8%) in. Er is derhalve geen sprake van sterke vergrijzing. Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) ligt iets onder het Nederlands en Fries gemiddelde.

Het winkelcentrum is gebouwd als een echte wijkvoorziening, bij de entree van de wijk. In totaal zijn er 18 winkelpanden aanwezig in het winkelcentrum, met een oppervlakte van ruim 3.700 m<sup>2</sup> wvo. Het is een wijkverzorgend centrum, waar het aanbod aan dagelijkse voorzieningen erg belangrijk is. In de dagelijkse sector zijn twee supermarkten aanwezig, en verder een bakker en een vers-specialist/slager. Ook zijn er 2 drogisterijen gevestigd. Er is dan ook sprake van een redelijk compleet dagelijks aanbod. Aanvullend zijn in de niet-dagelijkse sfeer o.a. Wibra, een fietsenzaak en een mode winkel te vinden. Tevens vervult het wijkcentrum een functie voor langdurige festivals in het naastgelegen gebied De Groene Ster.

In het winkelcentrum staan twee panden leeg, in hetzelfde gedeelte van het centrum. Omdat de panden niet heel groot zijn ligt het leegstandspercentage (gemeten in verkoopruimte) op 3,9%. Gemeten naar aantal winkels bedraagt het leegstandspercentage ruim 11%. De panden staan al enige tijd leeg; het ene langer dan één jaar, het andere langer dan 3 jaar.

## GEBIEDSASPECTEN

In het winkelcentrum is een behoorlijke variatie aan winkels te vinden, met zowel ketenbedrijven (in meerderheid) als zelfstandige ondernemers. De twee fullservice-supermarkten zijn de belangrijkste trekkers. Maar daarnaast zijn ook DA en Kruidvat als drogisten aanwezig, in verschillende prijssegmenten.

Het winkelcentrum is prima bereikbaar vanuit alle delen van de wijk, en ook bij het binnenrijden van de wijk. Het winkelcentrum ligt in de hoek van de Camminghaburg (entree-route) en een soort rondweg in de wijk. Het centrum ligt min of meer in het midden van de wijk. De zichtlijnen zijn redelijk duidelijk, hoewel je niet het hele centrum in één keer kunt overzien. Een aantal winkels zit 'om de hoek'. De looproutes zijn duidelijk. De compactheid van het winkelcentrum is uitstekend, zoals vaak in een nieuwgebouwde wijk. Alles zit direct bij elkaar. Ook andere voorzieningen zijn bij het centrum gebouwd, zoals een multifunctioneel centrum en enige dienstverlening (o.a. woonzorg). Ook de school is niet ver, evenals een woonzorgcomplex. De inrichting van de openbare ruimte voldoet, maar is inmiddels enigszins gedateerd. Wel is veel zorg besteed aan allerlei inrichtingselementen als bankjes en kinderspeeltoestellen. Op het gebied van de horeca is sprake van een snackbar en een viskiosk ter ondersteuning van de detailhandel. Voor de avondhoreca is een Chinees restaurant en Domino's Pizza aanwezig.

De parkeergelegenheid bestaat grotendeels uit een drietal terreinen aan beide kanten van het centrum; één zit het dichtst bij AH, een ander achter Jumbo, en de derde aan de zuidzijde bij de entree van het centrum. Bij AH kan de bezoeker voor de deur parkeren, voor Jumbo moet men omlopen en een iets grotere afstand afleggen. Bezoekers komen veelal eerst langs het P-terrein bij AH; hier is het dan ook het drukst. De parkeerterreinen liggen buiten het zicht van elkaar, waardoor het lastig te zien is waar plek is. De bezettingsgraad is naar het weekend toe vrij hoog, terwijl de kwaliteit van de plaatsen niet heel groot is. Ze zijn nogal krap, en ook de ruimte om te manoeuvreren is vrij klein. Het aantal fietsenstallingen is ruim voldoende, op verschillende plekken in het centrum.

Al met al is winkelcentrum Camminghaburen een prima functioneel wijkcentrum.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In de wijk Camminghaburen is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor Leeuwarden of specifiek het winkelcentrum Camminghaburen.

In Camminghaburen is wel een ondernemersvereniging aanwezig. Dit is de Winkeliersvereniging (WV) Camminghaburen. Deze vereniging is behoorlijk actief. Zij neemt ook deel aan het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. De vereniging heeft dit de afgelopen tijd met name besteed aan diverse activiteiten in het winkelcentrum en voor sfeerverlichting. Voor het centrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn in de wijk komt terecht bij de gezamenlijke website. Hierop worden winkels vermeld met logo, beschrijving en contactgegevens. Een foto en openingstijden ontbreken. De Facebookpagina van het winkelcentrum wordt niet op de website vermeld. Om te achterhalen wat er te doen is in winkelcentrum Camminghaburen komt de eigen website in beeld met een agenda; hierop staan veel terugkerende activiteiten. De agenda loopt evenwel niet door, voor een volgende week of maand moet een nieuwe pagina worden geladen.

De gezamenlijke Facebookpagina is zeer actief, er worden veel acties en nieuwe artikelen geplaatst. Hoogwaardige content over winkels, winkeliers en assortiment komt niet voor. Er is geen gezamenlijk Instagramaccount. Wel zijn diverse winkels individueel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor winkelcentrum Camminghaburen weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Volledig dagelijks aanbod	Parkeren
Goed bereikbaar	Route met kar naar supermarkten
Aanvullende voorzieningen	
Facebookpagina	
Actieve ondernemersvereniging	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Online zichtbaarheid optimaliseren	Afnemend draagvlak

Wijkcentrum Camminghaburen heeft een goed dagelijks en aanvullend aanbod. Bovendien zijn er diverse andere voorzieningen in of nabij het centrum aanwezig. Ook daghoreca is er te vinden. Wat

verder in positieve zin opvalt is de aanwezigheid van een actieve ondernemersvereniging; mogelijk ligt hier ook een relatie met het bestaan van een redelijk goede website en Facebookpagina. Het parkeren is gelijk over het centrum verdeeld, maar het oogt toch krap en rommelig. Zeker wanneer er ook mensen bezig zijn om de inhoud van winkelwagens in te laden. De route van de auto naar de supermarkten is in het geval van Jumbo nogal lang; het wegdek van de parkeerterreinen bestaat uit stenen, wat voor winkelwagens lastiger is. Enkele routes doorkruisen bovendien de fietsroutes.

Online heeft het centrum goede stappen gezet. Enige optimalisatie is hier nog zeker mogelijk. Als op de website de winkelpagina gevuld wordt met foto's en openingstijden neemt de waarde hiervan toe. Ook de navigatie van de agenda is voor verbetering vatbaar. Tenslotte is het toevoegen van Instagram aan te bevelen. De komende jaren zal de grootste bedreiging voor het winkelcentrum vooral komen uit een daling van het draagvlak. Het inwonertal is dalende, en op den duur zal ook in deze wijk de vergrijzing gaan toenemen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. Stiens, aan te bevelen. De meest recente detailhandelsvisie dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Het winkelcentrum functioneert prima. Slechts kleine onderdelen kunnen nog versterkt worden. Met name het parkeren is nog niet optimaal. Er is sprake van een redelijke verdeling rondom het centrum, maar de druk is niet overal even hoog. Ook het overzicht ontbreekt. Met name bij de entree van het winkelcentrum, bij de AH en diverse overige voorzieningen, ligt de druk tamelijk hoog. Mede hierdoor oogt het rommelig, vol en krap. Het parkeerterrein uitbreiden zal niet eenvoudig zijn; kwalitatief kan het wel versterkt worden. Tevens kan de verwijzing naar de andere locaties opgepakt worden. Het opzetten van een parkeermonitoringsysteem is gewenst.
- De looproute met een winkelwagen naar met name de Jumbosupermarkt is niet optimaal. De route is omslachtig, en er moeten fietspaden overgestoken worden. Een oversteekplaats is vanuit veiligheidsoogpunt het onderzoeken waard.
- De online zichtbaarheid en vindbaarheid kunnen verbeterd worden en vooral aantrekkelijker gemaakt worden door meer foto's toe te voegen. Breng hierbij ook vooral de ondernemers zelf onder de aandacht.

LEEUWARDEN - CAMMINGHABUREN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	18	18	100%				
m2 wvo winkels	3.707	3.707	100%				
Aantal inwoners	10.485	stijgend/gelijk/ <b>dalend</b>		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	18,6%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	27,7%			28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v	v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				MFC			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief	v	v					
Aanbod fietsstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	2		2				
Fullservice/discount	2/0		AH, Jumbo				
% dagelijks aanbod	78%						
Trekkers	DA, Kruidvat, Wibra						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	211	211	100%	3,9%	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	11,1%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	0%	50%	50%				
m2 wvo	0%	49%	51%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		WV Camminghaburen				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 4/5	Gezamenlijke website aanwezig, redelijk volledig					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 3/5	Wel een agenda, loopt niet door					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	2.888	631	0	188	0	211	3.918
vkp	10	4	0	2	0	2	18
per 1.000 inwoners	275	60	0	18	0	20	374
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	<b>dagelijks</b>	<b>mode&amp;lux</b>	<b>vrije tijd</b>	<b>in/om huis</b>	<b>detalh.ov.</b>	<b>leegstand</b>	<b>totaal</b>
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# LEEWARDEN – JOH. KOLFPLEIN

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het winkelgebied aan het Joh. Kolfplein ligt in de Vrijheidswijk, aan de noordkant van Leeuwarden. De wijk wordt in het westen begrensd door de Dokkumer Ee, en aan de zuidkant door de noordelijke ringweg van Leeuwarden. Aan de noordkant ligt nog enige bebouwing (Snakkerburen), en aan de noordoostelijke kant wordt de nieuwe wijk Blitsaerd gebouwd. De toegang tot deze nieuwe wijk loopt evenwel niet via de Vrijheidswijk. Evenals het westelijker gelegen Bilgaard is de Vrijheidswijk een wijk met veel jaren 50 en 60 bebouwing, met o.a. hoogbouw. Het inwonertal is redelijk stabiel de afgelopen jaren. Op dit moment wonen er 3.509 mensen. Het is dan ook een relatief kleine wijk, bestaande uit een oostelijk en een westelijk deel. Het inkomensniveau van de wijk ligt ruim (meer dan 25%) onder het gemiddelde van de stad Leeuwarden. Het is vergelijkbaar met dat van de wijk Bilgaard. In de leeftijdsverdeling zijn gemiddeld weinig verschillen met het gemiddelde van Leeuwarden te constateren. Het percentage 65+'ers in de wijk is iets hoger, evenals het aandeel jongeren. Tussen Vrijheidswijk West en Oost zijn wel verschillen te constateren. Het percentage 65+'ers in West bedraagt slechts 9,9 en in Oost juist 37,9; het gemiddelde van Leeuwarden bedraagt 18,0%. In het westelijke deel staat namelijk een aantal studentenflats. Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) is in de westelijke wijk 38,4% tegen 30,2% in heel Leeuwarden.

Het winkelcentrum aan het Joh. Kolfplein bestaat in feite alleen uit de supermarkt (inclusief slijterij) van Jumbo en een Stella e-bike winkel/testcentrum. De Jumbo ligt aan de achterkant, terwijl aan de voorzijde Stella, maar ook een pizzeria en een snackbar zijn gevestigd. In totaal is er ruim 1.350 m<sup>2</sup> wvo aanwezig. Er staan geen panden leeg.

## GEBIEDSASPECTEN

De variatie aan winkels is uiterst beperkt, maar de kwaliteit is goed. De Jumbo heeft ook een pick-up point. De supermarkt is voldoende groot voor een volledig assortiment.

De supermarkt en de overige ondernemingen zijn prima bereikbaar via de entree van de wijk. De zichtbaarheid van het winkelcentrum is ook goed zodra je aan komt rijden. De Jumbo ligt evenwel aan de achterzijde, waardoor deze iets minder te zien is. Aan deze achterzijde ligt ook een parkeerterrein, met verder nog een parkeerdek. Het aantal plaatsen is kwalitatief en kwantitatief op orde. Het betreft een puur functioneel te bezoeken winkelcentrum; alles draait om de supermarkt. Veel sfeer is er dan ook niet, hoewel het aan de voorzijde (zijde Canadezenlaan) beter is, met een terras bij de pizzeria. Het ziet er verder netjes en nog relatief nieuw uit. Fietsenklemmen zijn langs de straat voldoende aanwezig. Daghoreca is er in de vorm van een snackbar.

Verder is er weinig aanwezig rondom de supermarkt. Aan de oostzijde ligt nog een braakliggend stuk grond. Andere wijkvoorzieningen zijn o.a. het multifunctionele centrum aan de Droppingsstraat, westelijk van de supermarkt. Het winkelcentrum aan het Joh. Kolfplein kent een duidelijke buurtfunctie; deze wordt prima ingevuld.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. In 2017 is er een herziening geweest voor uitsluitend supermarkten. Dit is voor de Vrijheidswijk van belang geweest; eerst was hier geen supermarkt aanwezig. Regionale afstemming over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. Bij het Joh. Kolfplein is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is er sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel in deze wijk.

In de Vrijheidswijk is ondernemersvereniging OV Lekkumerend actief. Deze vereniging is wel bezig met activiteiten, maar dit zou nog wel meer kunnen. De vereniging heeft zich aangesloten bij het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen bij actieve deelname gelden beschikbaar die deze vereniging naar eigen inzicht kan besteden. Hiervan is vooral gebruik gemaakt voor de aanschaf van sfeerverlichting en voor evenementen in de wijk. Een centrummanager is niet actief voor de winkels; dit is ook niet nodig.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn aan het Joh. Kolfplein dan herkent Google de zoekopdracht en suggereert direct de Jumbo. Vervolgens zijn de fietsenwinkel en de horeca niet goed vindbaar. Een activiteitenkalender is niet gevonden.

Niet geheel onverwacht is er evenmin sprake van een gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount voor het winkelcentrum. De aanwezige ondernemers zijn individueel wel actief op Facebook. De twee horecazaken hebben ook een individueel Instagramaccount.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de winkels in de Vrijheidswijk aan het Joh. Kolfplein weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Bereikbaarheid	Online zichtbaarheid
Moderne supermarkt	Beperkt overig aanbod
Geen leegstand	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Online vindbaar worden	Beperkt draagvlak wijk
Veel jongeren (West)	Vergrijzing (Oost)

Het winkelcentrum in de wijk Joh. Kolfplein draait vooral op de Jumbo-supermarkt. De bereikbaarheid bij de entree van de wijk is prima, zowel vanuit het oostelijk als westelijk deel van de wijk. Het aantal inwoners van de wijk is gemêleerd, jong en oud, maar in aantallen gering. De online zichtbaarheid is op dit moment matig als we naar het geheel kijken. Juist voor de overige ondernemers wordt dit steeds belangrijker.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen en de toevoeging van o.a. de kern Stiens, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.



- Het winkelgebied draait op de aanwezige Jumbosupermarkt Het draagvlak in de wijk is evenwel gering; voor een supermarkt is het voldoende. De overige winkels worden vooral gericht bezocht, en deels op naamsbekendheid. Voor aanvullende winkels is op papier het draagvlak te gering.
- Bezoekers kunnen online of op social media weinig vinden over het winkelgebied of de aanwezige winkels. Alleen de supermarkt is goed vindbaar. Gezien de kwetsbaarheid van de aanwezige winkels is ook hier een goede online vindbaarheid van groot belang. Dit geldt voor het jongere deel van de wijk zo mogelijk nog sterker dan voor het oostelijke gedeelte met meer ouderen. Het is hoe dan ook een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. De ondernemersvereniging kan hierin een rol spelen.

LEEUWARDEN - JOH.KOLFPLEIN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	3	3	100%				
m2 wvo winkels	1.352	1.352	100%				
Aantal inwoners	3.509	stijgend/ <i>gelijk</i> / dalend		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	20,6%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	31,7%	Vrijheidswijk		28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				MFC			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Jumbo				
% dagelijks aanbod	88%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OV Lekkumerend				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Jumbo komt naar voren					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Niets gevonden					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.195	0	0	159	0	0	1.354
vkp	2	0	0	1	0	0	3
per 1.000 inwoners	341	0	0	45	0	0	386
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

# LEEWARDEN – MIROCENTER

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het winkelgebied Mirocenter neemt een aparte positie in binnen Leeuwarden. Het centrum is ooit gebouwd op een solitaire locatie, niet specifiek als wijkvoorziening. Het ligt bij enkele belangrijke invalswegen van Leeuwarden, aan de zuidoostkant van de binnenstad. Het centrum ligt weliswaar in de wijk Wielenpôle, maar heeft een wijk-overstijgende functie; in feite heeft het complex een functie voor een aanzienlijk deel van de stad en de regio. De drager van het geheel is de AHXL van ruim 3.200 m<sup>2</sup> vvo; hiermee is deze supermarkt nog altijd de grootste van Leeuwarden en omgeving. In Wielenpôle wonen ongeveer 750 mensen; in Leeuwarden als geheel wonen zo'n 100.000 mensen (exclusief de buitendorpen). Het inwonertal van de stad neemt jaarlijks toe. In de buurten direct rondom het Mirocenter is sprake van een daling van het aantal inwoners. Het inkomensniveau van de buurten rondom ligt onder het gemiddelde van de stad Leeuwarden; alleen in Huizum-Dorp (ten westen van de Drachtsterweg) ligt het inkomensniveau hoger. Het inkomensniveau van heel Leeuwarden ligt onder het Nederlands gemiddelde. Het gemiddelde percentage 65+-ers in Leeuwarden (18,0%) ligt iets onder het Nederlands gemiddelde (18,8%). Er is dus geen sprake van vergrijzing. Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) ligt iets hoger dan gemiddeld; in de stad wonen relatief veel studenten.

Het winkelgebied Mirocenter is in feite een uniek winkelgebied, waarbij vanaf de opening vooral de grote AH de trekker was. Op dit moment wordt het winkelgebied volledig vernieuwd, waarbij ook de buitenkant wordt meegenomen. De hele verbouwing en inrichting van de openbare ruimte is naar verwachting in het najaar afgerond. Er zijn 7 winkelpanden aanwezig op het meetmoment, met in totaal ruim 5.500 m<sup>2</sup> vvo. Naast de AHXL zijn hier o.a. Gall&Gall, Etos en Bruna gevestigd; de overige ruimtes worden nog opnieuw ingevuld. Bovendien zal er nog een Aldi-supermarkt worden toegevoegd. Het accent van het winkelcentrum ligt op grootschalig dagelijks

boodschappen halen. In de wijken rondom het gebied zijn geen andere grote supermarkten van meer dan 1.500 m<sup>2</sup> wvo te vinden.

Het leegstandspercentage lijkt hoog maar het centrum zit midden in een verbouwoperatie; op het moment van de verbouw (en meting Locatus) stonden er 2 panden leeg. Na alle verbouwingen zal het hele complex weer gevuld zijn.

## GEBIEDSASPECTEN

Het is nog niet geheel duidelijk welke winkels in het winkelcentrum zullen terugkeren. Bepalend is evenwel de supermarkt AHXL. Het aanbod is verder vooral aanvullend in de dagelijkse sector. Met de toevoeging van een Aldi-supermarkt is de variatie in het aanbod met een fullservice supermarkt en een discounter nog sterker.

Het winkelgebied is prima bereikbaar vanuit alle delen van de stad; het complex ligt aan de binnenring van Leeuwarden. Ook vanuit de regio is het winkelcentrum eenvoudig te bereiken. De zichtbaarheid is uitstekend. Binnenin het centrum liggen de entrees van de winkels allemaal vlakbij elkaar; hierdoor zijn ook de looproutes en zichtlijnen goed te noemen. De eventuele locatie van Aldi en de verbinding met de rest is nog niet bekend; hierover kunnen we nog geen oordeel geven. Omdat alle winkels bij elkaar liggen is het een uitermate compact winkelgebied. De inrichting van de openbare ruimte wordt dit voorjaar ook opgepakt, en is nog volop in wording. We gaan ervanuit dat de uitstraling aan de binnenkant modern, licht en aangenaam zal zijn/worden. Aan de buitenzijde zal het naar verwachting vooral functioneel zijn. Andere voorzieningen dan winkels zijn beperkt aanwezig; er was een PostNL-punt, waarvan niet duidelijk is of dit blijft. Ter ondersteuning van de detailhandel is er geen horeca te vinden; in de supermarkt kan men wel koffie nuttigen. De sfeer en beleving in het centrum zullen zeker verbeteren ten opzichte van de oude situatie, maar ook dit is nog onvoldoende duidelijk. Mirocenter is evenwel geen echt verblijfsgebied.

De parkeergelegenheid ligt aan de voor- en zijkant van het complex, waarbij de toerit aan de Tijnjedijk ligt. Ook de toegang naar het benzinestation loopt via deze route. Om het complex te verlaten is er een routing rondom het complex, waardoor in feite sprake is van eenrichtingsverkeer wat in- en uitrijden betreft. Voor een winkelgebied als het Mirocenter is het parkeren van uitermate groot belang. Het aantal parkeerplaatsen dient dan ook royaal te zijn. In de situatie vóór de verbouwing was dit aantal niet altijd afdoende. De meeste bezoekers zetten hun auto graag aan de voorzijde bij de entree neer, waar het dan erg druk is, terwijl aan de zijkant dan vaak nog wel ruimte is. Vanaf de zijkant is de afstand naar de winkels groter, en onaantrekkelijk. Mogelijk dat met een extra entree hierin verandering gebracht wordt. De parkeerplaatsen worden allemaal opnieuw ingericht en bestraat; kwalitatief zal dit dan straks goed voor elkaar zijn. Fietsenklemmen waren al voldoende aanwezig.

Winkelgebied Mirocenter is een sterk centrum, met een functie voor de hele stad en voor de regio. De bekendheid is nog altijd groot.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Hierbij is aangegeven dat het Mirocenter een functie binnen het totale aanbod van Leeuwarden heeft verworven en behoudt. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In Mirocenter is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is er sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor het winkelgebied Mirocenter.

In de wijk Wielenpôlle, met daarin het Mirocenter, is wel een ondernemersvereniging aanwezig, maar deze is niet erg actief. Dit is de Ondernemersvereniging (OV) Ouddeel. Deze neemt ook deel aan het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. De gelden zijn besteed aan een website en aan het activeren van de vereniging. Voor het centrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn in het Mirocenter komt deze tot de ontdekking dat er geen gezamenlijke website aanwezig is. Google geeft in de suggesties enkele winkels uit het winkelcentrum weer. Er is (nog) geen website met een volledig beeld van het winkelaanbod. Mogelijk dat de website na de afronding van de verbouwing nieuw leven wordt ingeblazen. Er is evenmin een activiteitenkalender te vinden. Google herkent het als Tijnjedyk, en niet als Mirocenter. Het grotere gebied van Intratuin tot aan het bedrijventerrein aan de Ouddeelstraat wordt niet gezien door Google.

Er is geen gezamenlijke Facebookpagina en geen gezamenlijk Instagramaccount aanwezig. Veel winkels zijn wel individueel actief op Facebook. Op Instagram is alleen de kapper actief.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor winkelgebied Mirocenter weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
AHXL	Online vindbaarheid
Eind 2019 compleet nieuw	Verdeling parkeren rond het centrum
Goed bereikbaar	

---

## KANSEN

Gezamenlijke website en social media

## BEDREIGINGEN

Onvoldoende kwalitatieve parkeerplaatsen

Ontwikkeling Leeuwarden West

---

Winkelcentrum Mirocenter voorziet duidelijk in een behoefte. De klanten zullen afkomstig zijn uit de directe omgeving, maar zeker ook uit een aanzienlijk groter gebied. De AHXL is veruit de grootste supermarkt van Leeuwarden. Bovendien is nu een grootschalige vernieuwing gaande, zowel aan de binnen- als buitenzijde. Door deze vernieuwingsslag zal de trekkracht groot blijven. De goede bereikbaarheid helpt hierbij zeker. Voor een complex als dit dient de bereikbaarheid goed te zijn. Dat geldt ook voor het parkeren. Ook de parkeersituatie wordt nu vernieuwd, maar nog niet duidelijk is hoe het er exact uit komt te zien, hoeveel plaatsen er zijn en hoe groot de afstand tot de entree(s) wordt. Wanneer Aldi aan het complex wordt toegevoegd zijn extra parkeerplaatsen nodig. Hier ligt een bedreiging voor het complex als geheel.

Een zwak punt van het winkelcentrum is momenteel het feit dat de winkels online onvindbaar zijn. Mogelijk dat hier aan gewerkt wordt, maar anders zal dit zeker opgepakt dienen te worden. Een volledig beeld van het winkelaanbod is momenteel niet te krijgen, ook niet van de toekomstige situatie. Het ontwikkelen van een gezamenlijke website is aan te bevelen. Ook eventuele activiteiten kunnen hierop weergegeven worden. Op social media kunnen consumenten geprikkeld worden om het centrum te bezoeken.

Voor het winkelgebied is van belang wat uiteindelijk exact gaat gebeuren aan de westzijde van Leeuwarden bij het nieuwe Cambuurstadion. Als de plannen doorgang vinden komen hier twee moderne supermarkten van royale omvang. Deze zullen evenals de AHXL veel bezoekers vanuit de regio halen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. Stiens, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De volledige aanpak van het Mirocenter is momenteel in volle gang. Deze aanpak was ook noodzakelijk vanwege de gedateerde uitstraling van het gehele complex. Het is op dit

moment lastig te beoordelen hoe het centrum, met de toevoeging van de Aldi, straks gaat functioneren.

- Het lijkt verstandig om over te gaan tot een vorm van parkeermonitoring, enerzijds vanwege parkeerplekken die vanwege de afstand tot de entree niet echt goed functioneren en anderzijds vanwege de toevoeging van de Aldi supermarkt. Het belang van een goede parkeergelegenheid (kwantitatief en kwalitatief) is voor dit centrum groot en bepaalt uiteindelijk de commerciële kracht en het functioneren van het centrum.
- Tenslotte kan de gezamenlijke online zichtbaarheid en vindbaarheid (website, social media) van het Mirocenter verhoogd worden.

LEEWARDEN - MIROCENTER							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	7	7	100%				
m2 wvo winkels	5.548	5.548	100%				
Aantal inwoners	98.493	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	18,0%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	30,2%	kern Leeuwarden		28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	<b>matig</b>	<b>gemiddeld</b>	<b>goed</b>	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v		wordt aangepakt			
Ondersteuning daghoreca				nog niet duidelijk			
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief				nog onduidelijk			
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsstallingen			v				
	<b>ja</b>	<b>nee</b>	<b>aantal centrum</b>				
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		AHXL				
% dagelijks aanbod	64%						
Trekkers niet-dagelijks	Bruna						
	<b>wijk</b>	<b>lokaal</b>	<b>regionaal</b>	<b>provinciaal</b>			
Verzorgingsfunctie			v				
	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	925	925	100%	11,8%	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	28,6%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	0%	0%	100%				
m2 wvo	0%	0%	100%				
<b>Overige aspecten</b>							
	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OV Ouddeel				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 2/5	Geen gezamenlijke website, onvolledig beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 1/5	Geen activiteitenkalender te vinden					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	3.535	980	108	0	0	925	5.548
vkp	3	1	1	0	0	2	7
per 1.000 inwoners	36	10	1	0	0	9	56
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&luxue	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564



# LEEWARDEN – SCHRANS

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Winkelgebied de Schrans ligt ten zuiden van de binnenstad van Leeuwarden. De straat de Schrans ligt in het midden tussen de wijken Huizum-Oost en Huizum-West. In deze twee wijken samen wonen 9.200 mensen. Het inwonertal is de afgelopen 4 jaar met 160 inwoners gedaald. Ook in de buurten direct rondom de Schrans is de daling beperkt, er wonen hier ruim 4.500 personen. Het inkomensniveau van de wijk ligt ongeveer op het gemiddelde van de stad Leeuwarden. Hoewel er tussen de buurten wel enige verschillen zijn te constateren ligt het gemiddelde percentage 65+'ers in de wijk (17,5) iets onder het gemiddelde van de stad (18,0%) en het Nederlands gemiddelde (18,8%). Er is dus geen sprake van vergrijzing. Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) wijkt evenmin erg af.

De wijk Huizum en de Schrans worden aan de noordzijde begrensd door de spoorlijn. Aan de zuidzijde wordt Huizum begrensd door de zuidelijke ringweg, Julianalaan/ Aldlânsdyk.

Het winkelgebied aan de Schrans is in feite een aanloopstraat, die zich in de loop der jaren heeft ontwikkeld tot een fors wijkcentrum. In totaal zijn er 52 winkelpanden aanwezig in de straat, met in totaal bijna 11.400 m<sup>2</sup> wvo. De winkels bevinden zich vooral in het gedeelte tussen de Eenhoorn en de Huizumerlaan. De belangrijkste trekkers in het winkelgebied zijn de supermarkt van AH en de Action. Action zit niet in de binnenstad van Leeuwarden, maar wel in dit gebied er direct tegenaan. Het grootste aanbod aan de Schrans is aanwezig in de groep Mode & Luxe. Onder meer Shoeby, Takko en diverse zelfstandige ondernemers zijn in deze branche actief aan de Schrans. Maar ook de overige groepen, te weten Vrije Tijd, In/Om Huis en Overige Detailhandel, zijn vertegenwoordigd (o.a. Expert, Pets Place, Jan de Jong). Er is dan ook sprake van een redelijk compleet aanbod. Het is een duidelijk wijk/ stadsdeelverzorgend centrum, waar bovendien ook relatief veel bezoekers van buiten Leeuwarden (17% van de bestedingen) komen. Dit laatste kwam naar voren tijdens het

koopstromenonderzoek van 2017. Ook door de zuidelijke uitleg van Leeuwarden wint deze straat duidelijk nog verder aan belang, zowel wat aantal bezoekers/passanten betreft als wat de koopkracht van deze passanten betreft. De parkeermogelijkheden en de bereikbaarheid spelen bij dit aspect ongetwijfeld een belangrijke rol.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt bijna 7%, maar dit betreft slechts 5 relatief kleine panden. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 2,8%. Het gaat vooral om frictieleegstand (korter dan 1 jaar leeg).

## GEBIEDSASPECTEN

In het winkelgebied is een behoorlijke variatie aan winkels te vinden, met veel ketenbedrijven, maar ook diverse zelfstandige ondernemers. In de dagelijkse sector is de niet al te grote AH (die nog wel gaat uitbreiden) de belangrijkste trekker, maar er is ook een viswinkel, een slager, een biowinkel en een banketbakker aanwezig. In de niet-dagelijkse sector is Action de sterkste trekker; het is de enige Action ten zuiden van de spoorlijn. Verder zijn zowel modewinkels als veel woninginrichtingszaken aan de Schrans gevestigd.

Het winkelgebied is prima bereikbaar vanuit alle delen van de wijk, maar ook van buiten de wijk. De spoorwegovergang vormt wel een forse barrière aan de noordzijde richting het centrum. De Schrans is van oudsher een belangrijke aanvoerroute naar het centrum, en is derhalve goed bereikbaar. Aangezien alle winkels aan deze straat liggen is de zichtbaarheid ook prima. Vrijwel alle winkels zijn in een keer te overzien. De looproutes zijn dan ook duidelijk, zolang de bezoeker aan de Schrans verblijft. Wanneer de auto aan de achterzijde op het parkeerterrein is geparkeerd ontbreekt die duidelijkheid. Hier is sprake van lelijke achterkanten, en weinig aantrekkelijke passages. Een van de doorgangen gaat door de AH, de ander ligt vlakbij Action. Ze staan niet aangegeven en zijn slecht zichtbaar. De compactheid van het centrum is prima; alle winkels zitten op korte afstand van elkaar. De inrichting van de openbare ruimte is vooral functioneel en voldoet; het middengedeelte is ingericht voor het parkeren met een enkele boom ertussenin. Verdere inrichtingselementen zijn niet aanwezig. Andere voorzieningen zijn beperkt aanwezig. Ter ondersteuning van de detailhandel is er weinig horeca te vinden; de enige mogelijkheid om iets te drinken of te nuttigen is bij de bakker. De sfeer en beleving in de straat is niet verkeerd, maar ook niet opvallend goed.

De parkeergelegenheid bestaat met name uit de parkeerplaatsen in het midden van de straat, die vanuit beide richtingen te benutten zijn. Het betreft hier betaald parkeren. De aanwezige parkeergelegenheid voor de deur van de winkels is één van de grote krachten van het winkelgebied. Aan de achterzijde van de Schrans ligt een groot parkeerterrein; dit terrein ziet er kwalitatief verouderd uit, maar het aantal plaatsen is groot. De locatie staat alleen vanuit het zuiden aangegeven. Het aantal fietsenklemmen is voldoende op peil, vooral bij AH en Action zijn er veel.

Winkelgebied de Schrans is een sterk en goed functioneel wijkcentrum, vlak tegen het centrum aan.



## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Regionale afstemming over het beleid van Leeuwarden met andere gemeenten vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In de Schrans is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is er sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor het winkelgebied de Schrans.

Aan de Schrans is wel een ondernemersvereniging actief. Dit is de Winkeliersvereniging (WV) Schrans/Verlengde Schrans. Deze vereniging is behoorlijk actief bezig. Deze neemt ook deel aan het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. Aan de Schrans zijn deze gelden met name besteed aan een braderie, sfeerverlichting en Sinterklaasactiviteiten. Voor het centrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn aan de Schrans komt de eigen gezamenlijke website DeSchrans.nl duidelijk als eerste in beeld. Alle winkels staan in categorieën weergegeven. Deze pagina's zijn evenwel onoverzichtelijk, en van de winkels ontbreken logo's, een foto, een kaart, een beschrijvende tekst en openingstijden. Een activiteitenkalender ontbreekt; alleen een verouderde actie wordt gemeld, en de aankomst van Sinterklaas in 2017.

De gezamenlijke Facebookpagina brengt het winkelgebied wel goed in beeld. Acties en nieuwe artikelen worden goed afgewisseld met leuke content over winkels en ondernemers. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig, maar veel winkels zijn individueel wel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor winkelgebied Schrans weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Goede trekkers niet-dagelijks	Website
Compleet aanbod	Uitstraling grote parkeerterrein
Goed bereikbaar	Passages vanaf parkeerterrein
Facebookpagina	

Parkeren voor de deur

#### KANSEN

Gezamenlijke website

Betere uitstraling en sfeer, met name vanaf passages

Betere verbinding met centrum

#### BEDREIGINGEN

Te kleine supermarkt

Winkelcentrum de Schrans functioneert uitstekend als een wijk/ stadsdeelcentrum. De combinatie van een dagelijks en een niet-dagelijks aanbod in diverse prijssegmenten met parkeren voor de deur maakt het een opvallend sterk centrum, ondanks de nabijheid van de binnenstad van Leeuwarden. De gezamenlijke Facebookpagina brengt dit ook goed in beeld.

Het aan de achterzijde liggende parkeerterrein draagt weinig bij aan het winkelgebied. Het parkeerterrein is groot, en de parkeerplaatsen zelf zijn prima, maar de passage naar de Schrans toe is nauwelijks te zien. Het zijn slechts de achterkanten van winkels die daar te zien zijn. Enig groen ter verhoging van de sfeer ontbreekt. Op het gebied van social media liggen er nog diverse kansen; met name de website is ondermaats. Daarnaast kan een zwakker onderdeel van het winkelgebied – te weten de relatie en verbinding met de binnenstad – omgebogen worden in een kans. Door ofwel de spoorlijn ofwel de Schrans ondergronds te laten lopen kan de verbinding sterk verbeterd worden. Voor het winkelgebied zijn er weinig bedreigingen te noteren. De enige is in feite de relatief kleine afmeting van de supermarkt op dit moment. Deze supermarkt is geringer van omvang dan een moderne supermarkt zou moeten zijn om het volledige assortiment te kunnen bieden.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. de kern Stiens, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- In het winkelgebied liggen de pijnpunten met name aan de achterzijde en in de doorgangen naar de Schrans toe. Vanaf het parkeerterrein aan de Sixmastraat zijn alleen achterkanten van winkels in beeld. Voor de bevoorrading is dit wellicht ideaal, maar het nodigt niet uit voor een op voorhand gezellig bezoek. Met beter onderhoud en meer aankleding en eventueel groen kan een aantrekkelijker beeld worden neergezet.

- De stegen zijn evenmin uitnodigend, voor zover een bezoeker ze al kan vinden. Uiteraard weet een bezoeker waar de Schrans en waar de winkels liggen, maar een prettige doorgang (een echte poort) maakt het bezoek fijner. Hierin liggen absoluut nog kansen voor de Schrans.
- De aanwezige AH-supermarkt is niet erg groot naar moderne maatstaven. Vooralsnog voldoet de supermarkt, maar op termijn zou een beperkte vergroting passen binnen een volledig dagelijks aanbod.
- Tenslotte kan aandacht geschonken worden aan de online zichtbaarheid en vindbaarheid van de winkels aan de Schrans. De huidige website kan veel beter benut worden dan op dit moment het geval is. De winkels en hun ondernemers kunnen in beeld gebracht worden zoals ook op de Facebookpagina gebeurt. De activiteiten kunnen ook toegevoegd worden.

LEEUWARDEN - SCHRANS							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	52	52	100%				
m2 wvo winkels	11.386	11.386	100%				
Aantal inwoners	9.200	stijgend/gelijk/ <i>licht dalen</i>		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	17,5%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	28,0%	Huizum		28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca	v						
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v		betaald P			
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		AH				
% dagelijks aanbod	20%						
Trekkers niet-dagelijks	Action, Blokker, Expert						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v			beperkt stadsdeel			
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	475	475	100%	2,8%	6,8	6,3	
# vkp	5	5	100%	6,8%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>fictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	80%	20%	0%				
m2 wvo	87%	13%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		WV Schrans/Verlengde Schrans				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Gezamenlijke website aanwezig, onoverzichtelijk					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Geen activiteitenkalender te vinden					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	2.304	5.103	264	2.988	252	475	11.386
vkp	13	16	3	12	3	5	52
per 1.000 inwoners	250	555	29	325	27	52	1.238
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

# LEEWARDEN – HET VLIET

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het Vliet is in feite Noord- en Zuidvliet. Deze weg is een belangrijke route op weg naar de binnenstad van Leeuwarden vanuit oostelijke richting. Het is geen echt winkelgebied meer. Dat is het ooit wel geweest, maar de straat is duidelijk in transitie. Voor voldoende trekkracht is minimaal een trekker van formaat nodig en die is niet aanwezig. De aangrenzende wijken Molenpad en Zeeheldenbuurt hebben een gering inwonertal, van ruim 2.000. Bovendien is dit inwonertal de afgelopen jaren licht gedaald. Op korte afstand ligt de binnenstad van Leeuwarden, en ook andere wijken met voorzieningen liggen niet ver weg. Vooral supermarkten zijn dan belangrijk voor de dagelijkse boodschappen. Deze zijn onder meer aanwezig aan het Cambuurplein en de Oostersingel. De wijk kenmerkt zich door een gemengde samenstelling van de bevolking, met een iets lager inkomensniveau dan Leeuwarden gemiddeld. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) is groot, het aandeel 65+'ers klein. Hierin verschilt de wijk duidelijk van de rest van Leeuwarden en Friesland. Het is een deel van de stad waar relatief veel studenten wonen. De Noord- en Zuidvliet loopt van de rotonde bij de Centrale door tot de gracht om de binnenstad, maar de meeste winkels liggen westelijk van de Bleeklaan.

Aan het Vliet is sprake van een mix van functies; zowel detailhandel, horeca als wonen zijn aanwezig. De winkels spreiden zich over een grote lengte uit, met andere functies ertussenin. De aanwezige winkels zijn vooral winkels in het lagere segment, met name gericht op wonen. In totaal zijn er 21 winkelpanden aanwezig in de straat, met in totaal bijna 4.200 m<sup>2</sup> wvo. Kenmerkend is dat er sprake is van snelle wisselingen qua bezetting; ten tijde van meten stonden er 2 kleine pandjes leeg. Gemeten naar het aantal winkelpanden is het leegstandspercentage slechts 3,4; naar meters gemeten nog lager, namelijk 2,7. De leegstand is niet storend aanwezig, en hoort in zekere zin bij dit type straat. Bij Het Vliet kan eigenlijk niet meer van een straat met een verzorgingsfunctie gesproken worden. Er is geen sprake meer van een coherent winkelgebied. De winkels zullen



mensen uit de buurt trekken, maar zeker ook mensen die er toevallig langskomen of iets specifiek zoeken. Het is ook geen aanloopstraat naar het centrum. Aanloopstraten naar het centrum bevinden zich echt binnen de gracht, dicht bij het centrumgebied.

## GEBIEDSASPECTEN

Het aanbod aan de Noord- en Zuidvliet is vrij eenzijdig. Er zijn vooral winkels aanwezig in het lagere segment; zo zijn er meerdere tweedehandswinkels, en outlets op het gebied van wonen en woninginrichting, zoals WinjeWanje. Voor de dagelijkse voorzieningen bestaat het aanbod uit een buitenlandse supermarkt Aljawad en een halal slagerij. Verder is ook de horeca vertegenwoordigd; het gaat dan niet zozeer om detailhandel ondersteunende horeca als wel om gericht te bezoeken horeca, deels avondhoreca. Zo zijn er enkele coffeeshops aanwezig en buitenlandse eettentjes. Tussen dit alles door staan woonhuizen en is dienstverlening aanwezig. Ook is te zien dat diverse panden eerder een winkelfunctie gehad hebben, maar inmiddels zijn 'getransformeerd' naar wonen.

Het Vliet is als aanvoerrote naar het centrum prima bereikbaar vanuit de aangrenzende wijken, maar ook vanuit de rest van oostelijk Leeuwarden. De zichtlijnen en looproutes zijn duidelijk; het is één straat. Wel is het zo dat de winkels inmiddels over een behoorlijke afstand zijn verspreid, met veel andere functies ertussen. De compactheid is dan ook maar matig. Het merendeel van de winkels zit westelijk van de Bleeklaan, maar ook oostelijker zijn nog winkels gevestigd. De inrichting van de openbare ruimte is rommelig en niet aantrekkelijk. Het oogt als een doorgaande route, waar het verkeer dan ook de belangrijkste functie is. Er is geen beleving in de straat aanwezig. Veel van de panden ogen sterk verouderd en slecht onderhouden. Overige voorzieningen als een gezondheidscentrum zijn niet aanwezig in de straat.

De parkeergelegenheid is over het algemeen ruim voldoende. Er is sprake van parkeren aan beide zijden van de straat; het gaat om betaald parkeren. De plaatsen zien er kwalitatief redelijk uit. Fietsenklemmen zijn nauwelijks aanwezig, slechts bij een enkele winkel of horecagelegenheid zijn er een paar te vinden.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Regionale afstemming van Leeuwarden over het beleid met andere gemeenten vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In de wijk Vliet is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is er sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel aan het Vliet.

In het Vliet is in principe een ondernemersvereniging aanwezig, de OV Vlietzone. Deze niet erg actieve vereniging neemt wel deel aan het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. Het geld is besteed aan een website, het Vijverparkfestival, het lichtplan Vlietzone en voor het verwijderen van graffiti. Een centrummanager is niet actief aan het Vliet.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn aan het Vliet toont Google inderdaad een kaartvenster met enkele winkels. Een gezamenlijke website is inmiddels aanwezig, maar dan moet de bezoeker weten dat het gebied als Vliet**zone** bekend is. Op deze site zijn overigens geen winkels te vinden. De zoekresultaten van Google zijn vooral blogs (Leuketip.nl) en verzamelsites (Opiness.nl). De blogs gaan over Leeuwarden in het algemeen en niet over de Vliet, waardoor de consument geen duidelijk en aantrekkelijk beeld van het winkelgebied krijgt.

Om bij Google te ontdekken wat er te doen is aan het Vliet biedt Google weinig. Bovenaan in Google staan resultaten van TripAdvisor en Dagjeweg.nl; deze tonen recreatiemogelijkheden in Leeuwarden in het algemeen, niet gericht op het Vliet. De website van Wijkpanel de Vlietzone wordt gevonden; deze bevat voor bezoekers van de winkelstraat geen relevante informatie. De website Vlietzone geeft een agenda van het wijkpanel. Verder is er geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount van de ondernemers. De meeste winkeliers zijn wel zelf actief op Facebook; Instagram wordt nauwelijks gebruikt.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het Vliet weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Goed bereikbaar	Geen eenheid, niet herkenbaar als winkelgebied
	Veel niet-winkel functies
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Samenwerking ondernemers	Verdere leegstand
	Verloedering
	Groei online winkelen

Noord- en Zuidvliet is een voorbeeld van een voormalige winkelstraat/aanloopstraat, waar de oorspronkelijke functie niet meer aanwezig is. Mede door de lage huren zijn hier veel winkels in het

lage segment aanwezig, met ieder zo z'n eigen trekkracht. Door samen te werken zouden de ondernemers zich meer als een geheel kunnen presenteren; het aanbod kent immers wel overeenkomsten. De straat leent zich niet (meer) als broedplaats van startende ondernemers; daarvoor is de afstand tot het centrum van Leeuwarden te groot. Op den duur zullen hier naar verwachting meer winkels vertrekken of omgebouwd worden naar woningen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals het huidige en toekomstige Cambuurstadion, en de toevoeging van o.a. de kern Stiens, aan te bevelen. De meest recente detailhandelsvisie dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Als aanloopgebied heeft de straat z'n functie min of meer verloren. Bovendien ligt het winkelgebied aan het Cambuurplein vlakbij. Actief beleid is hier geen prioriteit.
- Online is weinig tot niets te vinden over de Vlietzône; slechts enkele winkels komen naar voren. De ondernemers kunnen met een website veel duidelijker het aanbod, met daarin de nodige overeenkomsten, onder de aandacht brengen dan nu gebeurt.
- De aanwezige ondernemers werken weinig samen, hetgeen ook blijkt uit het ontbreken van een website. Wellicht kan een opleidingstraject met bijvoorbeeld het MKB meer saamhorigheid onder de ondernemers brengen.

LEEUWARDEN - VLIET							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	21	21	100%				
m2 wvo winkels	4.177	4.177	100%				
Aantal inwoners	2.034	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	13,8%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	35,0%	omgeving Vliet		28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v						
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v	v				
Compactheid winkelgebied	v	v					
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte	v	v					
Ondersteuning daghoreca	v						
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?		v	wel buitenlandse super				
Fullservice/discount	nvt						
% dagelijks aanbod	6%						
Trekkers	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	niet aanwezig						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	169	169	100%	2,7%	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	3,4%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>fictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	100%	0%	0%				
m2 wvo	100%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OV Vlietzone				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Geen 'hit' bij Vliet, wel Vlietzone; geen winkels					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Google vindt geen activiteiten					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	230	42	186	2.760	790	169	4.177
vkp	3	1	2	8	5	2	21
per 1.000 inwoners	113	21	91	1.357	388	83	2.054
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	<b>dagelijks</b>	<b>mode&amp;luxe</b>	<b>vrije tijd</b>	<b>in/om huis</b>	<b>detalh.ov.</b>	<b>leegstand</b>	<b>totaal</b>
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# LEEWARDEN – WESTEINDE

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het winkelcentrum Westeinde ligt in de gelijknamige wijk, aan de Pieter Sipmawei. Deze aan de westzijde van Leeuwarden gelegen wijk is duidelijk begrensd. Aan de zuidzijde ligt de Harlingerstraatweg, een grote invalsweg voor Leeuwarden. Westelijk en noordelijk is geen bebouwing meer aanwezig. Aan de oostzijde ligt een brede groenstrook, en vervolgens een oudere wijk van Leeuwarden, het Valeriuskwartier. Ondanks enkele fietsverbindingen zijn deze wijken niet erg verbonden met elkaar. Het kleine winkelcentrum ligt direct bij de invalsweg de wijk in. De wijk Westeinde is relatief gering in omvang, en telt 3.848 inwoners. Het inwonertal is stabiel tot licht dalend. Het inkomensniveau van de wijk ligt ongeveer op het gemiddelde van de stad Leeuwarden. Bij de leeftijdsverdeling zijn wel enige verschillen met het gemiddelde van Leeuwarden te constateren. Het percentage 65+'ers in de wijk Westeinde (24,7) ligt ruim boven het gemiddelde van de stad (18,0%) en het Nederlands gemiddelde (18,8%). Er is dus sprake van aanzienlijke vergrijzing in Westeinde, waardoor het inwonertal de komende jaren naar verwachting zal blijven dalen. Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) ligt in Westeinde redelijk op het Fries gemiddelde, maar onder het gemiddelde van de stad Leeuwarden.

Het winkelcentrum in Westeinde bestaat in feite alleen uit 2 supermarkten, met beide een relatief geringe oppervlakte. Er zijn in het winkelcentrum 3 winkelpanden aanwezig, met in totaal ruim 1.440 m<sup>2</sup> vvo. Het gaat om de supermarkten van Poiesz (inclusief slijterij) en Lidl. Aanvullend zijn er een snackbar, een kapsalon en een Chinees afhaalrestaurant te vinden. Er staan geen panden leeg. Het winkelcentrum is naar binnen gericht.

## GEBIEDSASPECTEN

De variatie en de kwaliteit van het winkelcentrum zijn matig. Er zijn in feite twee te kleine supermarkten aanwezig. Zowel Poiesz als Lidl zijn kleiner dan 800 m<sup>2</sup> wvo, zodat nauwelijks sprake kan zijn van een volledig en modern assortiment. Verder is er vrijwel geen detailhandelsaanbod aanwezig. Wel liggen andere wijkvoorzieningen als een gezondheidscentrum en een wijkcentrum in de directe nabijheid.

De supermarkten zijn prima bereikbaar via de entreeweg van de wijk. Het winkelcentrum – weliswaar de achterzijde ervan – is dan niet te missen. Rondom liggen verschillende parkeerplaatsen, maar de meeste zijn te vinden aan de noordzijde op twee kleine parkeerterreintjes. De overzichtelijkheid is dankzij het beperkte aantal winkels prima; zichtlijnen en looproutes zijn duidelijk. De compactheid van de voorzieningen in de wijk Westeinde is goed. Enige sfeer en gezelligheid ontbreken echter volledig; het draait dan ook uitsluitend om het zeer doelgericht bezoeken van de supermarkten. Daghoreca is in de vorm van een snackbar aanwezig. De inrichting van de openbare ruimte moet vooral functioneel zijn, met een goede bereikbaarheid en goede parkeermogelijkheden. Het aantal parkeerplaatsen is min of meer voldoende, maar kwalitatief oogt het geheel nogal verouderd. Met name bij de afvalcontainers wordt de weg geblokkeerd. Fietsenklemmen zijn bij de supermarkten wel voldoende aanwezig.

Het winkelcentrum in Westeinde heeft een duidelijke wijkfunctie; door de geringe oppervlakte van de supermarkten wordt deze functie slechts beperkt ingevuld.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In de wijk Westeinde is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor het winkelcentrum in de wijk.

In Westeinde is een redelijk actieve ondernemersvereniging aanwezig, POW-er (Platform Ondernemend Westeinde). Zij hebben zich ook aangesloten bij het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen bij actieve deelname gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. POW-er heeft dit vooral besteed aan ondernemersbijeenkomsten en een wijkfeest. Voor het centrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn in Westeinde kan hij/zij niet terecht op een gezamenlijke website; deze is niet aanwezig. In het suggestievenster met Google

Maps-resultaten toont Google, naast de Poiesz en de Lidl, de winkelcentra Zaailand en Bilgaard. Op een dergelijke website kunnen dus ook geen activiteiten gevonden worden. Lokaal georganiseerde activiteiten worden wel weergegeven op de website van Wijkbelang Westeinde.

Niet geheel onverwacht is er evenmin sprake van een gezamenlijke Facebookpagina van het winkelcentrum. Ook hier worden andere winkelcentra gesuggereerd door Facebook. Wel herkent Facebook de wijk; er is wel een Facebookpagina van de wijkvereniging. Op Instagram is geen activiteit te zien. Om te voorkomen dat andere winkelcentra de zoekresultaten overnemen, is een eigen website of gezamenlijke social media wel op z'n plaats.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de winkels in de wijk Westeinde weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Bereikbaarheid	Parkeren rommelig
Aanwezigheid overige voorzieningen	Te kleine supermarkten
Geen leegstand	Online zichtbaarheid

<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Online vindbaar worden	Beperkt consumentendraagvlak wijk
Eén volwaardige supermarkt	Vergrijzing
	Te beperkt aanbod

Het winkelcentrum in de wijk Westeinde draait vooral op de aanwezige supermarkten. Helaas zijn ze beide gering in oppervlakte, waardoor zeker op den duur de winkels niet meer tegemoet kunnen komen aan de wensen en verwachtingen van de consument. Er bestaan plannen voor uitplaatsing van de Lidl naar het WTC-terrein, waarna Poiesz de vrijkomende meters in gebruik kan gaan nemen. Dit zal de positie van het winkelcentrum versterken. Wel is het goed dat ook overige voorzieningen geclusterd bij het winkelcentrum aanwezig zijn. Het centrum is zelf ook goed bereikbaar. Het draagvlak voor de supermarkten is op dit moment beperkt; door vergrijzing en de toename van online shoppen zal dit draagvlak de komende jaren verder afnemen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. de kern Stiens, aan te bevelen. De meest recente detailhandelsvisie dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De wijk biedt in principe voldoende draagvlak voor een winkelcentrum. Idealiter is hier dan één supermarkt van voldoende omvang aanwezig. Zeker met het oog op het bevolkingsprofiel en een te verwachten verdere daling van het draagvlak is dit van noodzakelijk belang. Bovendien is het winkelcentrum op dit moment gedateerd en naar binnen gericht. Een complete vernieuwingsslag met vervolgens één moderne supermarkt biedt een sterker en aantrekkelijker wijkcentrum dan nu het geval is, ook al functioneert het naar behoren.
- Daarnaast kan de parkeersituatie verbeterd en vooral ook gemoderniseerd worden. Samen met het winkelcentrum zou het in z'n geheel opgepakt moeten worden. De totale uitstraling kan beter; bij binnenkomst van de wijk zie je vooral de gesloten buiten-/achterkant van de winkel(s).
- Online is weinig tot niets te vinden over het winkelcentrum; de bezoeker komt zelfs terecht bij andere winkelcentra. Met twee concurrerende supermarkten en weinig aanvullende voorzieningen is het lastig om gezamenlijk iets op te zetten. Wellicht is het mogelijk om bij het Wijkbelang aan te sluiten. Online zichtbaarheid – bijvoorbeeld over openingstijden – wordt steeds belangrijker.



LEEWARDEN - WESTEINDE							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	3	3	100%				
m2 wvo winkels	1.441	1.441	100%				
Aantal inwoners	3.848	stijgend/ <i>gelijk</i> / <i>dalend</i>		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	24,7%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	27,7%			28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v						
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief	v	v					
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	2		2				
Fullservice/discount	1/1		Lidl, Poiesz				
% dagelijks aanbod	100%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		POW-er				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 1/5	Geen gezamenlijke website					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	website Wijkbelang					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.441	0	0	0	0	0	1.441
vkp	3	0	0	0	0	0	3
per 1.000 inwoners	374	0	0	0	0	0	374
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# LEEWARDEN – NIJLÂN

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het winkelcentrum ligt aan het Willem Alexanderplein in de wijk Nijlân. Deze wijk ligt in het zuiden van Leeuwarden. Nijlân is een duidelijk begrensde wijk; aan de noordkant door de rondweg, aan de zuidkant door het Van Harinxmakanaal, aan de westzijde loopt een spoorlijn en liggen sportvelden, en oostelijk van Nijlân ligt de Oostergostraat, een belangrijke route vanaf de snelweg Leeuwarden in. Het winkelcentrum ligt redelijk centraal in de wijk. De wijk kenmerkte zich de afgelopen jaren door relatief veel renovatieprojecten van woningen en flats. Hierdoor schommelt het inwonertal ook enigszins, maar de afgelopen paar jaar is het inwonertal weer gedaald. Er wonen nu 3.720 mensen. Het inkomensniveau van de wijk ligt ongeveer op het gemiddelde van de stad Leeuwarden. Het percentage 65+'ers in de wijk (24,0) ligt ruimschoots boven het gemiddelde van de stad (18,0%) en het Nederlands gemiddelde (18,8%). Er is dus sprake van aanzienlijke vergrijzing. Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) ligt juist lager dan gemiddeld.

Het winkelcentrum in Nijlân is sterk gedateerd. Het kent een overdekt en een 'buiten'-gedeelte. Met name het overdekte gedeelte, waarin de entrees van de supermarkten gelegen zijn, oogt verouderd. In totaal zijn er 9 winkelpanden aanwezig, met in totaal ruim 2.000 m<sup>2</sup> wvo. De belangrijkste trekkers in het winkelcentrum zijn de supermarkten; dit zijn twee discounters, te weten Lidl en Aldi. De Lidl is nog vrij nieuw en modern. Verder is het winkelaanbod beperkt. Aan het plein zijn een bakker, een DA-drogist en een bloemenshop gevestigd. Verder zit er nog een cafetaria en een kapper.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt meer dan 14%, maar het gaat om slechts 2 kleine pandjes, waarvan de leegstand niet echt storend is. Naar oppervlakte bedraagt het leegstandspercentage slechts 2,3%. Het gaat om frictieleegstand (korter dan 1 jaar leeg); één van de pandjes leek alweer gevuld te gaan worden.

## GEBIEDSASPECTEN

De variatie en kwaliteit van het winkelcentrum zijn ongeveer wat een bezoeker van dit winkelcentrum zal verwachten, zeker niet meer. Met twee discounters is het aanbod aan supermarkten niet gevarieerd, maar er is nog wel een bakker en een drogist aanwezig. De Aldi is relatief klein in oppervlakte.

Het winkelgebied is prima bereikbaar vanuit de wijk, zowel via de Nijlânsdyk als via de Prinsessenweg. De overzichtelijkheid is vanaf het Willem Alexanderplein prima; vanwege de U-vorm van het winkelcentrum met het parkeren ertussen is, liggen alle winkels in het zicht. Vanaf de noordzijde is de entree van het winkelcentrum ook prima te vinden. De compactheid van het winkelcentrum is uitstekend. De sfeer en gezelligheid van een winkelcentrum worden vooral bepaald door de inrichting van de openbare ruimte. Deze is met name vanaf de zijde Prinsessenweg onder de maat. Het ziet er niet schoon en erg gedateerd uit. Enige ondersteunende daghoreca is overigens wel aanwezig dankzij de aanwezigheid van de snackbar. Andere centrumvoorzieningen zoals het wijkteam, ligt ook direct in het winkelcentrum.

Bezoekers met de auto kunnen aan beide zijden van het winkelcentrum parkeren. Aan de zijde van de Prinsessenlaan liggen relatief weinig plaatsen, hoewel men ook half op de stoep mag parkeren. Kwalitatief zien deze plaatsen er matig uit. De parkeervoorziening voor auto's aan de pleinzijde voldoet beter aan de wensen van de bezoekers. Fietsenklemmen zijn volop aanwezig.

Winkelcentrum Nijlân kent een zuivere buurtfunctie; weinig bezoekers zullen van buiten de wijk komen. Wel is het zo dat de supermarkt van Lidl de enige Lidl in Leeuwarden ten zuiden van de spoorlijn en het centrum is, eenvoudig op de fiets te bereiken. De grote Lidl in Zuidlanden is vooral per auto een echte trekker.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In de wijk Nijlân is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is er sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor het winkelcentrum aan het Willem Alexanderplein.

In de wijk Nijlân is ondernemersvereniging (OV) Nylân aanwezig; deze is redelijk actief. Deze vereniging neemt ook deel aan het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. In Nylân is het geld met name besteed aan sfeerverlichting, aankleding van het winkelcentrum en aan camerabeveiliging. Voor het centrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn aan het Willem Alexanderplein in Nijlân dan blijkt dat er geen gezamenlijke website aanwezig is. Verzamelsites geven een onvolledig beeld van het winkelaanbod. Google geeft de winkels duidelijk weer op de kaart, maar veel bedrijven hebben hun Google Mijn Bedrijf-profiel onvolledig ingevuld. Een activiteitenkalender ontbreekt.

Op het gebied van de social media bestaat er alleen een onofficiële Facebookpagina van het winkelcentrum; deze brengt slechts een parkeerschade van een bezoeker naar boven. Verschillende winkels hebben wel zelf een eigen Facebookpagina. Een gezamenlijk Instagramaccount is evenmin aanwezig; slechts één winkel is individueel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied in de wijk Nijlân weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Goede Lidl; enige in Leeuwarden Zuid	Uitstraling
Enig aanbod aanvullend dagelijks	Sterk verouderd en vies (passage)
Centraal in de wijk gelegen	Samenwerking ondernemers
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Website en social media	Vergrijzing in de wijk
	Beperkt draagvlak

De wijk Nijlân is qua inwonertal niet erg groot en de wijk vergrijsst. In het winkelcentrum zijn twee discounters aanwezig, waarvan de Aldi aan de kleine kant is. Het consumentendraagvlak is gering. In de wijk heeft al de nodige renovatie plaatsgevonden, maar deze is nog niet afgerond; met de vernieuwbouw kan het draagvlak wel iets versterkt worden. Evenals een deel van de wijk is ook het winkelcentrum sterk gedateerd, vooral vanaf de zijde Prinsessenlaan. De supermarkt van Lidl is een sterke trekker. Het aanvullende aanbod ligt bovendien redelijk op peil voor deze wijk. De uitstraling vanaf het Willem Alexanderplein is met deze winkels dan ook beter dan de uitstraling vanaf de noordzijde. Vooral de passage met de entrees van de supermarkten wordt niet goed onderhouden. Dat de samenwerking tussen de ondernemers niet optimaal is, blijkt ook uit het ontbreken van een goede website of andere gezamenlijke uitingen op social media.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen en de toevoeging van o.a. de kern Stiens, aan te bevelen. De meest recente detailhandelsvisie dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- In de wijk vindt enige renovatie plaats. Voor het winkelcentrum is modernisering ook absoluut gewenst. Het centrum oogt erg gedateerd. Opvallend is dat in het centrum twee discounters aanwezig zijn. De Lidl heeft een moderne oppervlakte, terwijl de Aldi aan de kleine kant is. Een complete vernieuwingsslag met één moderne supermarkt biedt een sterker en aantrekkelijker wijkcentrum dan nu het geval is. In de praktijk zal het evenwel lastig te realiseren zijn.
- Daarnaast kan de parkeersituatie verbeterd en vooral ook gemoderniseerd worden. Samen met het winkelcentrum zou het in z'n geheel opgepakt moeten worden. De totale uitstraling kan beter; vooral de noordzijde van het winkelcentrum is erg gesloten en onaantrekkelijk.
- Online is weinig te vinden over het winkelcentrum; een compleet beeld is niet te krijgen. De redelijk actieve ondernemersvereniging kan wellicht een gezamenlijke website opzetten en de al bestaande Facebookpagina claimen. Dan kunnen de winkels (en overige voorzieningen) goed in beeld gebracht worden. Online zichtbaarheid – bijvoorbeeld over openingstijden – wordt steeds belangrijker.

LEEUWARDEN - NIJLÂN/WA-pln.							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	9	9	100%				
m2 wvo winkels	2.025	2.025	100%				
Aantal inwoners	3.720	stijgend/gelijk/ <i>dalend</i>		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	24,0%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	25,4%			28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				wijkteam, benzinestation			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief	v	v					
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	2		2				
Fullservice/discount	0/2		Aldi, Lidl				
% dagelijks aanbod	87%						
Trekkers niet-supermarkt	DA						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	70	70	100%	2,3%	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	22,2%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	100%	0%	0%				
m2 wvo	100%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Geen gezamenlijke website, onvolledig beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Geen activiteitenkalender te vinden					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.759	0	0	106	90	70	2.025
vkp	4	0	0	2	1	2	9
per 1.000 inwoners	0	0	0	0	0	0	0
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# LEEWARDEN – DE CENTRALE

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het grootschalige winkelgebied de Centrale in Leeuwarden vervult een functie voor heel Leeuwarden en een aanzienlijk regiogebied. Het winkelgebied wordt een 'retailpark' genoemd; dit winkelgebied onderscheidt zich onder meer van de overige winkelgebieden omdat sprake is van slechts één eigenaar. Leeuwarden telt zo'n 100.000 inwoners exclusief de buitengebieden. De komende jaren zullen er nog woningen gebouwd worden, zodat het inwonertal voorlopig nog iets kan toenemen. Het inkomensniveau van heel Leeuwarden ligt onder het Nederlands gemiddelde. Het percentage 65+'ers in Leeuwarden (18,0) ligt iets onder het Nederlands gemiddelde (18,8%). Er is dus geen sprake van vergrijzing. Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) ligt iets hoger dan het gemiddelde; in de stad wonen relatief veel studenten.

De Centrale is opgezet als een grootschalig perifeer winkelgebied, met winkels van grote omvang in met name de hoofdbranche In/Om Huis, zoals de woonbranche, de branche Vrije Tijd en de DHZ-branche. Daarnaast zijn ook aanbieders in de mode-, sport- en elektronicabranches vertegenwoordigd. In totaal is het winkelaanbod op dit moment ruim 25.600 m<sup>2</sup> vvo groot, verdeeld over 21 winkelpanden. Er is ruimte aanwezig voor verdere uitbreiding van het retailpark; hiervoor bestaan inmiddels concrete plannen. Supermarkt Aldi heeft de wens geuit om naar de Centrale te verhuizen; elders zullen dan meters in de detailhandel dienen te verdwijnen. De Centrale ligt aan de oostelijke rondweg van Leeuwarden, met aan de noord- en zuidzijde water (het Kanaal en het Vliet). Hiermee is het gebied duidelijk afgebakend. Aan de oostkant ligt nog een stuk grond beschikbaar voor verdere uitbreiding. De winkels liggen allen dicht bij elkaar, met het parkeren ertussenin.

Zelfstandige ondernemers zijn nauwelijks aanwezig, het gaat vooral om ketenbedrijven. Bekende namen zijn onder meer Praxis, Decathlon, Mediamarkt, Beter Bed en Kwantum. Opvallend is dat

naast de 'standaard' branches op dit type winkelgebieden ook sprake is van andere aanbieders, zoals Blokker, Big Bazar, Bristol en Action. Leegstand is niet aanwezig op de Centrale.

## GEBIEDSASPECTEN

Het aanbod van de Centrale ligt hoofdzakelijk binnen de bekende PDV/GDV-branches, maar biedt ook ander en minder voor de hand liggend aanbod. Bovendien zal een supermarkt aan het aanbod worden toegevoegd. De variatie aan winkels is dan ook groot. Het accent bij het aanbod ligt op het midden- en lagere segment.

De bereikbaarheid van het winkelgebied is in orde; het ligt weliswaar niet aan de buitenrand van Leeuwarden, maar wel aan de binnenring. Op diverse locaties staat met borden de Centrale aangegeven. Bij de afslag zelf staat de naam evenwel niet vermeld, ook is er geen verwijzing naar de Kanaalweg voor de entree. De zichtbaarheid is goed, vanaf de ringweg zijn diverse winkels te zien. Vanaf de Kanaalweg is de hoofdentree zichtbaar met meerdere winkels. De winkels liggen rondom de route over het parkeerterrein, zodat de looproutes heel duidelijk zijn. De compactheid van dit doelgerichte winkelgebied is eveneens goed; alle winkels zitten direct aansluitend naast elkaar. De inrichting van de openbare ruimte is bij dit type winkelgebieden meestal gericht op de functionaliteit; dat is bij de Centrale niet anders. Het 'binnenterrein' oogt krap en rommelig, met weinig aandacht voor inrichtingselementen. Het is voortdurend uitkijken voor in- en uitrijdende auto's, ondanks de aanwezigheid van drempels en enkele oversteekplaatsen. De rijrichting ligt op de meeste plaatsen vast, het is voornamelijk eenrichtingsverkeer. Groen ontbreekt volledig in het gebied. Het is derhalve geen sfeervol verblijfsgebied. Wel is horeca aanwezig, met name op het gebied van fastfood. Het aantal parkeerplaatsen (meer dan 1.000 gratis plaatsen) is voldoende. Aan de oostkant zijn veel extra parkeerplaatsen aangelegd; de afstand tot de winkels is dan iets groter, maar extra capaciteit is geen overbodige luxe in dit type winkelgebieden. Wanneer Aldi wordt toegevoegd vraagt dit om extra plaatsen. Op een aantal plekken in het gebied zijn fietsenklemmen aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Verder is in 2018 een Visie op de Centrale vastgesteld, in relatie tot de binnenstad en de WTC-ontwikkeling. Belangrijk is dat de verschillende winkelgebieden elkaar zoveel mogelijk gaan ondersteunen, en niet beconcurreren. Er vindt vanuit Leeuwarden geen regionale afstemming plaats over het beleid met andere kernen in de omgeving. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid, en specifiek over de Centrale. Op de Centrale is geen sprake van parkeermonitoring; het betreft particulier terrein, waar de parkeernormen gehanteerd worden. Evenmin is er sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor het winkelgebied de Centrale.

Op de Centrale is geen ondernemersvereniging actief in de traditionele zin van het woord, maar er is wel sprake van een winkeliersvereniging. Deze spreekt namens de ondernemers ook met de eigenaar; er worden gezamenlijk activiteiten ondernomen, waarbij de marketing professioneel



wordt opgepakt. Voor het centrum is geen specifieke centrummanager actief, maar ook hier verzorgt de eigenaar de nodige acties. De aanwezige parkmanager draagt zorg voor de praktische zaken.

## SOCIAL MEDIA

De Centrale beschikt over een gezamenlijke website. Deze toont in één duidelijk overzicht alle winkels, waarbij elke winkel een eigen pagina met uitgebreide omschrijving, contactgegevens en openingstijden heeft. Dit is precies hetgeen een bezoeker zoekt. De evenementenkalender op de gezamenlijke website is leeg. Google vindt evenmin andere resultaten die activiteiten op de Centrale vermelden.

De gezamenlijke Facebookpagina bevat volop evenementen, acties en prijsvragen. Er is geen gezamenlijk Instagramaccount. Diverse winkels zijn individueel op Instagram actief. Veel bezoekers taggen de locatie in hun posts.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de Centrale in Leeuwarden weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Groot aanbod	Inrichting openbare ruimte
Voldoende parkeerplaatsen	Sfeer
Regionale trekkers	

<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Uitbreidingsmogelijkheden	Groei online aankopen
Website en social media	
Relatie met binnenstad	

Retailpark de Centrale in Leeuwarden is een grootschalig winkelgebied met een groot aanbod in diverse branches. Het accent ligt op wonen/woninginrichting en leisure, maar ook andere groepen zijn aanwezig. Grote trekkers zijn o.a. Decathlon en Mediamarkt. Decathlon zit in het Noorden naast Leeuwarden alleen in de stad Groningen; Mediamarkt zit ook in Drachten. Het aantal parkeerplaatsen op de Centrale is groot, maar niet evenredig verdeeld; het oostelijke deel ligt op relatief grote afstand. De inrichting van de openbare ruimte nodigt ook niet uit om iets verder te lopen; het oogt rommelig en gedateerd. Enig groen ontbreekt en het geheel is sfeerloos.

De Centrale heeft de mogelijkheid tot verdere uitbreiding en toevoeging van sterke formules. Hiermee kan het aanbod verder versterkt worden; belangrijk is om hierbij de relatie met de binnenstad in het oog te houden. Elk winkelgebied kent zijn eigen profiel, waarbij op de Centrale het grootschalige aanbod de boventoon voert. Wellicht kan samenwerking met de binnenstad het 'product Leeuwarden' beter onder de aandacht worden gebracht. Op dit moment is sprake van een goede website en Facebookpagina. De evenementen worden uitsluitend op Facebook gecommuniceerd. Een uitbreiding hiervan naar de website is aan te bevelen. Bezoekers bekijken veelal slechts een van de twee. De ondernemers en winkels kunnen met foto's beter in beeld gebracht worden; ook Instagram is hiervoor een goed middel. Hier liggen kansen om te benutten. De grootste bedreiging voor de toekomst ligt op het gebied van het online shoppen. Deze manier van winkelen blijft nog altijd groeien, en zeker op het gebied van de op de Centrale aanwezige branches. Het onderscheidende vermogen moet sterk aanwezig zijn en duidelijk gemaakt worden aan een consument; er moet een meerwaarde zijn voor de consument om een dergelijk gebied te bezoeken. Daarom zijn ook op dit type winkelgebieden de inrichting van de openbare ruimte en andere randvoorwaarden wel degelijk van belang.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en o.a. de uitbreidingen van de Centrale zelf, aan te bevelen. De meest recente detailhandelsvisie dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De verdeling van de parkeerplaatsen over het gebied en de routing zijn niet optimaal; wellicht wordt dit bij de uitbreiding van het gebied al opgepakt, maar het verdient zeker aandacht. Ook de verwijzing naar de Centrale vanaf de binnenring kan verbeterd worden.
- De inrichting van de openbare ruimte draagt weinig bij aan de sfeer op de Centrale. Het oogt rommelig en vol in het gebied, en groen ontbreekt geheel. Veel van de aanwezige branches op de Centrale worden online erg goed gevonden; het gebied zal een duidelijke meerwaarde moeten bieden ten opzichte van de webshops. Sfeerelementen zijn hier - ook op dit type winkelgebied - onderdeel van.
- De online zichtbaarheid en vindbaarheid zijn goed, dankzij de gezamenlijke website. Hieraan kunnen de activiteiten toegevoegd worden voor nog meer informatie. Ook Facebook is goed uitgevoerd, maar hier kunnen ondernemers en winkels uitgebreider onder de aandacht gebracht worden.
- Op basis van een helder DNA-profiel kunnen er samenwerkingsrelaties worden gelegd tussen de binnenstad en de Centrale.



LEEWARDEN - DE CENTRALE							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	21	21	100%				
m2 wvo winkels	25.672	25.672	100%				
Aantal inwoners	123.130	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	18,0%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	30,2%	gem. Leeuwarden		28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca			v	mn. snackfood			
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v		verdeling over gebied			
Parkeergelegenheid kwalitatief	v						
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?		v					
Fullservice/discount	0/0						
% dagelijks aanbod	0%						
Trekkers niet-dagelijks	Decathlon, Mediamarkt, Praxis, Action						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v				
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
<b>aandeel kernwinkelgebied</b>	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2018 Visie op de Centrale, 2014 det.visie				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v					
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 5/5	Gezamenlijke website aanwezig, alle winkels overzichtelijk					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 1/5	Lege pagina					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	0	3.871	4.515	17.286	0	0	25.672
vkp	0	4	3	14	0	0	21
per 1.000 inwoners	0	31	37	140	0	0	208
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# LEEWARDEN – ALDLÂN

## TOELICHTING RAPPORTAGE

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het winkelcentrum Aldlân ligt aan het Zevenblad, op de hoek met de Stinzenflora in de wijk Aldlân-Oost. De wijk Aldlân, bestaande uit Oost en West, ligt in het zuiden van Leeuwarden. Aldlân is een duidelijk begrensde wijk; aan de noordkant door de rondweg, aan de zuidkant door het Van Harinxmakanaal, aan de oostzijde door het water de Wide Greens en aan de westzijde door de Oostergostraat, een belangrijke route vanaf de snelweg Leeuwarden in. Aldlân Oost en West zijn 'normaal' op maaiveldniveau met elkaar verbonden. Tussen beide wijken door loopt een weg vanaf de Haak om Leeuwarden verdiept naar de ringweg. Door de verdiepte ligging en de doorgaande route in de wijk vormen de wijken redelijk een geheel. Het winkelcentrum ligt in het oostelijke deel; in Aldlân-West is geen winkelvoorziening. Direct tegen Aldlân-West aan ligt de buurt Rapenburg; deze valt ook binnen de hiervoor genoemde begrenzing. In de wijk Aldlân-Oost wonen 3.718 mensen. In Aldlân-West (1.983 inwoners) en Rapenburg samen wonen nog eens 3.089 personen. Het inkomensniveau van de wijk ligt ongeveer op het gemiddelde van de stad Leeuwarden. Alleen in de wijk Rapenburg ligt dit beduidend boven het gemiddelde van Leeuwarden. Ook wat leeftijdsverdeling betreft wijkt Rapenburg sterk af. Het percentage 65+'ers in de wijk Aldlân (22,3) ligt boven het gemiddelde van de stad (18,0%) en het Nederlands gemiddelde (18,8%). Dit komt vooral door West; in Oost is er nauwelijks verschil met het gemiddelde. In Rapenburg is mede door de aanwezigheid van een grote serviceflat het percentage 65+'ers erg hoog, namelijk 55,4%. Er is dus sprake van enige vergrijzing in Aldlân. Het aandeel jongeren (onder 25 jaar) ligt in Aldlân redelijk op het gemiddelde.

Het winkelcentrum in Aldlân bestaat in feite alleen uit 2 supermarkten, die beide vernieuwd zijn. In totaal zijn er 4 winkelpanden aanwezig, met in totaal ruim 1.700 m<sup>2</sup> vvo. Het gaat om de twee

supermarkten van Poiesz (inclusief slijterij) en Aldi, en een apotheek. Verder is er nog een kapsalon aanwezig. Er staan geen panden leeg.

## GEBIEDSASPECTEN

De variatie en kwaliteit van het winkelcentrum zijn ongeveer wat een bezoeker van dit winkelcentrum zal verwachten. Het belangrijkste is dat er 2 supermarkten aanwezig zijn, en wel een discounter en een fullservice-supermarkt. Aanvullend is het aanbod zeer beperkt. Wel fungeert het winkelgebied als de plek voor voorzieningen; naast een wijkcentrum is er ook nog een huisartsenpraktijk, een fysiotherapiepraktijk en thuiszorg rondom de supermarkten aanwezig.

De supermarkten zijn prima bereikbaar via de belangrijkste weg in de wijk, de Stinzenflora. De entrees van de supermarkten liggen aan de Salomonszegel, aan de oostzijde de Aldi, aan de westzijde de Poiesz. De overzichtelijkheid is prima; zichtlijnen en looproutes zijn duidelijk. Aan beide kanten van de weg ligt een supermarkt met het parkeerterrein er direct voor. Het parkeerterrein bij de Aldi is tegelijk met de vergroting en vernieuwing van de supermarkt ook vernieuwd. Het gedeelte voor de Poiesz ziet er verouderd en rommelig uit. Het parkeerterrein achter de Poiesz (via een steeg te bereiken) is met name voor de medische voorzieningen bestemd. De compactheid van de voorzieningen in de wijk Aldlân zijn uitstekend. Sfeer en gezelligheid ontbreken echter volledig; het draait hier uitsluitend om het zeer doelgericht bezoeken van de supermarkten. Daghoreca is aanwezig in de vorm van Double FF (luxe cafetaria) en een Chinees restaurant, dat ook tijdens de lunch geopend is. De inrichting van de openbare ruimte moet in zo'n geval vooral functioneel zijn, met een goede bereikbaarheid en goede parkeermogelijkheden. Het aantal parkeerplaatsen is geoptimaliseerd (met name bij de Aldi), maar op spitsmomenten is het krap. Bovendien is het in- en uitrijden rommelig, waardoor snel irritaties kunnen optreden. Fietsenklemmen zijn bij de supermarkten wel voldoende aanwezig.

Het winkelcentrum in Aldlân heeft een echte buurtfunctie; met name voor Aldlân-Oost en -West. Van buiten de wijk zullen weinig bezoekers komen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats, behalve met de kernen die inmiddels deel uitmaken van de gemeente Leeuwarden. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In de wijk Aldlân is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is er sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor het winkelcentrum in de wijk.

In Aldlân is een flink actieve ondernemersvereniging aanwezig, te weten Netwerk Ondernemers Aldlân (NOA). Op deze wijze nemen ze als vereniging deel aan het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Het Netwerk is veel breder samengesteld dan uitsluitend de detailhandel. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen bij actieve deelname gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. In deze wijk is het geld met name

besteed aan Sinterklaasactiviteiten en ondernemersbijeenkomsten. Voor het centrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt welke winkels aanwezig zijn in Aldlân blijkt dat er geen gezamenlijke website aanwezig is. Maar Google suggereert wel direct de Poiesz supermarkt en de Aldi. Er kan geen activiteitenkalender gevonden worden; deze bestaat waarschijnlijk ook niet. Wel houdt de Stichting Wijkorganisatie Aldlân een evenementenkalender bij.

Op het gebied van de social media is er weinig activiteit. Een gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount ontbreekt, zoals te verwachten. Slechts één van de hier gevestigde ondernemingen heeft een actieve Facebookpagina. Op Instagram is niemand actief. Met een winkelgebied van slechts twee supermarkten is het niet verrassend dat ze online gezamenlijk 'onzichtbaar' zijn.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de winkels in de wijk Aldlân weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
2 supermarkten	Parkeren overzichtelijk, maar oogt rommelig (met name bij Poiesz)
Goed bereikbaar	
Overige voorzieningen	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Betere inrichting openbare ruimte	Verdere verrommeling van de omgeving

In feite is in Aldlân geen sprake van een echt winkelcentrum, maar van de aanwezigheid van 2 supermarkten bij elkaar. Deze vullen elkaar goed aan. Wel is verder de nodige medische zorg aanwezig, en een wijkcentrum. Hierdoor fungeert het geheel wel als een centraal punt in de wijk. Het is ook goed bereikbaar. Sinds de vernieuwingen bij de supermarkten functioneert het centrum als zodanig dan ook goed. Het parkeren en de uitstraling is niet optimaal ingericht, kwalitatief en kwantitatief oogt het rommelig. Wel is direct duidelijk waar de parkeergelegenheid is. Een inrichtingsplan voor de openbare ruimte kan de parkeersituatie wat verbeteren en de sfeer in het centrum versterken. De komende periode dient ook opgepast te worden dat de omliggende gebouwen, waaronder het wijkcentrum, kwalitatief niet gaan afzakken naar een te laag niveau. Dit kan nadelige effecten hebben voor de aanwezige overige voorzieningen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de vernieuwing van het Mirocenter, en de toevoeging van o.a. Stiens, aan te bevelen. De meest recente detailhandelsvisie dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Het winkelcentrum fungeert in principe goed. Er zijn enkele punten om verder te verbeteren. Het parkeren oogt rommelig en onoverzichtelijk. Bij Aldi is de parkeersituatie opgeknapt, maar dit betreft slechts een klein gedeelte. In feite zijn er meestal genoeg plaatsen bij de supermarkten beschikbaar, maar slecht te benutten. Met een winkelwagen moet men de stoep op en af, over 'lastige' steentjes.
- Met betrekking tot het parkeren adviseren wij parkeermonitoring, waarbij de parkeerbeettingsgraad van de parkeerplaatsen in de gaten wordt gehouden.
- Daarnaast kan vooral de inrichting van de openbare ruimte gemoderniseerd worden. Het parkeren is hier een onderdeel van. Sfeer ontbreekt grotendeels, terwijl er wel groen aanwezig is.
- Online is weinig meer te vinden over het winkelcentrum dan de Poiesz. De ondernemers(vereniging) zou(den) gezamenlijk de communicatie (website en social media) kunnen oppakken. Online zichtbaarheid – bijvoorbeeld over openingstijden – wordt steeds belangrijker.



LEEWARDEN - ALDLÂN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	4	4	100%				
m2 wvo winkels	1.713	1.713	100%				
Aantal inwoners	5.701	<i>licht stijgend</i> /gelijk/dale		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	22,3%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	27,9%	Aldlân		28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				wijkcentrum, gezondheidscentrum			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief	v						
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	2		2				
Fullservice/discount	1/1		Poesz, Aldi				
% dagelijks aanbod	100%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2014				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		NOA				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."							
Wat bij google: "Wat te doen in...."							
Facebookpagina aanwezig?	ja/nee	Toelichting:					
Instagram aanwezig?	ja/nee	Toelichting:					
<b>Overzicht branchering</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.713	0	0	0	0	0	1.713
vkp	4	0	0	0	0	0	4
per 1.000 inwoners	300	0	0	0	0	0	300
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# GROU

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Grou was de hoofdkern van de voormalige gemeente Boarnsterhim, maar de kern Grou behoort nu al enige jaren tot de gemeente Leeuwarden. De gemeente Leeuwarden telt ruim 122.000 inwoners, het inwonertal van Grou ligt op ruim 5.700. Het inwonertal van dit dorp is de afgelopen jaren vrijwel constant gebleven, en de verwachting is dat het de komende jaren nog op peil zal blijven. Het aandeel 65+'ers in Grou (23,0%) ligt royaal boven het Nederlands (18,8%) en Fries (20,8%) gemiddelde. Er is sprake van vergrijzing in deze plaats. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar ligt daarentegen duidelijk onder het gemiddelde van Friesland en Nederland; er is dus ook sprake van ontgroening. Het inkomensniveau van Grou ligt ruim 10% boven het gemiddelde van de stad Leeuwarden. Grou ligt geografisch gezien in het midden van de provincie, en midden in het merengebied. Het watertoerisme is dan ook van groot belang voor deze plaats. De snelweg A32 loopt westelijk langs de plaats; deze weg verbindt Leeuwarden met Heerenveen en verder. De afstand tot het centrum van Leeuwarden bedraagt ongeveer 14 kilometer. Sneek en Heerenveen liggen op minder dan 20 kilometer afstand.

Het centrum van Grou ligt excentrisch, vlakbij het water. Hier zijn diverse winkels aanwezig, vooral op het gebied van de niet-dagelijkse sector. Het accent op het toerisme is hier relatief groot, en er zijn veel winkels in de mode- en vrijetijdsbranche te vinden. In de dagelijkse sector gaat het vooral om de verswinkels en een supermarkt van Poiesz. Zoals meestal in dit soort oude historische kernen was er voor supermarkten weinig ruimte om uit te breiden. Hierdoor is aan de invalsweg van Grou een nieuw winkelcomplex ontstaan met onder meer 2 supermarkten (Jumbo en Lidl) en Kruidvat. In het historische centrum zijn, naast de Poiesz, onder meer Hema, Bruna, EP en Colors@home gevestigd. Deze winkels zijn vooral aan de Hoofdstraat te vinden, maar daarnaast ook nog op en rondom het Halbertsmaplein. De Blokkervestiging in Grou is gesloten. De onlangs vernieuwde Poiesz is gevestigd aan de Parkstraat, aan het begin van de bewinkeling. In totaal is in Grou sprake

van een aanbod van ruim 14.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 55 winkelpanden. Van het totale aanbod is slechts 38% (in vierkante meters) in het centrum aanwezig, maar in het aantal winkelpanden gerekend 71%. Het gaat dan om 5.369 m<sup>2</sup> en 39 winkels in het centrum. Het totale aanbod is in vergelijking met enkele jaren geleden iets afgenomen. Buiten het centrum en afgezien van de winkels aan de Stationsweg zijn elders ook nog diverse winkels aanwezig, zoals Multimate. Deze liggen verspreid in de plaats, en zijn in een aantal gevallen gerelateerd aan de watersport. Het leegstandspercentage in Grou van ruim 3% is relatief laag, het ligt onder het Nederlands en Fries gemiddelde. Er staan 4 panden leeg in het centrum. In totaal gaat het om ruim 500 m<sup>2</sup> wvo, waardoor een percentage van 3,6% ontstaat. Gemeten naar het aantal panden ligt het leegstandspercentage op 3,7%. Het gaat deels om frictieleegstand (korter dan 1 jaar leeg), en deels om langdurige leegstand (tussen 1 en 3 jaar leeg). Grou heeft een lokale verzorgingsfunctie, met een forse plusfunctie voor het toerisme.

## GEBIEDSASPECTEN

Grou heeft een behoorlijk gevarieerd aanbod aan winkels, groter dan men in een plaats als Grou zou verwachten. Dit heeft veel (zo niet alles) te maken met het toerisme. Ook kwalitatief is sprake van variatie. Het dagelijkse aanbod is met drie supermarkten, in combinatie met speciaalzaken sterk. Het blok met Jumbo, Lidl en Kruidvat aan de Stationsstraat is sterk (met een goede parkeersituatie). Voor het centrum is de aanwezigheid van de Poiesz en de speciaalzaken van belang. Opvallend is met name het grote aanbod aan modewinkels, zowel kleding als schoenen. Verder is de aanwezigheid van een Hema in Grou belangrijk.

De Hoofdstraat vormt samen met het Halbertsmaplein en de verbindende routes het hart van de bewinkeling. Hier is een mix aan functies te vinden; naast veel horeca is hier ook dienstverlening en cultuur aanwezig. Dit maakt het centrum van Grou ook aantrekkelijk voor toeristen. De Hoofdstraat is voetgangersgebied, waardoor de bezoeker rustig kan rondwandelen. De bereikbaarheid van het centrum zelf is goed, maar in het centrum is het lastig manoeuvreren en de weg vinden. De P-route staat aangegeven, maar het eenrichtingsverkeer en de smalle onoverzichtelijke straten maken het oriënteren voor onbekenden lastig. De looproutes in het centrum zijn redelijk duidelijk, maar de zichtlijnen zijn niet optimaal. Vanaf het Halbertsmaplein is de Hoofdstraat niet te zien, en ook vanaf de Stationsweg/Parkstraat heb je niet direct de indruk dat bij de hoek met Poiesz het belangrijkste winkelgebied begint. De poortfunctie is niet direct aanwezig vanaf deze zijde. De compactheid van het centrale winkelgebied is verder prima, alles zit op loopafstand van elkaar. Hierbij is de afgelopen jaren sprake geweest van een vanzelf ontstane verdere concentratie van het aanbod. Binnen Grou als geheel is evenwel sprake van een versnipperd aanbod, aangezien sprake is van een tweede concentratie aan de Stationsweg.

Watersportplaatsen als Grou hebben veelal historisch gezien het nodige te bieden; de sfeer is vaak wel aanwezig. Ook in Grou is dat het geval. Er zijn volop terrassen, de winkelstraat is 'knus', en er valt genoeg te beleven. Grou is een gezellige plaats, hoewel het centrum zich niet echt naar het water gericht heeft. Dit is geen belemmering geweest voor de sfeer in de plaats. De inrichting van de openbare ruimte past ook prima bij een plaats als Grou; het Halbertsmaplein is opnieuw

ingericht, en hier zijn veel groenelementen aan toegevoegd. Ook de muziekkoepeel geeft een leuke (en minder kale) uitstraling aan het plein. Een enkel bankje is aanwezig in het centrum, en er zijn sfeervolle lantaarnpalen, in de zomer voorzien van planten.

Parkeren is in het centrum van Grou – zoals in elke historische binnenstad – lastig. In het centrum is een regime van blauwe zone van kracht, ook bij de supermarkt van Poiesz. Bij het naderen van het centrum is een duidelijk P-route aangegeven, waarbij onderscheid gemaakt is tussen kort en lang parkeren. De terreinen voor lang parkeren zijn gratis. In het centrum is bij Poiesz parkeergelegenheid en op de plek waar de oude Poiesz stond. Verder kan men parkeren op het Halbertsmaplein, de Gedempte Haven en beperkt in de straat. Bij het water zijn ook enkele kleine parkeerterreinen gelegen. Buiten het seizoen kan de bezoeker nog wel een parkeerplaats vinden, maar met het verlengen van het seizoen wordt dit steeds lastiger. De afgelopen jaren is de situatie wel verbeterd. Kwalitatief zien de meeste parkeerplaatsen er goed uit.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Op dat moment was Grou al aan de gemeente toegevoegd. Voor Grou is in de visie opgenomen dat het belangrijk is om ontwikkelingen te richten op het versterken van het centrumgebied. Zo werd een vergroting van de Poiesz ondersteund. In 2013 had de voormalige gemeente Boarnsterhim een actualisatie van de distributieve ruimte in Grou laten opstellen. Regionale afstemming over het beleid voor detailhandel in Leeuwarden of specifiek Grou vindt niet plaats. Vanuit de gemeente is er wel sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. Parkeermonitoring vindt in Grou niet plaats.

In Grou is de Business Club Grou (BCG) aanwezig. Deze vereniging is uitermate actief binnen de eigen kern, maar is ook aanspreekpunt voor de gemeente. De vereniging bestaat voor alle ondernemers in Grou en omgeving. Zij hebben zich ook aangesloten bij het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen bij actieve deelname gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. De BCG houdt regelmatig bijeenkomsten; verder worden de gelden vooral besteed aan diverse evenementen in Grou, algemene promotie van de plaats en aan de intocht van Sint Piter. Er is geen centrummanager aanwezig en er zijn evenmin aparte regelingen voor de detailhandel.

## SOCIAL MEDIA

Als je wilt winkelen in Grou en informatie zoekt, kom je direct bij de gezamenlijke website Grou.nl. Deze staat bovenaan in Google. De website is helaas niet beveiligd. Winkels worden weergegeven in een overzichtelijke lijst, met ieder een eigen pagina. Logo, foto, kaart en beschrijving ontbreken. Bij het zoeken naar activiteiten in Grou vindt Google diverse lokale resultaten, waaronder Grou.nl, Grou-online.nl en DeGrouster.nl. Geen van deze websites is compleet, maar samen brengen ze de bezienswaardigheden en evenementen goed en aantrekkelijk in beeld.

In Grou is een gezamenlijke Facebook-community. Deze brengt vooral evenementen in beeld. Winkels komen niet voor op de tijdlijn. Het gezamenlijke Instagram-account laat vooral mooie beelden van Grou en omgeving zien, maar geen winkels of ondernemers.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Grou weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Supermarkten aanwezig	Zichtlijnen
Sterk en gevarieerd overig aanbod	Parkeerroutes en -locaties centrum
Sterke ondernemersvereniging	Presentatie en profilering winkels
Weinig leegstand	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Website versterken	Groei online winkelen
Online zichtbaarheid winkels verhogen	Vergrijzing en ontgroening
Entree/poort winkelgebied	

Belangrijk voor het centrum van Grou – met name ook buiten het seizoen – is de aanwezigheid van een supermarkt met verswinkels. Daarnaast is sprake van een sterk en gevarieerd overig aanbod, vooral ook door de aanwezigheid van Hema en diverse modewinkels. De winkels weten elkaar goed te versterken, waardoor er sprake is van relatief weinig leegstand. De zichtlijnen zijn niet overal optimaal, maar ook lastig te verbeteren. Waar mogelijk wel kansen liggen is bij de entree van de Hoofdstraat aan de zuidkant. Het oogt hier niet direct als een uitnodigend en aantrekkelijk centrum; de poortfunctie kan versterkt worden. De parkeerroutes in het centrum staan goed aangegeven, maar voor een onbekende is het lastig oriënteren bij vertrek of bij een vol P-terrein. Ook de route naar het water staat niet apart vermeld. Het onderscheid tussen kort en lang parkeren is duidelijk aangegeven.

De ondernemersvereniging van Grou en omgeving is een zeer actieve club. Dit houdt mogelijk verband met het bestaan van een in principe goede website. Winkels en ondernemers kunnen echter zowel op de website als de social media veel duidelijker in beeld gebracht worden. Met foto's kunnen winkels heel aantrekkelijk in beeld gebracht worden, waardoor bezoekers een extra reden geboden wordt om het centrum te bezoeken. De bezienswaardigheden en de agenda kunnen aan de website worden toegevoegd. Bedreigingen voor het winkelgebied komen vooral uit de groei van

het online winkelen, wat een extra druk legt op de fysieke winkels. Dat doen ook de vergrijzing en de ontgroening; het draagvlak zal hierdoor de komende jaren gaan dalen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor Grou is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Dit heeft met name betrekking op het oorspronkelijke centrumgebied. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. Juist ook buiten het seizoen hebben de winkels elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken.
- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. Stiens, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de (dag- ondersteunende) horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Met betrekking tot de inrichting van de openbare ruimte is het gewenst om nog eens goed te kijken naar de poorten van het winkelgebied, met name vanaf de Parkstraat. Deze zouden beter herkenbaar en attractiever vormgegeven kunnen worden.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden. Dit is een aspect dat de komende jaren nog steeds belangrijker wordt, en zeker onder toeristen (ook veel nieuwe bezoekers) veelvuldig geraadpleegd wordt. In het geval van Grou liggen hier nog kansen ter verbetering.

GROU								
	totaal	centraal	% centraal					
Aantal winkels	55	39	71%					
m2 wvo winkels	14.046	5.369	38%					
Aantal inwoners	5.715	stijgend/ <b>gelijk</b> /dalend		NL	FR	Leeuwarden		
Percentage 65+	23,0%			18,8%	20,8%	18,0%		
Percentage <25 jaar	25,7%			28,4%	28,5%	30,2%		
<b>Aspect</b>								
	Score							
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking				
Kwaliteit en variatie winkels			v					
Bereikbaarheid		v						
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v						
Compactheid winkelgebied			v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v					
Inrichting openbare ruimte			v					
Ondersteuning daghoreca			v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				Water				
Parkeergelegenheid kwantitatief		v						
Parkeergelegenheid kwalitatief			v					
Aanbod fietsenstallingen		v						
	ja	nee	aantal centrum					
Supermarkt aanwezig?	3		1					
Fullservice/discount	2/1		Poiesz					
% dagelijks aanbod	25%							
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Bruna							
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal				
Verzorgingsfunctie		v			Toerisme			
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %		
m2 wvo	771	506	66%	3,7	6,8	6,3		
# vkp	5	4	80%	3,6	6,6	5,6		
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel					
vkp	50%	50%	0%					
m2 wvo	76%	24%	0%					
<b>Overige aspecten</b>								
	ja	nee						
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013, 2014					
regionale afstemming?		v						
parkeermonitoring?		v						
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		BCG					
aanwezigheid centrummanager of id.		v						
aanwezigheid retailregelingen?		v						
<b>Internet/social media</b>								
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	Gezamenlijke website Grou.nl staat bovenaan						
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Diverse lokale resultaten, niet compleet						
Facebookpagina aanwezig?	Ja							
Instagram aanwezig?	Ja							
<b>Overzicht branchering</b>								
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal	
m2 wvo	3.509	1.783	1.517	4.898	1.568	771	14.046	
vkp	12	14	7	12	5	5	55	
per 1.000 inwoners	621	315	268	866	277	136	2.483	
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>								
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal	
<b>INWONERKLASSE</b>								
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000	
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150	
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063	
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140	
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172	
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332	
<b>005000 &lt;= Inwklasse &lt;007500</b>	<b>419</b>	<b>262</b>	<b>53</b>	<b>801</b>	<b>73</b>	<b>159</b>	<b>1.766</b>	
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595	
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220	
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006	
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124	
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194	
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232	
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853	
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564	

# STIENS

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Stiens was de hoofdkern van de voormalige gemeente Leeuwarderadeel, maar maakt nu deel uit van de gemeente Leeuwarden. De gemeente Leeuwarden telt ruim 92.000 inwoners, het inwonertal van Stiens ligt op ruim 7.500. Het inwonertal van dit dorp is de afgelopen jaren vrijwel constant gebleven, en de verwachting is dat het de komende jaren nog op peil zal blijven. Het aandeel 65+'ers in Stiens (23,5%) ligt royaal boven het Nederlands (18,8%) en Fries (20,8%) gemiddelde. Vergrijzing is dus duidelijk aanwezig in deze plaats. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar vertoont relatief weinig afwijkingen met het gemiddelde van Friesland en Nederland; het is iets kleiner. Het inkomensniveau van Stiens ligt ongeveer op het gemiddelde van de stad Leeuwarden. Stiens ligt geografisch gezien in het noordelijke deel van de provincie, even ten noorden van de stad Leeuwarden. De N-357 loopt westelijk langs de plaats; deze weg loopt vanaf Leeuwarden naar andere plaatsen in het noorden van Friesland en naar de bootafvaart naar Ameland. De afstand naar het centrum van Leeuwarden bedraagt minder dan 10 kilometer. In het gebied ten noorden en noordoosten van Leeuwarden heeft Stiens altijd een tamelijk sterke positie ingenomen. Ten westen van Stiens ligt op ca. 8 kilometer Sint Annaparochie, de afstand tot Dokkum in het noordoosten is meer dan 20 kilometer.

Het hart van de bewinkeling in Stiens wordt in feite gevormd door de winkels aan de Langebuorren. In de loop der jaren is het gebied - met name door de supermarkten - verder uitgewaaierd. Zo zijn Jumbo en Aldi aan de Pieter Jellessingel gevestigd, en zijn Poiesz en Lidl zuidelijker aan de Uniawei aanwezig. Rondom de Jumbo en Aldi zijn ook andere winkels gevestigd. Hierdoor is nu eigenlijk sprake van een drietal concentraties, waarbij de afstand van de Jumbo naar het centrale deel te doen is, maar tussen de Poiesz/ Lidl en het centrale deel is de afstand fors. Naast de supermarkten zijn onder meer Hema, Zeeman, Kruidvat en diverse kledingzaken aanwezig. Op het bedrijventerrein aan de buitenkant van Stiens zijn grootschalige winkels aanwezig, zoals Praxis. In



totaal is in Stiens sprake van een aanbod van ruim 15.300 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 55 winkelpanden. Van het totale aanbod is 57% (in vierkante meters) in het centrum aanwezig en 71% van het aantal winkelpanden. Het gaat dan om 8.757 m<sup>2</sup> en 39 winkels. Deze data zijn afkomstig van Locatus; zij rangschikken hierbij Poiesz/Lidl onder het centrale winkelgebied. De Discus dierenwinkel ligt volgens Locatus 'verspreid', hoewel de afstand tot het centrumgebied zelfs iets geringer is dan die van Poiesz/Lidl tot het centrumgebied. Het leegstandspercentage in Stiens is relatief laag, het ligt onder het Nederlands en Fries gemiddelde. Er staan 3 panden leeg, allemaal in het centrum. In totaal gaat het om ruim 700 m<sup>2</sup> wvo, waardoor een percentage van 3,2 ontstaat; gemeten naar het aantal panden ligt het leegstandspercentage slechts op 2,9. Het gaat deels om frictieleegstand (korter dan 1 jaar leeg), en deels om structurele leegstand (langer dan 3 jaar leeg). Stiens heeft nog altijd een bovenlokale verzorgingsfunctie, voor het dorp en de direct omliggende dorpen.

## GEBIEDSASPECTEN

Stiens heeft een redelijk gevarieerd aanbod aan winkels, zowel in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse sector. Er is sprake van een groot aanbod, vooral op het gebied van supermarkten (5 redelijk grote winkels; 4 in de nabijheid van het centrum en één in de wijk) en in mindere mate op het gebied van Mode & Luxe (in het centrum). Met name uit het aanbod in de modebranche blijkt de bovenlokale functie. Voor het dagelijks aanbod zijn er aanvullend vers-speciaalzaken en drogisterijen te vinden. In de niet-dagelijkse sector zijn vooral de niet-ketenbedrijven en kleinere ketens in het centrum gevestigd. Zo zit vlakbij Jumbo onder meer Bruna, maar ook Zeeman, Primera en Shoeby zijn aanwezig in Stiens.

De Langebuorren is de centrale weg door Stiens heen; de winkels hier zijn derhalve goed bereikbaar. Dat geldt ook voor de supermarkten; de Uniawei is het verlengde van de Langebuorren. De zichtlijnen in het centrum zijn duidelijk; rondom het parkeerterrein en in de straat krijg je een goed overzicht. De Jumbo en Bruna liggen uit het zicht en de looproutes zijn evenmin te zien. Wel loopt het winkelgebied nog redelijk door tot aan deze winkels. Bovendien ligt de Aldi aan het plein erachter. Door de bochten in de weg en de bosschages zijn ook de Poiesz en Lidl niet te zien; voorbij de woonhuizen verwacht je daar niet direct winkels. De compactheid van het hele winkelgebied is dan ook matig. Veel bezoekers zullen vaak slechts een deel van het winkelgebied bezoeken. Met name de 2 supermarkten aan de Uniawei zullen gericht bezocht worden. De winkels moeten beter van elkaar kunnen profiteren dan op dit moment het geval is.

Wat de inrichting van de openbare ruimte betreft is deze bij de supermarkten met name gericht op het parkeren. Het is vooral functioneel ingericht; veel sfeer is er duidelijk niet. De plaats Stiens zelf is wel sfeervol ingericht; dan gaat het vooral om de Langebuorren, en het gebied rondom de kerk. Het plein voor het inmiddels lege voormalige gemeentehuis is kaal, en nodigt niet uit tot een verblijf. Veel extra inrichtingselementen, zoals bankjes, zijn niet in het straatbeeld aanwezig. Ter ondersteuning van de detailhandel zijn op diverse plekken in de straat horecagelegenheden, van verschillende types, gevestigd. Het cultureel centrum en de bibliotheek liggen ook aan het St. Vitusplein.

Parkeren is in Stiens overal gratis en staat goed aangegeven. Men kan parkeren langs de Langebuorren en op het centrale plein bij het gemeentehuis. Bij de supermarkten is eveneens volop parkeergelegenheid voorhanden. De toegang van het P-terrein (St. Vitusplein) bij Aldi en Jumbo is smal, en staat niet erg goed aangegeven. Voor inwoners van Stiens zal dit bekend zijn, maar voor toeristen en incidentele bezoekers slecht vindbaar. Het aantal parkeerplaatsen op deze 3 pleinen en het langsparkeren is voldoende; kwalitatief zien de plaatsen er ook goed uit.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Leeuwarden is aanwezig, en dateert van mei 2014. Deze dateert van voor het moment van samenvoeging met de voormalige gemeente Leeuwarderadeel. Van Stiens is dan ook geen recente detailhandelsvisie aanwezig. Regionale afstemming over het beleid voor detailhandel vindt niet plaats, behalve nu uiteraard wel met de gemeente Leeuwarden. Verder is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. Regionale afstemming vindt derhalve niet plaats, behalve binnen de nieuwe gemeente. Parkeermonitoring vindt in Stiens niet plaats.

In Stiens is de ondernemersvereniging Leeuwarderadeel (OVL) aanwezig. Deze vereniging is uitermate actief binnen de eigen kern, maar is ook aanspreekpunt voor de gemeente. De vereniging bestaat voor alle ondernemers in de hele voormalige gemeente Leeuwarderadeel. Zij hebben zich ook aangesloten bij het LOF, het Leeuwarder Ondernemersfonds. Middels een ophoging van het OZB-tarief voor niet-woningen komen bij actieve deelname gelden beschikbaar die de vereniging naar eigen inzicht kan besteden. De OVL houdt regelmatig bijeenkomsten; verder worden de gelden vooral besteed aan diverse evenementen in het dorp. Er is geen centrummanager aanwezig en er zijn evenmin aparte regelingen voor de detailhandel.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Stiens komt deze erachter dat er geen gezamenlijke website is. Google toont resultaten van 123Shoppen.in en Openingstijden.nl. Deze bevatten redelijk veel winkels in Stiens, maar presenteren deze niet op een aantrekkelijke manier. Bij het zoeken naar activiteiten in Stiens tonen de eerste hits ook verzamelsites, te weten TripAdvisor en Dagjeweg.nl; deze tonen voornamelijk bezienswaardigheden buiten Stiens. Er kon geen lokale activiteitenkalender gevonden worden.

In Stiens is wel een gezamenlijke Facebookpagina aanwezig. Deze heet "Centrum Stiens" en hierop wordt erg actief gepost. De tijdlijn bevat vooral acties en evenementen. Ondernemers of winkels komen niet of nauwelijks in beeld. Er is geen sprake van een Instagram-account. Wel zijn diverse winkels individueel actief op Instagram en ze delen zelfs de gezamenlijke acties.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Stiens weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sterk supermarktaanbod	Aanbod verspreid over dorp/centrum
Gevarieerd overig aanbod	Slechte zichtrelaties
Sterke ondernemersvereniging	Presentatie en profilering winkels
Weinig leegstand	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Website ontwikkelen	Groei online winkelen
Relaties in centrum verbeteren	Storende leegstand gemeentehuis
Oplossen structurele leegstand	Vergrijzing
Samenwerking	

Stiens was de hoofdkern van de voormalige gemeente Leeuwarderadeel en heeft van oudsher een verzorgingsfunctie van Stiens en de omliggende dorpen; in het aanbod is dit terug te zien. Er is in de nabijheid van het centrum sprake van een viertal supermarkten, en ook is er sprake van een tamelijk gevarieerd aanbod, vooral ook in de modesector. Een nadeel in Stiens is dat de supermarkten aan de rand van het centrumgebied terecht zijn gekomen, of in het geval van Poiesz en Lidl er zelfs buiten. Het cluster bij Jumbo en Aldi bevat ook andere winkels zoals Bruna. Het ligt op loopafstand van het 'echte' centrum, maar een zichtrelatie ontbreekt volledig. Hierdoor kunnen winkels onvoldoende van elkaar profiteren. De presentatie en profilering van de winkels kan nog wat versterkt worden. De winkels in het hart liggen goed bereikbaar en in het zicht, met volop parkeren in de nabijheid. Maar doordat het gemeentehuis leeg is komen te staan, is hier toch een flinke 'bezoekers'-trekker weggevallen. Bovendien zien we hier ook enige beperkte structurele leegstand. Het is belangrijk dat het gemeentehuis op korte termijn weer een functie gaat vervullen in het centrumgebied, het liefst een sterke publieksfunctie.

De ondernemersvereniging van Stiens en omgeving is een actieve club. Des te opvallender is het dat een eigen gezamenlijke website ontbreekt. Hier liggen duidelijk kansen om de winkels en de ondernemers veel beter in beeld te brengen. Ook op social media liggen hier kansen voor het oprapen. Het voorstellen van ondernemers en winkels biedt een meerwaarde aan een dorp. Hierbij zijn ook nieuwe samenwerkingsmodules voorstelbaar. In de toekomst zal de groei van het online winkelen zich voortzetten; het zelf ook online zichtbaar en vindbaar zijn is dan heel belangrijk. Vanwege de vergrijzing zal het draagvlak de komende jaren kleiner worden.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. Stiens, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2014; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Een goede functionele invulling van het voormalige gemeentehuis is voor het centrum van Stiens van groot belang. Momenteel vormt het voormalige gemeentehuis meer een blokkade in het centrum in plaats van een toegevoegde waarde voor het centrum. Ook het oplossen van de structurele leegstand is een prioriteit.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Voor Stiens is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken.
- De zichtbaarheid van de afzonderlijke delen in het centrum is niet optimaal; hierin is niet direct veel te veranderen, maar met verwijzing en goede looproutes kan het wel zoveel mogelijk gefaciliteerd worden. Om deze reden blijft het ook belangrijk om de winkels bij elkaar te concentreren in het hart van de plaats.
- Het uitwerken van een sterk DNA-profiel voor Stiens kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden met een goede collectieve website. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Stiens liggen hier nog kansen ter verbetering.

STIENS							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	55	39	71%				
m2 wvo winkels	15.367	8.757	57%				
Aantal inwoners	7.584	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR	Leeuwarden	
Percentage 65+	23,5%			18,8%	20,8%	18,0%	
Percentage <25 jaar	26,9%			28,4%	28,5%	30,2%	
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v	v					
Compactheid winkelgebied	v			3 concentraties			
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v	v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				bibliotheek, cultureel centrum			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
<b>Supermarkt aanwezig?</b>							
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	5		4				
Fullservice/discount			Aldi, Jumbo, Lidl, Poiesz				
% dagelijks aanbod	37%						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Zeeman, Kruidvat, Shoeby, Bruna						
<b>Verzorgingsfunctie</b>							
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		bovenlokaal					
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	722	722	100%	3,2	6,8	6,3	
# vkp	3	3	100%	2,9	6,6	5,6	
<b>aandeel kernwinkelgebied</b>							
	frictie	langdurig	structureel				
vkp	33%	33%	33%				
m2 wvo	42%	8%	50%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVL				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Geen gezamenlijke website, wel winkels vindbaar					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	geen relevante informatie aanwezig					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	5.750	2.452	169	5.925	349	722	15.367
vkp	17	14	2	17	2	3	55
per 1.000 inwoners	762	325	22	785	46	96	2.036
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
<b>007500 &lt;= Inwklasse &lt;010000</b>	<b>403</b>	<b>230</b>	<b>39</b>	<b>696</b>	<b>60</b>	<b>167</b>	<b>1.595</b>
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# HARLINGEN

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Harlingen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente Harlingen. De gemeente Harlingen telt ruim 15.800 inwoners, het inwonertal van de kern Harlingen ligt op ruim 14.700. Het inwonertal is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven tot licht dalend. Het aandeel 65+'ers ligt in Harlingen met 24,0% ruimschoots boven het Nederlands (18,8%) en het Fries gemiddelde (20,8%). Er is derhalve sprake van vergrijzing in Harlingen. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar ligt iets lager dan gemiddeld. De stad Harlingen ligt geografisch gezien in het westen van de provincie, aan de Waddenzee. In feite heeft Harlingen hierdoor slechts een half achterland. De boten naar Vlieland en Terschelling vertrekken vanuit Harlingen. Franeker, ongeveer even groot als Harlingen, ligt op slechts 9 kilometer afstand. Leeuwarden ligt op 28 kilometer afstand, Sneek ligt op meer dan 30 kilometer.

Als een van de Friese Elfsteden kent Harlingen een historisch centrum, en trekt mede hierdoor de nodige toeristen. De afvaart van de boten naar Vlieland en Terschelling zorgt ook voor extra toeloop. Water is een belangrijk onderdeel van de stad. De gracht loopt geheel om de binnenstad heen, terwijl er ook water door het centrum loopt. Het grootste (recreatieve) winkelaanbod is in de binnenstad te vinden, terwijl aan de rand van het centrum een drietal supermarkten gevestigd is. De AH ligt nog het meest op loopafstand, maar de supermarkten worden vooral gericht bezocht. Ze zijn solitair gelegen, speciaalzaken zitten in de binnenstad. De winkels in het centrum van Harlingen zijn met name gelegen in de Voorstraat. Vanaf de haven zit in de Voorstraat eerst een concentratie van horecavoorzieningen. Daarna begint het echte winkelgebied, dat doorloopt tot aan het Noordijs; in het laatste deel vanaf de Sint Jacobstraat wordt het aanbod minder. Het middenstuk is qua bewinkeling het sterkst. Belangrijke trekkers in het winkelgebied zijn onder meer Hema, Blokker, Sake Store en Zeeman. Ook Action is in Harlingen gevestigd, maar zit elders. In totaal is in Harlingen sprake van een aanbod aan ruim 37.100 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 131 winkelpanden. In

oppervlakte gerekend is 33% te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 75%. Het gaat dan om ruim 12.100 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 98 winkels in het centrum. In Harlingen als geheel is het grootste aanbod te vinden in de groep In/Om Huis, maar in de binnenstad is een fors aanbod in de groep Mode & Luxe te vinden. De binnenstad van Harlingen heeft een beperkt regionale verzorgingsfunctie.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 4,3. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage slechts 3,2. De leegstand is voor een belangrijk deel in het centrumgebied te vinden. Alle types leegstand zijn aanwezig, maar meer dan 60% van de leegstand betreft frictieleegstand; dat wil zeggen dat deze panden korter dan een jaar leeg staan. In vergelijking met een paar jaar geleden is de leegstand duidelijk teruggedrongen. Het leegstandspercentage van Harlingen ligt beneden het Nederlands en Fries gemiddelde.

## GEBIEDSASPECTEN

Harlingen heeft een behoorlijke variatie aan winkels van diverse kwaliteitsniveaus. Vooral ketens (o.a. Expert, Hema, Blokker) maar ook eigen ondernemers zijn te vinden in de binnenstad. Verder is in het hart ook de nodige (dag)horeca vertegenwoordigd. Het aanbod is bovendien groot, met name in de branche Mode & Luxe artikelen. De supermarkten zijn buiten de gracht gelegen. De verbinding van deze supermarkten met het centrumgebied is – met uitzondering van AH – niet optimaal. Ze functioneren voor een belangrijk deel solitair.

De binnenstad van Harlingen is uitstekend bereikbaar, ook al ligt het excentrisch in de plaats. Ook vanuit de omgeving is de bereikbaarheid goed, en zelfs verbeterd sinds de A31 (Afsluitdijk – Leeuwarden) een snelweg is geworden. De binnenstad van Harlingen staat goed aangegeven; een P-route ontbreekt. Het verkeer naar de boot wordt zoveel mogelijk buiten het centrum om geleid. Dit is vanuit verkeerskundig oogpunt noodzakelijk, maar voor combinatiebezoek minder gunstig. In het centrum zelf is vooral sprake van eenrichtingverkeer; de wegen zijn vrij smal. Dit geldt ook voor de Voorstraat. De Voorstraat is heel overzichtelijk; zijstraten met winkels zijn nauwelijks aanwezig. De looproute is prima. Op woensdag- en zaterdagochtend wordt hier markt gehouden.

De compactheid van het centrumgebied zelf is redelijk goed, maar als totaal niet optimaal; de supermarkten liggen op enige afstand, maar de overige winkels liggen redelijk bij elkaar. De mix van winkels, horeca en dienstverlening in een historische context maakt dat in de binnenstad sprake is van veel sfeer. De inrichting van de openbare ruimte ziet er goed uit, met veel groen, de nodige terrassen, en verder ook een fraaie aankleding. Bankjes om te gaan zitten (zonder een verplichte consumptie) zijn in de Voorstraat zelf niet aanwezig. De historische binnenstad van Harlingen als een van de Friese Elfsteden is een toeristische trekker als zodanig. Bovendien zijn in het centrum o.a. een museum, het gemeentehuis en de VVV gevestigd. En, heel belangrijk, het water is nooit ver weg.

Parkeren is zowel in de binnenstad van Harlingen mogelijk als aan de randen. Het onderscheid tussen kort en lang parkeren wordt duidelijk aangegeven. Het parkeren voor de eilandgangers is eveneens apart vermeld. In en om de binnenstad is sprake van betaald parkeren. Pinbetalingen zijn

niet overal mogelijk, soms is cash of mobiel betalen noodzakelijk. Het aantal parkeerplaatsen is over het algemeen voldoende, behalve soms op piekmomenten en in het seizoen. Kwalitatief gezien voldoen de parkeerplekken. Deze grotere parkeerterreinen bij de supermarkten zijn ook voor kort parkeren, of alleen voor de supermarktbezoekers bestemd. Fietsenklemmen zijn volop aanwezig in de binnenstad.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Harlingen heeft een detailhandelsvisie; deze dateert van 2013. In deze visie streeft men onder meer naar een verdere inkrimping van het winkelgebied. Regionale afstemming op het gebied van detailhandel vindt niet gestructureerd plaats. Wel is er sprake van samenwerking met Franeker. Er is geen gezamenlijke agenda, maar wel overleg indien dit nodig is. Uiteraard is er ook overleg met de provincie. In de gemeente wordt de parkeersituatie regelmatig in beeld gebracht. De kern Harlingen heeft een Ondernemersfonds, dat via reclamebelasting gefinancierd wordt. Deze heffing geldt voor binnenstadondernemers (niet-woningen) met een reclame-uiting. Diverse activiteiten kunnen zo bekostigd worden. De gemeente int de gelden en sluisst deze door naar de Stichting Ondernemersfonds. Momenteel vindt een evaluatie van het fonds plaats.

In Harlingen is een ondernemersvereniging actief, Ondernemend Harlingen, voor alle ondernemers in en nabij Harlingen. Deze vereniging is in 2018 ontstaan door de samenvoeging van de Harlinger Ondernemers Vereniging, Koninklijke Horeca afdeling Harlingen en Stichting Harlingen Promotion. Ondernemend Harlingen is nadrukkelijk betrokken bij het Ondernemersfonds. Voor de binnenstad van Harlingen is geen centrummanager actief, maar momenteel overweegt de gemeente om te gaan werken met een citypromotor. Deze zal zich evenwel vooral met toeristische en economische aspecten gaan bezighouden.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Harlingen staan bij Google diverse verzamelsites bovenaan. Een gezamenlijke website ontbreekt. De content van de verzamelsites als 123Shoppin.in is erg laag. De VVV houdt een pagina bij van winkels, maar hiertussen staan zelfs bouwbedrijven, zonder foto. Deze pagina is bovendien niet vindbaar in Google. Wanneer bezoekers activiteiten in Harlingen zoeken staan bij Google o.a. TripAdvisor en Dagjeweg.nl bovenaan. Op positie 5 staat de VVV Harlingen. Hier worden alle activiteiten en attracties enigszins versnipperd maar zeer compleet vermeld.

De winkels van Harlingen hebben geen gezamenlijke Facebookpagina en evenmin een gezamenlijk Instagramaccount. Veel winkels zijn individueel actief op Facebook, terwijl weinig winkels lokaal vindbaar zijn op Instagram. Voor een plaats als Harlingen met een aanzienlijke verzorgingsfunctie en relatief veel bezoekers/toeristen is hier nog veel winst te behalen.



## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Harlingen weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sfeervol en aantrekkelijke binnenstad	Beperkt/half regiogebied
Groot mode aanbod	Online nauwelijks zichtbaar
Afvaart boot eilanden/toerisme	Supermarkten buiten binnenstad
	Presentatie en profilering winkels
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Website en social media oppakken	Groei online winkelen
Sterke samenwerking ondernemers	Te veel andere functies tussen winkels

Harlingen heeft een aantrekkelijke binnenstad, met een goed aanbod aan niet-dagelijkse en recreatieve winkels. Het dagelijkse aanbod met de supermarkten aan de rand van het centrum is eveneens sterk, maar de supermarkten opereren vrij solitair. Het modeaanbod in de binnenstad van Harlingen is groot en gevarieerd; van oudsher heeft Harlingen een sterke verzorgingsfunctie in de directe omgeving. Deze verzorgingsfunctie wordt nog versterkt door de toeristische component. Omdat slechts sprake is van een half achterland is dit van groot belang voor het functioneren van het grote aanbod. Behalve winkels is in het centrum ook een royaal aanbod aan (dag)horeca en andere voorzieningen aanwezig, waardoor de Voorstraat op korte afstand van de haven de nodige sfeer en gezelligheid kent. De leegstand vormt op dit moment nog geen bedreiging, maar is wel iets om goed in de gaten te houden. Niet alle panden hebben een centrumfunctie; hierdoor is sprake van enige onderbrekingen in het winkelfront. Een verdere verzwakking van de winkelfunctie door toenemende versnippering is niet gewenst. Toewerken naar een compacter winkelgebied kan overwogen worden.

Op het gebied van een gezamenlijke website en social media is voor de ondernemers van de binnenstad nog veel winst te behalen. Ook de presentatie en profilering van de winkels in het centrum is nog wel voor verbetering vatbaar. Juist met de groei van het online winkelen is het verstandig om zelf ook goed zichtbaar te zijn. Dit kan door samen met de VVV de winkelen-pagina te versterken of door een eigen website op te zetten. Op die manier kan het volledige winkelaanbod op een aantrekkelijke wijze gepresenteerd worden. Hetzelfde gaat op voor de social media; het wordt steeds belangrijker dat winkels goed vindbaar zijn, fysiek en via andere media.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe trends en ontwikkelingen, zoals het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2013; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie of een actualisatie op te stellen.
- Om het straatbeeld ook in de toekomst zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken. Op dit moment is sprake van een aantrekkelijk centrum met diverse functies in een goed evenwicht. Wanneer leegstand nadrukkelijker aanwezig is ontstaat een behoorlijke onderbreking van het winkelfront. Dit moet zoveel mogelijk voorkomen worden door het winkelgebied compact te houden.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Op dit moment is op internet en in de social media nauwelijks iets te vinden over het winkelaanbod of over de ondernemers van Harlingen. In de huidige tijd is het voor een plaats met de omvang en functie van Harlingen noodzakelijk om hierin te investeren, zeker met de nodige toeristen op bezoek.

HARLINGEN - KERN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	131	98	75%				
m2 wvo winkels	37.120	12.109	33%				
Aantal inwoners	14.724	stijgend/gelijk/licht dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,0%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,0%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				museum, bibliotheek, haven			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	rand		3				
Fullservice/discount	2/0		AH, Aldi, Jumbo				
% dagelijks aanbod	21%						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Blokker, Sake Store, Expert		Sting, H&M, Action, Hema?				
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			beperkt				
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	1.779	1.356	76%	3,2	6,8	6,3	
# vkp	12	10	83%	4,3	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	60%	20%	20%				
m2 wvo	69%	9%	23%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?	v						
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		Ondernemend Harlingen				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Geen gezamenlijke website, winkels slecht vindbaar					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Redelijk hoog in de lijst, compleet					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	7.646	7.291	1.719	15.150	3.535	1.779	37.120
vkp	26	47	10	27	9	12	131
per 1.000 inwoners	519	495	117	1.029	240	121	2.521
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
<b>010000 &lt;= Inwklasse &lt;015000</b>	<b>470</b>	<b>375</b>	<b>80</b>	<b>977</b>	<b>86</b>	<b>232</b>	<b>2.220</b>
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# HARLINGEN - KIMSWERDERWEG

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Harlingen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente Harlingen. De gemeente Harlingen telt ruim 15.800 inwoners, het inwonertal van de kern Harlingen ligt op ruim 14.700. Het wijkcentrum aan de Kimswerderweg ligt in de wijk Het Oosterpark, aan de oostzijde van Harlingen. Het inwonertal in Het Oosterpark bedraagt 7.200, terwijl in de iets noordelijker gelegen wijk Koningsbuurt nog eens 360 mensen wonen. De wijk wordt aan de westzijde begrensd door de N31; na de opwaardering van deze weg is een afslag direct bij het winkelgebied verdwenen, maar zijn de verbindingen binnen Harlingen verbeterd. De zichtbaarheid vanaf de N31 is nog altijd uitstekend. Het aandeel 65+'ers ligt in geheel Harlingen met 24,0% ruimschoots boven het Nederlands (18,8%) en het Fries gemiddelde (20,8%). Er is derhalve sprake van vergrijzing in Harlingen. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar is iets kleiner dan gemiddeld. De wijk Het Oosterpark kent daarentegen juist jonge bewoners, en relatief veel minder ouderen. Aan de westzijde van de N31 vindt nieuwbouw plaats op beperkte schaal; hier ligt de gemiddelde leeftijd ook lager dan gemiddeld. Het centrum van Harlingen ligt op korte afstand, maar de N31 is jarenlang een barrière geweest. Iets noordelijker in de wijk ligt nog een buurtstrip met een supermarkt van Poiesz.

Als een van de Friese Elfsteden kent Harlingen een historisch centrum, en trekt de nodige toeristen. Voor het recreatief winkelen gaan inwoners van de wijk dan ook vooral naar de binnenstad. Het winkelgebied aan de Kimswerderweg is een sterk doelgericht te bezoeken winkelgebied met als belangrijke trekkers de twee supermarkten (Plus en Lidl), maar zeker ook de Action. In totaal is in Harlingen Kimswerderweg sprake van een aanbod van ruim 3.800 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 6 winkelpanden. Het aanbod zit allemaal direct bij elkaar geconcentreerd met een royaal parkeerterrein ervoor. Het gaat om Plus (inclusief slijterij), Lidl, Action en Bristol; net iets verderop wordt ook Van Smeden IJzerwaren tot dit gebied gerekend. Er is geen sprake van leegstand. Het winkelgebied heeft een wijkverzorgende functie, maar bekend is dat door de aanwezigheid van

Action en door de goede bereikbaarheid ook veel bezoekers uit de rest van Harlingen en uit de regio komen. Hierdoor heeft het centrum feitelijk een bovenlokale functie gekregen.

## GEBIEDSASPECTEN

Winkelgebied Kimswerderweg kent een beperkt maar sterk aanbod. Twee moderne supermarkten (één service en één discount) zijn samen met de Action de trekkers. Deze combinatie maakt het een sterk doelgericht winkelgebied.

Het winkelgebied is uitstekend bereikbaar, ook al is de directe afslag van de snelweg iets verder verwijderd. De Kimswerderweg is een van de twee invalswegen de wijk in. Hierdoor is het heel gemakkelijk om langs dit centrum te gaan voor boodschappen. Ook vanuit de rest van Harlingen is de locatie prima bereikbaar. De zichtbaarheid is eveneens uitstekend, zowel vanaf deze doorgaande weg als vanaf de A31. De signing van de winkels is goed te zien. Het winkelgebied is ook prima te overzien; bij het oprijden van het parkeerterrein zie je alle winkels goed liggen.

De compactheid van het winkelgebied is goed; alles zit bij elkaar. De enige aspecten waarop het winkelgebied minder scoort zijn de gezelligheid, de sfeer en het horeca-aanbod. Horeca is er niet, en het winkelgebied met royaal parkeren is functioneel ingericht. Hierdoor verdwijnen sfeerelementen naar de achtergrond. De inrichting van de openbare ruimte ziet er overigens goed verzorgd en netjes uit, maar met weinig groen.

Het parkeren is royaal opgezet; aan de voor- en zijkant van alle winkels ligt een groot parkeerterrein. Dit is goed ingedeeld, hoewel het bij Plus iets krappert op piekmomenten. Uiteraard is alles gratis. Kwalitatief gezien zien de parkeerplaatsen er goed uit. Fietsenklemmen zijn bij alle winkels aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Harlingen heeft een detailhandelsvisie; deze dateert van 2013. In deze visie is het winkelgebied aan de Kimswerderweg meegenomen als een feit; speciale beleidsvoorstellen zijn hieruit niet naar voren gekomen. Regionale afstemming op het gebied van detailhandel vindt in Harlingen als totaal niet gestructureerd plaats. Wel is er sprake van samenwerking met Franeker. In de gemeente wordt de parkeersituatie regelmatig in beeld gebracht, maar niet specifiek voor dit wijkcentrum. De kern Harlingen heeft een Ondernemersfonds voor de binnenstad, niet voor de Kimswerderweg.

Aan de Kimswerderweg is geen ondernemersvereniging actief. Verder is er geen centrummanager of specifieke regelingen voor de detailhandel. In feite is het winkelgebied een op zichzelf functionerend winkelgebied.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is aan de Kimswerderweg in Harlingen meldt Google enkele winkels in het startvenster. Verder vindt Googleverzamelites als 123Shoppen.in en Openingstijden.nl met een vrijwel compleet overzicht. Het overzicht geeft uitsluitend een melding van de winkels, geen aanvullende informatie. Zodra alleen Kimsword wordt ingetikt komen verwijzingen naar enkele bedrijven in dit dorp naar voren. Wanneer bezoekers activiteiten aan de Kimswerderweg zoeken dan komt bij Google met name de verzamelsite Openingstijden.nl naar voren. Deze geeft geen activiteiten of iets dergelijks weer.

De winkels hebben verder geen gezamenlijke Facebookpagina of Instagramaccount.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied aan de Kimswerderweg in Harlingen weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Action	Online niet aanwezig
Sterke, elkaar aanvullende supermarkten	
Goed parkeren, goede zichtbaarheid en goede bereikbaarheid	
Gunstig bevolkingsprofiel	
Geen leegstand	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Website en social media oppakken	Puur functioneel winkelgebied

Zoals hiervoor al uitgebreid aangegeven is het winkelgebied aan de Kimswerderweg een functioneel winkelcentrum, waar de randvoorwaarden goed zijn ingevuld. Ook het bevolkingsprofiel is relatief gunstig in vergelijking met de rest van Harlingen. De vreemde eend in de bijt is in feite Action; dit is inmiddels een zeer sterke trekker voor alle inwoners van Harlingen en de regio. Dit gegeven vormt in feite eerder een bedreiging voor de binnenstad van Harlingen dan dat sprake is van bedreigingen voor dit winkelgebied. Hierdoor overstijgt het winkelgebied in bepaalde mate ook de wijkfunctie. Een zwak punt is het ontbreken van samenwerking tussen de ondernemingen, mede waardoor men online niet zichtbaar is. Op dit terrein liggen dan ook kansen ter verbetering. Ook het feit dat het centrum een puur functionele invulling kent, maakt het

centrum aan de ene kant sterk, maar aan de andere kant ook kwetsbaar. Dit wordt mogelijk nog versterkt door de groei van het online winkelen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe trends en ontwikkelingen, zoals het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2013; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie of een actualisatie op te stellen. In deze visie dient de huidige en toekomstige functie en positie van het winkelcentrum Kimswerderweg helder te worden geformuleerd.
- Op dit moment is op internet en in de social media nauwelijks iets te vinden over het winkelaanbod of over de ondernemers van de Kimswerderweg. De aanwezigheid van vrijwel uitsluitend ketenbedrijven speelt hier ongetwijfeld een rol, maar niettemin is het voor bezoekers prettig om bijvoorbeeld snel te kunnen zien welke winkel wanneer open is. Hierin kan mogelijk ook samengewerkt worden met het winkelaanbod aan de Johan van Oldenbarneveltstraat.

HARLINGEN - KIMSWERDERWEG							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	6	6	100%				
m2 wvo winkels	3.852	3.852	100%				
Aantal inwoners	7.200	stijgend /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,0%			18,8%	20,8%		
Percentage <20 jaar	27,0%	kern Harlingen		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca	v						
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	2		2				
Fullservice/discount	1/1		Plus, Lidl				
% dagelijks aanbod	50%						
Trekkers niet-dagelijks	Action						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v					
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Enkele resultaten in Google venster					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Geen activiteiten					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.912	1.550	0	390	0	0	3.852
vkp	3	2	0	1	0	0	6
per 1.000 inwoners	266	215	0	54	0	0	535
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564



# BERLTSUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Berltsum was een van de drie hoofdkernen van de voormalige gemeente Menameradiel, maar maakt nu deel uit van de nieuwe gemeente De Waadhoeke. De Waadhoeke telt ruim 46.100 inwoners, het inwonertal van Berltsum ligt op ruim 2.500. Het inwonertal van dit relatief kleine dorp is de afgelopen jaren licht gedaald. Momenteel werkt de nieuwe gemeente aan een Woonvisie. De verwachting is dat De Waadhoeke de komende jaren alleen in de grootste kernen nog iets zal kunnen groeien; in de overige plaatsen (waaronder Berltsum) zal het inwonertal gaan dalen. Het aandeel 65+'ers in Berltsum (16,6%) ligt lager dan het Nederlands (18,8%) en Fries (20,8%) gemiddelde. De vergrijzing is hier dus minder sterk dan het algemene beeld laat zien. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar ligt iets hoger dan het gemiddelde. Dit betekent dat er minder sterk dan gemiddeld sprake is van ontgroening. Berltsum ligt geografisch gezien in het noordwesten van de provincie. Sint Annaparochie ligt op slechts 3,5 kilometer afstand, noordelijk van Berltsum. Via de N383 is deze plaats eenvoudig te bereiken. Echt grotere plaatsen als Franeker en Leeuwarden liggen op 12,5 respectievelijk ruim 10 kilometer afstand.

Berltsum is een plaats waar de aanwezigheid van de supermarkt zeer bepalend is. De Buorren is vroeger de belangrijkste winkelstraat geweest; inmiddels zijn hier verspreid nog slechts enkele kleine winkels te vinden. De supermarkt van Poiesz is gevestigd aan de doorgaande route, de Hôfsleane, waar ook de busroute loopt. Het oude gedeelte van Berltsum, inclusief de Buorren, is krap en deels eenrichtingverkeer. In deze straat zijn diverse centrumfuncties door elkaar aanwezig, zoals detailhandel, wonen en dienstverlening. In totaal is in Berltsum sprake van een aanbod aan ruim 2.250 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 13 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is ongeveer de helft van het aanbod te vinden in het centrum (volgens de codering van Locatus). Het gaat dan om bijna 1.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 8 winkels (inclusief de supermarkt). Aan de rand van Berltsum ligt AgraTotaal; dit is op agrarisch gebied een belangrijke trekker voor doelgerichte aankopen. In

Berltsum als geheel is het aanbod zeer gering. Berltsum heeft dan ook een lokale verzorgingsfunctie.

Gunstig in het geheel is dat het leegstandspercentage o bedraagt. Winkelpanden uit het verleden hebben allen nu een andere functie, veelal die van woning.

## GEBIEDSASPECTEN

Berltsum heeft een beperkt aanbod aan winkels. Het dagelijks aanbod is redelijk compleet, maar de supermarkt is relatief klein naar moderne maatstaven. Wel is er nog een bakker aanwezig, waar men ook koffie kan drinken. Verder is er een drogist/parfumerie, een tweewielerzaak en de eerdergenoemde AgraTotaal.

De supermarkt ligt midden in Berltsum, en is goed bereikbaar. Nieuwbouwplannen op De Pôlle zijn niet doorgestaan, zodat de supermarkt centraal is blijven liggen. Van buitenaf is Berltsum goed bereikbaar via met name de N383. Bij de supermarkt liggen verder nauwelijks winkels; ook andere centrum ondersteunende voorzieningen zijn niet in de buurt van de supermarkt of aan de Buorren te vinden. Het buurthuis, de school en de huisarts zijn elders in het dorp gevestigd. Aanduidingen naar winkels zijn er niet in het dorp; zicht- en looproutes evenmin. De zichtbaarheid van de supermarkt is vanaf de Hôfsleane niet optimaal; de supermarkt ligt naar achteren. Overigens is dit in een dorp als Berltsum minder relevant dan elders, aangezien bezoekers voornamelijk 'bekenden' zijn.

Door het ontbreken van een echt centrum is er weinig sfeer in Berltsum. Ondersteunende daghoreca met terrasvorming is nauwelijks aanwezig; bij de bakker kan een bezoeker koffie drinken en er is een snackbar. De inrichting van de openbare ruimte is op peil, maar biedt niet iets extra's. Het toerisme is zeer beperkt in Berltsum.

Parkeren is in Berltsum mogelijk bij de winkels. Vooral bij de supermarkt en AgraTotaal liggen extra parkeerplaatsen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Waadhoeke bestaat nog niet zolang. Een gemeentelijke detailhandelsvisie is er nog niet. Vanuit de voormalige gemeente Menameradiel is evenmin een detailhandelsvisie voorhanden. Het beleid is in het verleden gericht geweest op het behoud van tenminste een supermarkt voor het dorp. Een Woonvisie voor de nieuwe gemeente wordt momenteel opgesteld. Van een gestructureerde regionale afstemming op het gebied van detailhandel is nog geen sprake; de aandacht gaat nu vooral uit naar samenwerking binnen de juist gevormde nieuwe gemeente. Wel is er sprake van samenwerking met Harlingen. Er is geen gezamenlijke agenda, maar wel overleg indien dit nodig is. Uiteraard is er ook overleg met de provincie, waarbij de Waadhoeke en Harlingen elkaar op de hoogte houden en vertegenwoordigen. Parkeermonitoring vindt in Berltsum niet plaats, maar is ook niet nodig.

In Berltsum is een ondernemersvereniging actief, Undernimmend Berltsum-Wier. Deze vereniging bestaat vooral uit bedrijven en dienstverlening; het aantal winkels is immers beperkt. Voor de detailhandel speelt de vereniging dan ook een beperkte rol van betekenis.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Berltsum, dan toont Google direct het Google Mijn Bedrijfprofiel van Markthal Berltsum. Bovenaan Google staan de verzamelsites Bedrijvenpagina.nl en Opiness.nl; de eerste kent 4 bedrijven, de tweede meldt dat er geen bedrijven in Berltsum worden gevonden. Verderop in de zoekresultaten komt de gezamenlijke site Berlikum.com. Eerst wordt de pagina "Kopen" getoond, over het kopen van een huis, hierna de pagina van de Markthal. De website heeft een bedrijvenpagina, maar deze komt niet voor in de zoekresultaten. Hetzelfde gaat min of meer op voor de activiteiten in Berltsum. Bovenaan in Google staat Dagjeweg.nl met recreatiemogelijkheden in heel Friesland. Hierna komt de Activiteitenpagina van Berlikum.com; hierop staan activiteiten uit het verleden. De website bevat een duidelijke en aantrekkelijk vormgegeven agenda, maar deze is niet bereikbaar via Google of via het hoofdmenu van de site.

De winkels van Berltsum hebben geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. Er is wel een Facebookpagina "Berlikum.com"; hierop worden activiteiten en nieuws uit het dorp geplaatst. De winkels komen er niet op voor. De meeste winkels zijn wel individueel actief op Facebook. Op Instagram zijn geen winkels lokaal actief.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Berltsum weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarkt aanwezig	Geringe oppervlakte supermarkt
Geen leegstand	Beperkt versnipperd aanbod
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Eigen website uitbouwen	Groei online winkelen
Samenwerking winkeliers	Bevolkingsontwikkeling
	Nabijheid grotere kernen

Berltsum is een relatief klein dorp, waar de inwoners vooral gericht hun aankopen doen. Het dagelijks aanbod, maar ook een winkel als AgraTotaal zijn in zo'n geval belangrijk. De supermarkt is

niet erg groot, terwijl de bakker elders in het dorp gevestigd is. Het aanbod ligt erg versnipperd over de plaats, waardoor de ondernemers niet van elkaars nabijheid kunnen profiteren. Ook blijkt uit de activiteiten op het web en de social media dat er weinig samengewerkt wordt om het aanbod goed onder de aandacht te brengen. Hier liggen wel kansen op verbetering. Er is immers een eigen website aanwezig; wanneer de winkels zich hierop duidelijk presenteren geeft dit een beter beeld van het aanbod, en ook waar ze exact gevestigd zijn in het dorp. Ook acties en aanbiedingen kunnen een plek krijgen op bijvoorbeeld een gezamenlijke Facebookpagina. Het feit dat Sint Annaparochie op korte afstand ligt en een hoger inwonertal heeft met een groter winkelaanbod maakt het voor kleine kernen in de omgeving, zoals Berltsum, lastig om een volledig eigen aanbod overeind te houden. De toename van het online winkelen en een afname van het inwonertal vormen dan ook bedreigingen voor het voorzieningenapparaat van Berltsum. Niettemin is de aanwezigheid van een nieuwe supermarkt en het ontbreken van leegstand gunstig.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen en de totstandkoming van de nieuwe gemeente, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De winkels in Berltsum liggen verspreid in het dorp. Concentratie in de omgeving van de supermarkt is het onderzoeken waard, maar zal lastig zijn. Het draagvlak van de voorzieningen is gering. Het is voor de ondernemers aan te bevelen om zoveel mogelijk te gaan samenwerken, voor zover dit nu niet gebeurt. Een ondernemers-vereniging is wel aanwezig, maar de detailhandel speelt hier een bescheiden rol.
- De zichtbaarheid op internet is beperkt. Om de eigen inwoners aan het dorp te binden worden aspecten als een eigen website (met o.a. openingstijden) en social media steeds belangrijker. De bezoekers moeten goede redenen krijgen om een winkel fysiek te gaan bezoeken. Samenwerking met de ondernemers in de andere kleinere dorpen in de gemeente is wellicht mogelijk om dit op te pakken.

BERLTSUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	13	8	62%				
m2 wvo winkels	2.256	968	43%				
Aantal inwoners	2.513	stijgend/gelijk/ <i>licht dalen</i>		NL	FR		
Percentage 65+	16,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	29,5%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v						
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v						
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen				geen			
<b>ja nee aantal centrum</b>							
Supermarkt aanwezig?	v		1	Poiesz			
Fullservice/discount	1/0						
% dagelijks aanbod	29%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
<b>wijk lokaal regionaal provinciaal</b>							
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
<b>aandeel kernwinkelgebied</b>							
	fictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		UBW				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Diverse verzamelsites					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 2/5	Eerst verzamelsites, daarna verouderde Berlikum.com					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	663	80	0	624	889	0	2.256
vkp	4	1	0	5	3	0	13
per 1.000 inwoners	262	32	0	247	351	0	892
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# DRONRYP

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Dronryp was een van de drie hoofdkernen van de voormalige gemeente Menameradiel, maar maakt nu deel uit van de nieuwe gemeente De Waadhoeke. De Waadhoeke telt ruim 46.100 inwoners, het inwonertal van Dronryp ligt op bijna 3.300. Het dorp is daarmee iets groter dan Berltsum en Menaam. Het inwonertal van Dronryp is sinds 2015 met ruim 60 inwoners gedaald. Momenteel werkt de nieuwe gemeente aan een Woonvisie. De verwachting is dat De Waadhoeke de komende jaren alleen in de grootste kernen nog iets zal kunnen groeien; in de overige plaatsen (waaronder Dronryp) zal het inwonertal eerder dalen dan toenemen. Het aandeel 65+'ers in Dronryp ligt iets hoger dan het Nederlands en het Fries gemiddelde; de verschillen zijn relatief gering. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar ligt vrijwel op het Nederlands en Fries gemiddelde. De vergrijzing en ontgroening is in Dronryp dan ook niet sterker dan gemiddeld in de provincie. Dronryp ligt geografisch gezien in het westen van de provincie, tussen Franeker en Leeuwarden in. Het ligt direct aan de A31, de snelweg vanaf de Afsluitdijk naar en van Leeuwarden. Franeker en Leeuwarden zijn via deze snelweg snel te bereiken; ze liggen op slechts 7 respectievelijk 10 kilometer afstand.

Evenals Menaam en Berltsum is ook Dronryp een plaats, waar de aanwezigheid van de supermarkt zeer bepalend is. Het betreft ook hier een supermarkt van Poiesz. De supermarkt ligt goed bereikbaar aan De Terp. De Hearewei en de Dûbelestreek/Skilpad zijn de oorspronkelijke winkelstraten; de Hearewei is ook de doorgaande route. De Dûbelestreek/Skilpad is een smalle straat, waar een supermarkt niet meer past. Wel is de supermarkt nu op korte afstand hiervan gelegen, op zicht- en loopafstand. Het aantal winkels in deze straat is beperkt; ze zitten vooral aan het begin, zo dicht mogelijk bij de supermarkt. Dan gaat het onder meer om een bakker en DIO-drogisterij, en verderop een woonzaak. De supermarkt kent moderne afmetingen en biedt een volledig aanbod. Het parkeren is hier op een royaal parkeerterrein prima verzorgd. Aan de

Dûbelestreek en het Skilpad is in beperkte mate sprake van langsparkeren. Het gaat hierbij om eenrichtingverkeer. De Hearewei kent vrijwel geen winkels; de enige uitzondering is de mannenmodezaak Nieuwnieuw.com. Enkele andere winkels, zoals Fixet en een tweewielerzaak, zijn elders in Dronryp gevestigd. In totaal is in Dronryp sprake van een aanbod van ruim 3.800 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 12 winkelpanden. Het merendeel van de winkels (67%) is in het centrum aanwezig; dit zijn er 8 met ruim 3.000 m<sup>2</sup> wvo. Dronryp heeft een lokale verzorgingsfunctie. Van buiten het eigen dorp komen relatief weinig bezoekers naar Dronryp om boodschappen te halen.

Het leegstandspercentage in Dronryp bedraagt 7,1% (2 panden). Omdat het iets grotere panden zijn ligt de leegstand gemeten naar meters op meer dan 24%. De leegstaande panden liggen in het centrumgebied.

## GEBIEDSASPECTEN

Dronryp heeft een beperkt aanbod aan winkels. Het dagelijks aanbod is evenwel redelijk compleet; de Poiesz-supermarkt biedt een volledig aanbod. Verder zijn er nog een bakker en een drogist aanwezig. Elders in Dronryp zijn nog enkele doelgericht te bezoeken winkels gevestigd.

De supermarkt van Poiesz ligt dichtbij het centrum van Dronryp, en is goed bereikbaar. De overige winkels in het centrum zitten op loopafstand van de supermarkt. Het centrum staat niet aangegeven in het dorp; de doorgaande route (Hearewei) loopt wel door het dorp, maar niet langs deze winkels. Bij de supermarkt en o.a. DIO bevindt zich een multifunctioneel gebouw, met onder meer de bibliotheek. De scholen liggen op grotere afstand. Overigens zijn de afstanden in het dorp gering.

De inrichting van de openbare ruimte is goed verzorgd met veel sfeer en groen in het midden van het 'centrum', rondom de Brêgebuorren. Hier is dan ook een terras te vinden. Hierdoor oogt het gebied sfeervol. Ondersteunende daghoreca is zeer beperkt aanwezig; enige vorm van toerisme is in Dronryp nauwelijks te vinden.

Parkeren is in Dronryp bij de winkels mogelijk. Vooral bij de supermarkt is het parkeren prima geregeld, en ook in de rest van het dorp kan bij de winkels goed een parkeerplaats gevonden worden. Aan het Skilpad kan men afwisselend links en rechts van de weg parkeren. Bij de supermarkt zijn volop fietsparkeerplekken voorhanden.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Waadhoeke bestaat nog niet zolang. Een gemeentelijke detailhandelsvisie is nog niet aanwezig. Vanuit de voormalige gemeente Menameradiel is evenmin een detailhandelsvisie voorhanden. Het beleid is in het verleden gericht geweest op het behoud van tenminste een supermarkt voor het dorp. Een Woonvisie voor de nieuwe gemeente wordt momenteel opgesteld. Regionale afstemming op het gebied van detailhandel vindt niet gestructureerd plaats; de aandacht gaat nu vooral uit naar samenwerking binnen de juist gevormde nieuwe gemeente. Wel is sprake

van gemeentelijke samenwerking met Harlingen. Er is geen gezamenlijke agenda, maar wel overleg indien dit nodig is. Uiteraard is er ook overleg met de provincie, waarbij de Waadhoeke en Harlingen elkaar op de hoogte houden en vertegenwoordigen. Parkeermonitoring vindt in Dronryp niet plaats, maar het parkeren levert geen problemen op.

In Dronryp is geen ondernemersvereniging actief. Wel is er sprake van een overlegorgaan, FIER Dronryp, dat een initiatief is van Dorpsbelang Dronryp.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Dronryp, dan toont Google bovenaan een kaartvenster met daarin enkele winkels. De eerste zoekresultaten worden bezet door verzamelsites zoals 123Shoppen.in en Voordeelmuis.nl. De eerste toont een kaart waarin zelfs winkels in Leeuwarden worden getoond, de laatste kent slechts twee winkels in Dronryp. Bij het zoeken naar activiteiten staan bij Google eveneens verzamelsites als TripAdvisor, Dagjeweg.nl en Zoover.nl bovenaan; deze vermelden recreatiemogelijkheden in geheel Friesland, niet specifiek voor Dronryp. Een gezamenlijke website kan voorkomen, dat bezoekers denken dat er geen winkelaanbod is, of dat ze naar alternatieven buiten Dronryp worden verwezen.

De winkels van Dronryp hebben geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. Wel is er een gezamenlijke Facebook-community "Dronryp", waar evenementen en lokaal nieuws gedeeld worden. Er zijn geen berichten over winkels. De meeste winkels zijn individueel wel actief op Facebook, op Instagram slechts enkele. Net als bij Facebook is er ook sprake van een Instagramaccount "Dronryp". Hier worden foto's van in en om Dronryp gedeeld. Winkels komen hier niet in voor. Het is aan te bevelen om de winkels op zowel het Facebook- als Instagram account op te nemen.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Dronryp weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Volwaardige supermarkt aanwezig	Versnipperd aanbod
Geen storende leegstand	Beperkt inwonertal, geen regiogebied
	Online zichtbaarheid winkels
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Eigen website opzetten	Groei online winkelen
Samenwerking winkeliers	Bevolkingsontwikkeling
	Nabijheid grotere kernen



Dronryp is een dorp, waar de inwoners vooral gericht hun aankopen doen. Het dagelijks aanbod is in zo'n geval erg belangrijk. De sterkste aanbieder is de supermarkt, die een volledig boodschappen pakket aanbiedt. De drogist en bakker zijn op korte afstand gevestigd. De overige winkels liggen echter verspreid over het dorp. Van enige samenhang is geen sprake. Het ontbreken van een ondernemersvereniging en een eigen website onderstreept dit nog eens. Hier liggen zeker nog kansen voor de toekomst. Op het gebied van het internet is wel sprake van een Facebook- en een Instagramaccount. Hier kunnen de winkels relatief eenvoudig aan toegevoegd worden. Op dit moment zijn de meeste aanwezige winkels online niet of nauwelijks te vinden. De nabijheid van Franeker en Leeuwarden is dan ook zeker een bedreiging voor Dronryp. Bovendien zal het aantal inwoners hier de komende jaren ook niet of nauwelijks toenemen. De aanwezigheid van andere voorzieningen, zoals een bibliotheek, in de buurt van de supermarkt is gunstig.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen en de totstandkoming van de nieuwe gemeente, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Zoals in meer plaatsen in de gemeente ligt ook hier het aanbod verspreid door het dorp, maar nog redelijk in elkaars nabijheid. Het is verstandig om verdere concentratie zoveel mogelijk wel te stimuleren. De meest logische plek is bij de supermarkt en overige voorzieningen.
- Voor winkelpanden die al geruime tijd leegstaan en niet in de winkelstraat zitten is een functietransitie en een bestemmingswijziging te overwegen.
- Het is voor de ondernemers aan te bevelen om zoveel mogelijk te gaan samenwerken, voor zover dit nu niet gebeurt. Een ondernemersvereniging is aanwezig, maar vooral op bedrijven gericht.
- De zichtbaarheid op internet is heel beperkt. Om de eigen inwoners aan het dorp te binden worden aspecten als een eigen website (met o.a. openingstijden) en social media steeds belangrijker. De bezoekers moeten goede redenen krijgen om een winkel fysiek te gaan bezoeken. Samenwerking met de ondernemers in de andere kleinere dorpen in de gemeente is wellicht mogelijk om dit op te pakken.

DRONRYP							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	12	8	67%				
m2 wvo winkels	3.832	3.043	79%				
Aantal inwoners	3.291	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	21,1%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,3%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v	v					
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v						
Compactheid winkelgebied	v	v					
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v	v				
Ondersteuning daghoreca	v						
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
<b>ja nee aantal centrum</b>							
Supermarkt aanwezig?	1		1	Poiesz			
Fullservice/discount	1/0						
% dagelijks aanbod	30%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
<b>wijk lokaal regionaal provinciaal</b>							
Verzorgingsfunctie		v					
<b>totaal-abs centraal abs % centraal % leegstand NL % FR %</b>							
m2 wvo	1.240	1.240	100%	24,2	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	7,1	6,6	5,6	
<b>fRICTIE langdurig structureel</b>							
vkp	0%	0%	100%				
m2 wvo	0%	0%	100%				
<b>Overige aspecten ja nee</b>							
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 1/5	Vooral verzamelsites					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Ook verzamelsites, vooral buiten Dronryp					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detaih.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.168	419	142	863	0	1.240	3.832
vkp	4	1	1	4	0	2	12
per 1.000 inwoners	356	128	43	263	0	378	1.168
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detaih.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# FRANEKER

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Franeker is de hoofdkern van de nieuwe gemeente De Waadhoeke. De Waadhoeke telt ruim 46.100 inwoners, het inwonertal van Franeker ligt op ongeveer 12.800. Het inwonertal is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven. Er wordt in de gemeente nu volop gewerkt aan de opstelling van een gemeentelijke Woonvisie. De verwachting is dat De Waadhoeke de komende jaren alleen in de grootste kernen nog iets zal kunnen groeien; in de overige plaatsen zal het inwonertal gaan dalen. Het aandeel 65+'ers ligt in Franeker met 27,0% ruimschoots boven het Nederlands (18,8%) en het Fries gemiddelde (20,8%). Er is derhalve sprake van forse vergrijzing in Franeker. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar ligt lager; de ontgroening is ook iets sterker aanwezig. De stad Franeker ligt geografisch gezien in het westen van de provincie, met een tamelijk omvangrijk regiogebied rondom. Harlingen ligt op slechts 9 kilometer afstand, maar is weinig groter dan Franeker. Leeuwarden ligt op bijna 20 kilometer afstand.

Als een van de Friese Elfsteden kent Franeker een historisch centrum, en trekt de nodige toeristen. De gracht loopt geheel om het oude centrum heen. Het grootste (recreatieve) winkelaanbod is in het centrum te vinden, terwijl buiten het centrum bijna alle supermarkten gevestigd zijn. Alleen de Poiesz aan de Sjaardemastraat ligt binnen de gracht. Het hart van de bewinkeling van Franeker bevindt zich met name aan de Breedeplaats, het Raadhuisplein, de kop van de Dijkstraat en het begin van de Voorstraat. Hier zitten onder meer Hema, Kruidvat, Etos en lokale ondernemers als Bakkerij Van der Kloet, Zensa mode en PM Mannenmode. In dit deel is ook vooral de (dag)horeca te vinden. De Dijkstraat is als enige straat ingericht als voetgangersgebied. In deze straat zit onder meer Leads, maar ook Bruna en Expert, en staan enkele panden leeg. De route door de Dijkstraat leidt niet naar een bronpunt, waardoor de functie aan het veranderen is. De Voorstraat (deels eenrichtingverkeer) is een belangrijke route naar het centrum; vooral het deel zonder parkeren bevat de nodige winkels, waaronder de Hema. Het meest westelijke deel kent veel verschillende

functies, en ook leegstand. Dit is meer een aanloopgebied geworden. Wel ligt nog verscholen achter de Voorstraat Ockingahiem, waar de Action gevestigd is. Hier vlakbij bevindt zich de Poiesz supermarkt. In totaal is in Franeker sprake van een aanbod aan ruim 30.800 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 122 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 60% te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 84%. Het gaat dan om bijna 18.500 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 102 winkels in het centrum. Net buiten de gracht liggen aan de oostzijde (Leeuwarderweg) de supermarkten van AH en Lidl; aan de zuidzijde bij het NS-station ligt de tweede Poiesz. In Franeker als geheel is het grootste aanbod te vinden in de groep Mode & Luxe, vooral in het centrum gelegen. De binnenstad van Franeker heeft een regionale verzorgingsfunctie.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 8,4%. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage slechts 6,1%. De leegstand is nagenoeg geheel in het centrumgebied te vinden. Alle types leegstand zijn aanwezig, maar gelet op de meters staat meer dan de helft (56%) structureel (langer dan 3 jaar) leeg; dit is een hoog percentage. Met name het *aantal* leegstaande panden ligt boven het Nederlands en Fries gemiddelde, en deze leegstand valt ook op in het straatbeeld.

## GEBIEDSASPECTEN

Franeker heeft een behoorlijke variatie aan winkels van diverse kwaliteitsniveaus. Zowel ketens (o.a. Expert, Hema, Blokker) als eigen ondernemers zijn te vinden in de binnenstad. Verder is in het hart ook de (dag)horeca vertegenwoordigd. Het aanbod is bovendien groot, met name in de branche Mode & Luxe artikelen. Franeker heeft van oudsher een behoorlijke trekkracht op de inwoners van het regiogebied, dat behoorlijk omvangrijk is. Het accent in het centrum ligt vooral op het niet-dagelijks aanbod, aangevuld met o.a. drogisterijen en versspeciaalzaken. De supermarkten zijn buiten de gracht gelegen, of aan de rand van het winkelgebied (Poiesz). De supermarkten zijn belangrijk voor het functioneren van het centrumgebied, maar liggen wel op enige afstand van het centrum. De combinatie van AH en Lidl aan de Leeuwarderweg ligt op redelijke loopafstand; bij deze twee supermarkten ligt ook een groot parkeerterrein, dat deels voor het centrum bestemd is.

Franeker is uitstekend bereikbaar vanuit de omgeving; de A31 (Afsluitdijk – Leeuwarden) loopt langs Franeker, en de N384 geeft een goede noord-zuid verbinding. De binnenstad van Franeker staat goed aangegeven; een P-route ontbreekt. Via de ringweg, de Harlingerweg, de Leeuwarderweg en de Hertog van Saxenlaan is de binnenstad goed te bereiken. Parkeren is zowel in de binnenstad als aan de randen mogelijk. In het centrum is sprake van een blauwe zone (2 uur); aan de randen in het centrum kan men iets langer parkeren, en buiten het centrum langer dan 4 uur. Deze grotere parkeerterreinen voor lang parkeren liggen vooral bij de supermarkten. In het centrum is alleen de Dijkstraat niet toegankelijk voor de auto; op diverse plekken is tevens sprake van éénrichtingverkeer. Voor de inwoners zal dit geen problemen opleveren; voor onbekenden kan het lastig zijn om de route te vinden. In het kader van binnenstadmanagement wordt gewerkt aan verbetering van de bebording. De Voorstraat is wel heel overzichtelijk, en tevens een belangrijke toegangsweg. Op de fiets is alles uiteraard goed bereikbaar; fietsenklemmen zijn volop aanwezig. Op woensdagmiddag en op de zaterdag wordt de weekmarkt gehouden aan de Voorstraat en

Bredeplaats. Niet alle zicht- en looproutes zijn duidelijk in Franeker; in en rondom de Voorstraat is alles duidelijk, maar de Dijkstraat ligt toch enigszins verstopt en uit het zicht. Wel is het zo dat zowel PM Mannenmode als Kruidvat de aandacht wel deze kant op trekken. De looproute is prima. De Action ligt in Ockingahiem volledig uit het zicht. De supermarkten liggen buiten het zicht van het centrum, en zijn deels (vooral Poiesz Julianastraat) niet via een aantrekkelijke looproute met het centrum verbonden. Op meerdere routes naar het centrum komt men per auto langs een supermarkt; vanuit het centrum staan ze niet aangegeven.

De compactheid van het centrumgebied is niet optimaal, maar ook niet slecht; weliswaar zitten de supermarkten op afstand, maar de overige winkels liggen redelijk bij elkaar. De Dijkstraat is tamelijk lang, en daardoor is de totale afstand voor een bezoeker nogal groot. Vooral de Action/Ockingahiem ligt op behoorlijke afstand van de rest van de winkels en bovendien volledig uit beeld. In het aangrenzende deel van de Voorstraat zijn nog wel winkels gevestigd, maar deze worden vooral doelgericht bezocht. Dit deel maakt nog nauwelijks deel uit van het centrumgebied. De inrichting van de openbare ruimte ziet er goed uit, met veel groen, zowel aan de Voorstraat als rond de kerk. Op de Bredeplaats is vanwege de markt en andere activiteiten minder groen te zien, maar door het groen bij de kerk wordt dit redelijk gecompenseerd. De panden zelf zien er aantrekkelijk uit. De horeca met terrasvorming geeft in het hart de nodige sfeer. Bankjes om te gaan zitten (zonder een verplichte consumptie) zijn ook op diverse plekken aanwezig. De historische binnenstad van Franeker als een van de Friese Elfsteden is een toeristische trekker als zodanig. Bovendien zijn in het centrum nog o.a. het Eise Eisinga Planetarium en Museum Martena gevestigd. Het gemeentehuis ligt op enige afstand van het centrum, maar de bibliotheek zit wel direct in het centrum.

Parkeren is zowel in het centrum van Franeker mogelijk als aan de randen. Bij de supermarkten is een grote parkeergelegenheid aanwezig. Zowel kwantitatief als kwalitatief is doordeweeks gemiddeld sprake van voldoende plaatsen, maar naar het eind van de week (en vooral op zaterdagen) is het aantal plaatsen in en rondom het centrum niet toereikend. In gezamenlijkheid met de ondernemers zijn voorstellen in een recente parkeervisie (2019) opgenomen, die het aantal beschikbare parkeerplaatsen voor bezoekers moeten verhogen en verbeteren.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Waadhoeke bestaat nog niet zolang. Een gemeentelijke detailhandelsvisie is nog niet aanwezig. Wel liggen er voor Franeker diverse beleidsdocumenten; de Binnenstadsagenda (2015) heeft een drietal speerpunten benoemd waarmee de ondernemers aan de slag zijn gegaan. Zo is sinds eind 2015 voor 2,5 jaar een binnenstadmanager aangesteld door de ondernemersvereniging. Het mandaat loopt in juli 2019 af, waarna de vereniging het verder zelf weer gaat oppakken. Al sinds 2011 kent Franeker een Ondernemersfonds, waaruit diverse activiteiten of de inhuur van een binnenstadmanager bekostigd kunnen worden. Dit fonds wordt gevuld vanuit het heffen van reclamebelasting. Voor de stad Franeker ligt er ook een structuurvisie voor de jaren 2015-2025. Verder is in september 2013 een compacte Binnenstadvisie voor Franeker opgesteld. Een Woonvisie voor de nieuwe gemeente wordt momenteel opgesteld. Regionale afstemming op het gebied van

detailhandel vindt niet gestructureerd plaats; de aandacht gaat nu vooral uit naar samenwerking binnen de juist gevormde nieuwe gemeente. Wel is er sprake van samenwerking met Harlingen. Er is geen gezamenlijke agenda, maar wel overleg indien dit nodig is. Uiteraard is er ook overleg met de provincie, waarbij de Waadhoeke en Harlingen elkaar op de hoogte houden en vertegenwoordigen. In de gemeente wordt de parkeersituatie van met name Franeker goed in beeld gehouden; in 2018 heeft nog een telling plaatsgevonden, die in 2019 nog eens herhaald gaat worden.

In Franeker is een ondernemersvereniging actief, Ondernemers Vereniging Franeker (OVF), voor de ondernemers in en nabij de binnenstad. Deze vereniging is in 2018 opgericht als opvolger van de Ondernemersvereniging Handel & Nijverheid (H&N); ook de Stichting Ster van de Elfsteden heeft hierna een andere rol gekregen. De vereniging maakt deel uit van de stuurgroep binnenstadmanagement. Dat geldt ook voor de Commerciële Club Noordwest Friesland.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Franeker, dan staat bij Google de gezamenlijke website Franeker.frl bovenaan. Bezoekers belanden op een pagina die winkelen in Franeker aanprijst met uitnodigende foto's, maar geen concrete winkels laat zien. Wel worden gezamenlijke openingstijden vermeld. Hetzelfde gaat op voor de activiteiten in Franeker. Ook dan komt men terecht op de site Franeker.frl, maar deze staat niet als eerste vermeld. Eerst staan enkele verzamelsites als TripAdvisor. De eigen website bevat een aantrekkelijk overzicht van alle attracties in en om Franeker. De pagina "agenda" bevat echter geen activiteiten.

De winkels van Franeker hebben een gezamenlijk Facebook- en Instagramaccount. De Facebookpagina "Franeker Ster van de Elfsteden" brengt alle evenementen erg aantrekkelijk in beeld. Individuele winkels worden niet op deze pagina getoond. De verwijzing vanaf de website naar Facebook bevat een verkeerde link. Deze zou zo snel mogelijk gecorrigeerd moeten worden. Het gezamenlijke Instagramaccount bevat een combinatie van evenementen en mooie beelden van Franeker.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Franeker weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Goede trekkers dagelijks en niet-dagelijks	Lengte winkelstraten/-gebied
Websites en social media	Ockingahiem
Sfeervol centrum	'verstopte' Dijkstraat
Aanvullend toeristische trekkers	Presentatie en profilering winkels
KANSEN	BEDREIGINGEN

Verbindingen supermarkten met binnenstad

Groei online winkelen

Sterke OVf

Supermarkten buiten centrum

Parkeren verbeteren

Franeker heeft een aantrekkelijke binnenstad, met een goed aanbod aan niet-dagelijkse en recreatieve winkels. Het dagelijkse aanbod met de supermarkten aan de rand van het centrum is eveneens sterk. De supermarkten zijn van groot belang voor Franeker, en voor het functioneren van het centrum. Goede verbindingen tussen de supermarkten en het centrum zijn dan ook erg belangrijk. Met name de Poiesz aan de Julianastraat ligt op relatief grote afstand. Van oudsher heeft Franeker een sterke verzorgingsfunctie in de regio, waardoor het een fors aanbod kan hebben. Deze verzorgingsfunctie wordt nog versterkt door de toeristische component. Behalve winkels is in het centrum ook een aanbod aan (dag)horeca en overige voorzieningen (waaronder musea) aanwezig, waardoor het totaalaanbod voor veel gezelligheid zorgt. De leegstand vormt op dit moment nog geen bedreiging, maar is wel iets om goed in de gaten te houden. Niet alle panden kennen een centrumfunctie; hierdoor is sprake van enige onderbrekingen in het winkelfront, met name aan de Voorstraat. Een verdere verzwakking van de winkelfunctie is niet gewenst. Toewerken naar een compacter winkelgebied moet overwogen worden. De presentatie en profilering van de winkels is over het algemeen matig en verdient een kwalitatieve opwaardering. Met de aanwezigheid van een binnenstadmanager en een nieuw gevormde ondernemersvereniging kunnen de actiepunten in principe goed aangepakt worden. Het verbeteren van de parkeersituatie en de bebording is inmiddels opgepakt.

Op het gebied van websites en social media doet Franeker goede zaken; in tegenstelling tot veel plaatsen is bijna alles goed op orde. Een versterking is nog mogelijk in het toevoegen van de individuele winkels, op dezelfde aantrekkelijke wijze als de rest van de sites en accounts. De verwachting is dat het online winkelen zal blijven groeien. Voor het behoud van het fysieke aanbod in de winkelstraat vraagt dit om een goede samenwerking.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen en de totstandkoming van de nieuwe gemeente, aan te bevelen.
- Voor het centrum van Franeker is het toewerken naar een compacter centrum een onderwerp om in een dergelijke visie mee te nemen. De dreiging van toenemende leegstand is in het centrumgebied aanwezig; kritisch kijken naar de verschillende straten met hun huidige functie maakt hiervan deel uit. Een stimuleringsregeling en/ of een strategisch vastgoedfonds kan wellicht een rol gaan spelen bij gewenste verplaatsingen van winkels.

- Het winkelgebied is niet in één oogopslag te zien. Vooral de Dijkstraat ligt min of meer verstopt, maar heeft wel 'trekkers' in het zicht. Dat is bij onder meer Ockingahiem niet het geval. Dit winkelgebied functioneert geheel solitair. De looproute vanaf hier naar het hart van de winkels kent bovendien steeds minder panden met een winkelfunctie. Een (actieve) bestemmingswijziging is hier te overwegen ten behoeve van een compacter centrum.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van een aantal winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Niet in alle gevallen zijn de verbindingen van de supermarkten met de binnenstad even aantrekkelijk. Vanaf de Poiesz aan de Julianaweg is dit het geval; deze supermarkt functioneert dan ook vooral solitair en ondersteunt de binnenstad niet echt. De overige doen dat wel, hetgeen erg belangrijk is ter ondersteuning van het overige winkelaanbod in de binnenstad.
- Op het gebied van internet en social media doet Franeker het goed. Het kan nog verder versterkt worden door concrete winkels met foto en een eigen pagina op de website te laten zien. Dit verhoogt de attentiewaarde nog meer. Ook de evenementenagenda kan op de site gevuld worden.



FRANEKER								
	totaal	centraal	% centraal					
Aantal winkels	122	102	84%					
m2 wvo winkels	30.848	18.468	60%					
Aantal inwoners	12.793	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR			
Percentage 65+	27,0%			18,8%	20,8%			
Percentage <25 jaar	24,5%			28,4%	28,5%			
Aspect		Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking				
Kwaliteit en variatie winkels			v					
Bereikbaarheid		v						
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v	v						
Compactheid winkelgebied		v						
Sfeer en gezelligheid/beleving		v	v					
Inrichting openbare ruimte			v					
Ondersteuning daghoreca		v						
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten			v	musea				
Parkeergelegenheid kwantitatief		v						
Parkeergelegenheid kwalitatief			v					
Aanbod fietsenstallingen			v					
	ja	nee	aantal centrum					
Supermarkt aanwezig?	4		3 of 4	allen rand				
Fullservice/discount	3/1							
% dagelijks aanbod	21%							
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Action, Expert, Bruna							
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal				
Verzorgingsfunctie			v					
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %		
m2 wvo	2.748	2.673	97%	6,1	6,8	6,3		
# vkp	20	19	95%	8,4	6,6	5,6		
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel					
vkp	37%	26%	37%					
m2 wvo	30%	14%	56%					
Overige aspecten		ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v	v	Franeke, 2015					
regionale afstemming?		v	Harlingen					
parkeermonitoring?	v							
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVF					
aanwezigheid centrummanager of id.	v							
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds					
Internet/social media								
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	Franeke.nl bovenaan, geen concrete winkels						
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	wel attracties, geen activiteiten						
Facebookpagina aanwezig?	Ja							
Instagram aanwezig?	Ja							
Overzicht branchering								
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detailh.ov.	leegstand	totaal	
m2 wvo	6.580	9.631	959	7.943	2.987	2.748	30.848	
vkp	27	40	9	17	9	20	122	
per 1.000 inwoners	516	755	75	623	234	215	2.418	
Aanbod per 1.000 inwoners								
INWONERKLASSE	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detailh.ov.	leegstand	totaal	
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000	
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150	
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063	
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140	
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172	
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332	
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766	
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595	
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220	
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006	
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124	
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194	
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232	
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853	
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564	

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

# MENAAM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Menaam was een van de drie hoofdkernen van de voormalige gemeente Menameradiel, maar maakt nu deel uit van de nieuwe gemeente De Waadhoeke. De Waadhoeke telt ruim 46.100 inwoners, het inwonertal van Menaam ligt op ruim 2.650. Het dorp is redelijk vergelijkbaar met het vlakbij liggende Berltsum. Het inwonertal van Menaam is de afgelopen jaren licht gedaald en daarna weer iets gegroeid, per saldo is het inwonertal ongeveer gelijk gebleven. Momenteel werkt de nieuwe gemeente aan een Woonvisie. De verwachting is dat De Waadhoeke de komende jaren alleen in de grootste kernen nog iets zal kunnen groeien; in de overige plaatsen (waaronder Menaam) zal het inwonertal eerder dalen dan toenemen. Het aandeel 65+'ers ligt met 25,6% in Menaam ruimschoots boven het Nederlands (18,8%) en Fries (20,8%) gemiddelde. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar ligt een paar procentpunten lager. Dit betekent dat de ontgroening minder sterk dan gemiddeld aanwezig is, maar de vergrijzing wel heel sterk. Menaam ligt geografisch gezien in het noordwesten van de provincie, circa 3 kilometer ten zuiden van Berltsum, en vlakbij de A31, de snelweg tussen de Afsluitdijk en Leeuwarden. Via de N383 is deze plaats eenvoudig te bereiken. Echt grotere plaatsen als Franeker en Leeuwarden zijn via de A31 snel te bereiken; ze liggen op 12,5 respectievelijk ruim 10 kilometer afstand.

Menaam is een plaats waar de supermarkt zeer bepalend is. Net als in Berltsum en Dronryp is ook hier een Poiesz-supermarkt aanwezig. De supermarkt zit al jaren aan de rand van Menaam, bij diverse bedrijven in de buurt. De supermarkt is niet al te groot, maar biedt wel een volledig aanbod. De Rypsterdyk en in het verlengde de Dysterbuorren is de belangrijkste doorgaande weg door Menaam. Aan deze weg zaten oorspronkelijk wel enkele winkels, maar deze zijn grotendeels verdwenen. Aan de Greatebuorren (een zijstraat) zitten onder meer nog een bakker en slagerij. In feite is dit het hart van het dorp, vlakbij de kerk. Ook de school zit hier vlakbij. In Menaam was het voormalige gemeentehuis van Menameradiel gevestigd; dit staat sinds de samenvoeging tot de

Waadhoeke grotendeels leeg. Hier zullen woningen en/of appartementen worden gebouwd. In totaal is in Menaam sprake van een aanbod aan ruim 2.700 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 9 winkelpanden. Van buiten het eigen dorp komen relatief weinig bezoekers naar Menaam toe om boodschappen te halen.

Gunstig in het geheel is dat het leegstandspercentage 0% bedraagt. Winkelpanden uit het verleden hebben nu een andere functie, veelal een woonfunctie.

## GEBIEDSASPECTEN

Menaam heeft een zeer beperkt aanbod aan winkels. Het dagelijks aanbod is redelijk compleet; de Poiesz-supermarkt is relatief klein naar moderne maatstaven, maar wel met een volledig aanbod. Ook zijn verder nog een bakker en een slager aanwezig. Verder zijn op het bedrijventerrein nog enkele doelgericht te bezoeken winkels gevestigd.

De supermarkt ligt aan de rand van Menaam, maar is verder goed bereikbaar. De twee verszaken zitten enigszins buiten de route, en staan niet op de bebording vermeld. Voor een lokale bewoner geen probleem, voor onbekenden buiten het zicht. In feite ligt het hart van Menaam fysiek rondom het voormalige gemeentehuis en de Rabobank. Sinds deze functies verloren zijn gegaan voor het dorp, is de 'reuring' hier afgenomen. De scholen, het woonzorgcentrum en de huisartsenpraktijk liggen niet direct bij de winkels in de buurt; alleen de scholen liggen nog vlakbij de bakker en slager. Een handige bezoekcombinatie kan hier wel gemaakt worden. Overigens zijn de afstanden in het dorp gering. De supermarkt ligt solitair.

De inrichting van de openbare ruimte is goed verzorgd met veel groen in het 'centrum'. Hierdoor oogt het gebied wel sfeervol. Ondersteunende daghoreca ontbreekt vrijwel geheel, hoewel bij de bakker wel aanvullend assortiment (koffie, ijs) verkocht wordt, en er een terras is. Toerisme is nauwelijks aanwezig in Menaam.

Het parkeren is in Menaam bij de winkels mogelijk. Vooral bij de supermarkt is het parkeren prima geregeld, en ook in de rest van het dorp kan bij de winkels goed een parkeerplaats gevonden worden. Bij de supermarkt zijn volop fietsparkeerplekken aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Waadhoeke bestaat nog niet zolang. Een gemeentelijke detailhandelsvisie is nog niet aanwezig. Vanuit de voormalige gemeente Menameradiel is evenmin een detailhandelsvisie voorhanden. Het beleid is in het verleden gericht geweest op het behoud van tenminste een supermarkt voor het dorp. Een Woonvisie voor de nieuwe gemeente wordt momenteel opgesteld. Regionale afstemming op het gebied van detailhandel vindt niet gestructureerd plaats; de aandacht gaat nu vooral uit naar samenwerking binnen de juist gevormde nieuwe gemeente. Wel is sprake van gemeentelijke samenwerking met Harlingen. Er is geen gezamenlijke agenda, maar wel overleg indien dit nodig is. Uiteraard is er ook overleg met de provincie, waarbij de Waadhoeke en Harlingen

elkaar op de hoogte houden en vertegenwoordigen. Parkeermonitoring vindt in Menaam niet plaats, maar het parkeren levert geen problemen op.

In Menaam is geen ondernemersvereniging actief. Er is nog slechts een slapende Commerciële club; de site wordt niet meer onderhouden.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Menaam, dan meldt Google in de zoekresultaten enkele winkels (Poiesz, NochRis en Slagerij Van Smeden). Ook toont Google diverse verzamelsites; deze geven een tamelijk volledig beeld van het winkelaanbod. De vermeldingen zijn erg beknopt. Bij het zoeken naar activiteiten staan bij Googleverzamelsites als Dagjeweg.nl en Zoover.nl bovenaan; deze vermelden recreatiemogelijkheden in geheel Friesland. Veel verderop in Google staat de dorpswebsite MenaldumDorp.nl. Deze bevat een overzichtelijke activiteitenagenda.

De winkels van Menaam hebben geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. Wel is er een Facebookpagina van het dorp, genaamd "Menaam ús Doarp"; hierop worden evenementen en klein nieuws uit het dorp gecommuniceerd. Winkels blijven onvermeld op deze pagina. De meeste winkels hebben een eigen Facebookpagina. Dat ligt anders bij Instagram; er zijn lokaal geen actieve bedrijven op Instagram gevonden.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Menaam weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarkt aanwezig	Versnipperd aanbod
Geen leegstand	Beperkt inwonertal en verzorgingsgebied
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Eigen website uitbouwen	Groei online winkelen
Samenwerking winkeliers	Bevolkingsontwikkeling
	Nabijheid grotere kernen

Menaam is een relatief klein dorp, waar de inwoners vooral gericht hun aankopen doen. Het dagelijks aanbod is in zulke gevallen erg belangrijk. Het is jammer dat de bakker en de slager niet in de nabijheid van de supermarkt zitten. Ze kunnen elkaar niet versterken. Ook het overige aanbod

ligt erg versnipperd over de plaats. Het ontbreken van leegstand in Menaam is gunstig. Alle leeggekomen panden uit het verleden hebben een andere functie gekregen. Uit de activiteiten op het web en de social media blijkt dat er weinig samengewerkt wordt om het aanbod goed onder de aandacht te brengen. Hier liggen kansen op verbetering. De dorpswebsite MenaldumDorp.nl kan eenvoudig uitgebreid worden met een aantrekkelijk overzicht van de winkels, met aanvullende informatie. Ook op de Facebookpagina van het dorp kunnen de winkels onder de aandacht gebracht worden. De recreatie- en verblijfsmogelijkheden in en om het dorp kunnen op een eigen pagina geplaatst worden. Het inwonertal van Menaam is gering, en ook vanuit de omgeving is weinig aan toevloeiing te verwachten. Het consumentendraagvlak is dan ook beperkt, en zal de komende jaren niet veel sterker worden. Grotere kernen liggen op geringe afstand van Menaam en zijn snel te bereiken.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen en de totstandkoming van de nieuwe gemeente, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De supermarkt is solitair gevestigd; de overige winkels liggen nog redelijk in elkaars nabijheid. Het is verstandig om verdere concentratie zoveel mogelijk te stimuleren.
- Het draagvlak van de voorzieningen is gering en dalende. Het is voor de ondernemers aan te bevelen om zoveel mogelijk te gaan samenwerken, voor zover dit nu niet gebeurt.
- De zichtbaarheid op internet is heel beperkt. Om de eigen inwoners aan het dorp te binden worden aspecten als een eigen website (met o.a. openingstijden) en social media steeds belangrijker. De bezoekers moeten goede redenen krijgen om een winkel fysiek te gaan bezoeken. Samenwerking met de ondernemers in de andere kleinere dorpen in de gemeente is wellicht mogelijk om dit op te pakken.

MENAAM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	9	0	0%				
m2 wvo winkels	2.739	0	0%				
Aantal inwoners	2.652	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	25,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,0%			28,4%	28,5%		
Aspect	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v						
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v						
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca	v						
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		0	Poiesz			
Fullservice/discount	1/0						
% dagelijks aanbod	33%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
Overige aspecten	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v					
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
Internet/social media							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Enkele winkels en verzamelsites gemeld					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 2/5	Vooral verzamelsites					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
Overzicht branchering							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	898	181	0	1.288	372	0	2.739
vkp	4	1	0	3	1	0	9
per 1.000 inwoners	344	69	0	493	143	0	1.049
Aanbod per 1.000 inwoners	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# SINT ANNAPAROCHIE

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Sint Annaparochie is na Franeker de grootste plaats van de nieuwe gemeente De Waadhoeke, en was de hoofdkern van de voormalige gemeente Het Bildt. De Waadhoeke telt ruim 46.100 inwoners, het inwonertal van Sint Annaparochie ligt op ruim 4.800. Het inwonertal van Sint Annaparochie is sinds 2015 met enige tientallen inwoners toegenomen, na een beperkte daling in de tussenliggende jaren. Momenteel werkt de nieuwe gemeente aan een Woonvisie. De verwachting is dat De Waadhoeke de komende jaren alleen in de grootste kernen nog iets zal kunnen groeien; Sint Annaparochie is een van deze kernen. Naar verwachting zal het inwonertal dan ook (zeer) licht blijven toenemen. Het aandeel 65+'ers ligt in Sint Annaparochie (26,8%) royaal boven het Nederlands (18,8%) en Fries (20,8%) gemiddelde. De vergrijzing is derhalve sterk aanwezig in Sint Annaparochie. Het aandeel jeugd onder de 25 jaar ligt iets lager dan het gemiddelde. Sint Annaparochie ligt geografisch gezien in het noordwesten van de provincie, tot vlakbij de Waddenzee. Grotere kernen liggen op behoorlijke afstand; mede hierdoor heeft Sint Annaparochie een sterke positie in de directe omgeving opgebouwd. Leeuwarden en Franeker liggen beide op zo'n 14 à 15 kilometer afstand. Dichterbij ligt het iets grotere Stiens, op ongeveer 8 kilometer.

Sint Annaparochie staat al jaren bekend als een sterk bovenlokaal koopcentrum. Ook hier zijn de supermarkten heel belangrijk, maar het dorp kent een aanzienlijk aanvullend winkelaanbod. Het gaat dan niet alleen om dagelijkse maar zeker ook om niet-dagelijkse artikelen, zoals kledingzaken. Behalve de supermarkten zijn hier als trekkers onder meer de Hema, Kruidvat en Expert aanwezig. De belangrijkste straten voor het winkelen zijn de Van Harenstraat en de Warmoesstraat, inclusief de aan de achterzijde liggende Dordtsestraat. De belangrijkste winkel buiten het centrum is Welkoop op bedrijventerrein De Wissel. In totaal is in Sint Annaparochie sprake van een aanbod aan ruim 11.700 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 45 winkelpanden. Het merendeel van de winkels (87%) is in het

centrum aanwezig; dit zijn er 39. Het gaat dan om ruim 10.000 m<sup>2</sup> wvo. Naast de dagelijkse sector is ook de Mode & Luxe sterk vertegenwoordigd in de plaats. Veelal zegt dit het nodige over de functie van een winkelgebied. Sint Annaparochie heeft dan ook een bovenlokale verzorgingsfunctie. Van buiten het eigen dorp komen veel bezoekers naar Sint Annaparochie om boodschappen te halen of om te winkelen. Deze bezoekers komen vooral uit de voormalige gemeenten Het Bildt en Menameradiel.

Het leegstandspercentage in Sint Annaparochie bedraagt 8,4%, gelet op het aantal leegstaande panden (7 stuks). Gemeten naar vierkante meters bedraagt de leegstand 7,8%; deze percentages liggen iets hoger dan het Fries en Nederlands gemiddelde. Alle leegstand is in het centrumgebied te vinden.

## GEBIEDSASPECTEN

Sint Annaparochie heeft een behoorlijk groot aanbod aan winkels. Het dagelijks aanbod is met twee fullservice supermarkten en een discounter volledig. Bovendien hebben deze supermarkten een voldoende grote oppervlakte; de Aldi is nog nieuw, terwijl AH maar liefst 2.500 m<sup>2</sup> wvo groot is. Verder zijn er ook verszaken en drogisterijen aanwezig. Op niet-dagelijks gebied is vooral de Hema een trekker, maar daarnaast ook TerStal, Expert en Primera. Bekende namen als Blokker, Bruna en Fixet zijn niet meer vertegenwoordigd in de plaats.

De supermarkten in Sint Annaparochie liggen niet aan de Van Harenstraat. AH zit direct aan het begin vanaf de zuidzijde van het winkelgebied, aan de Warmoesstraat, met ook een entree (de belangrijkste) aan de achterzijde. Poiesz ligt achter de Van Harenstraat, aan de Dordtse Straat. Aldi zit aan de noordkant van het centrum, aan de Beuckelaerstraat. Ze liggen vanuit de Van Harenstraat gezien vrijwel buiten het zicht, maar wel op loopafstand. De Hema zit evenmin aan de Van Harenstraat; deze zit op de hoek van de Beuckelaerstraat en de Dordtse Straat, met een entree op de hoek. Hierdoor speelt een belangrijk deel van het winkelen zich inmiddels achter de Van Harenstraat af. Het deel van de Van Harenstraat is het sterkst tussen de Wassenbergh- en Beuckelaerstraat. Wel is sprake van de nodige onderbrekingen van het winkelfront. Kruidvat zit iets voorbij de Beuckelaerstraat, al redelijk solitair. Detailhandel-ondersteunende horeca is met name aan de Van Harenstraat gevestigd.

Het centrum van Sint Annaparochie staat niet als zodanig aangegeven, maar de Van Harenstraat is de doorgaande route (de N393). De N383 vanuit zuidelijke richting komt hier op uit. De plaats is dan ook uitstekend bereikbaar. Ook de supermarkten en overige winkels zijn prima te bereiken. Parkeren kan men overal vrij langs de Van Harenstraat, Dordtse Straat en ook op de grotere parkeerterreinen bij de supermarkten. Zowel in de Van Harenstraat als bij de supermarkten zijn fietsenklemmen of -standaards aanwezig.

De inrichting van de openbare ruimte is goed verzorgd met veel sfeer en groen aan de Van Harenstraat. De Dordtse Straat is vooral functioneel ingericht voor de winkels, waar het parkeren voorop staat. Het gezellige deel ligt dan ook langs de Van Harenstraat, waar tussen de winkels ook enkele horecagelegenheden met terrassen zijn. Hierdoor oogt dit gedeelte sfeervol. Overige



voorzieningen liggen in de nabijheid van het centrum, zoals een school, een huisartsenpraktijk en de bibliotheek.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Waadhoeke bestaat nog niet zolang. Een gemeentelijke detailhandelsvisie is dan ook nog niet aanwezig. Vanuit de voormalige gemeente Het Bildt is evenmin een detailhandelsvisie voorhanden. Het beleid is in het verleden gericht geweest op het ondersteunen van de positie van Sint Annaparochie binnen de regio. Een Woonvisie voor de nieuwe gemeente wordt momenteel opgesteld. Regionale afstemming op het gebied van detailhandel vindt niet gestructureerd plaats; de aandacht gaat nu vooral uit naar samenwerking binnen de juist gevormde nieuwe gemeente. Wel is sprake van gemeentelijke samenwerking met Harlingen. Er is geen gezamenlijke agenda, maar wel overleg indien dit nodig is. Uiteraard is er ook overleg met de provincie, waarbij de Waadhoeke en Harlingen elkaar op de hoogte houden en vertegenwoordigen. Parkeermonitoring vindt in Sint Annaparochie niet plaats, maar het parkeren levert ook geen problemen op.

In Sint Annaparochie is Sint Anna Vooruit als ondernemersvereniging actief. Sinds 2018 heeft men in Sint Annaparochie ook een ondernemersfonds, waaruit diverse activiteiten kunnen worden ondersteund en betaald. De Stichting heeft tot doel om het dorp en de bedrijventerreinen flink te promoten. De opzet is vergelijkbaar met die in Franeker. Een centrummanager is niet actief in de plaats; andere regelingen op het gebied van de detailhandel zijn niet aanwezig.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Sint Annaparochie, dan komt hij/zij tot de ontdekking dat een eigen gezamenlijke website ontbreekt. Google toont bovenaan een kaartvenster met daarin meerdere winkels. Bovenaan de zoekresultaten staan diverse verzamelsites zoals 123Shoppin.in. Deze brengt het winkelgebied volledig, doch beknopt in kaart. Opiness.nl meldt dat er geen bedrijven gevonden zijn. Bij het zoeken naar activiteiten in Sint Annaparochie staan bij Google eveneens verzamelsites als Zoover, TripAdvisor en Dagjeweg.nl bovenaan; deze vermelden geen recreatiemogelijkheden in Sint Annaparochie. De dorpswebsite Pbstanne.nl heeft geen activiteitenkalender. Voor een plaats als Sint Annaparochie met een flink winkelaanbod is het aan te bevelen om een gezamenlijke website te ontwikkelen, waar het aanbod duidelijk getoond kan worden.

De winkels van Sint Annaparochie hebben evenmin een gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. De meeste winkels zijn individueel wel actief op Facebook. Op Instagram zijn ook enkele winkels actief, maar duidelijk minder dan op Facebook. Het is aan te bevelen om ook hier vervolgstappen te gaan zetten naar gezamenlijke promotie.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Sint Annaparochie weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sterk dagelijks aanbod	Grootste trekkers niet in Van Harenstraat
Goede bereikbaarheid en parkeren	Minder aanbod Mode & Luxe
Goede naam in omgeving	Online zichtbaarheid winkels
	Presentatie en profilering winkels
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Gezamenlijke website en social media opzetten	Groei online winkelen
Bildts Ondernemersfonds	Mode-aanbod neemt af; afnemende verzorgingsfunctie
Samenwerking	

Sint Annaparochie is van oudsher een dorp, waar de inwoners van het dorp en de regio (voormalige gemeente Het Bildt en Menameradiel) graag naar toe gaan om boodschappen te halen en om (beperkt) te shoppen. Zoals in meer plaatsen van deze omvang is het dagelijks aanbod nog altijd heel sterk, en ook heel belangrijk. Het niet-dagelijkse aanbod, en dan met name het recreatieve/modische aanbod, krijgt het lastiger. De winkels hebben elkaars nabijheid nodig; in Sint Annaparochie speelt veel van het winkelen zich af achter de Van Harenstraat, van oudsher dé winkelstraat. Het is eenvoudig om boodschappen te halen zonder nog in deze straat te komen. Alle overige randvoorwaarden, zoals de bereikbaarheid, het parkeren en de inrichting van de openbare ruimte, is verder goed op orde. De winkels zitten wel in een redelijk compact gebied bij elkaar, en niet verspreid over het dorp. Ook is ter ondersteuning enige horeca aanwezig. De presentatie en profilering van de winkels is over het algemeen matig en verdient een kwalitatieve opwaardering. De aanwezigheid van andere voorzieningen, zoals de bibliotheek en een school in het centrum is gunstig. Op het gebied van het internet en social media zijn nog flinke stappen te zetten. Het ontbreken van een gezamenlijke website is een gemis; in de toekomst worden een website en Facebook /Instagram steeds belangrijker om nog vindbaar te zijn. Dankzij het bestaan van het Ondernemersfonds liggen hier evenwel goede kansen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen en de totstandkoming van de nieuwe gemeente, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Het zwaartepunt van de bewinkeling verschuift enigszins naar het dagelijkse en frequent benodigde goederen; modezaken krijgen het lastiger. Voor Sint Annaparochie is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels.

Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken.

- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn. Een stimuleringsfonds in de vorm van een gevelfonds kan de aanpak stimuleren.
- De belangrijkste trekkers zitten vooral achter de Van Harenstraat; hierin is weinig te veranderen. Voor de overige ondernemers is nabijheid van elkaar van groot belang; het winkelgebied dient zo compact mogelijk te blijven. De begrenzing van het winkelgebied kan nog eens goed tegen het licht gehouden worden, om te voorkomen dat op ongewenste locaties nieuwe ontwikkelingen ontstaan.
- Het goed samenwerken – en wellicht goede combinaties van producten/arrangementen aanbieden – op basis van een helder DNA-profiel, kan een meerwaarde opleveren voor de ondernemers samen.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden met een goede collectieve website. Op onlinegebied is op dit moment weinig aanwezig bij de ondernemers. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Sint Annaparochie liggen hier nog veel kansen ter verbetering. De klant heeft keuze uit diverse winkelgebieden en uit online bestellen.

SINT ANNAPAROCHIE							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	45	39	87%				
m2 wvo winkels	11.714	10.072	86%				
Aantal inwoners	4.832	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	26,8%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,6%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	3		3				
Fullservice/discount	2/1		AH, Poiesz en Aldi				
% dagelijks aanbod	38%						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Kruidvat, Etos, Expert						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		bovenlokaal					
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	1.321	1.321	100%	7,8	6,8	6,3	
# vkp	7	7	100%	8,4	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	43%	29%	29%				
m2 wvo	41%	38%	22%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	Ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Geen gezamenlijke website					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Alleen verzamelites zonder info over Sint Anna					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	4.487	1.031	147	3.218	1.510	1.321	11.714
vkp	16	5	3	13	1	7	45
per 1.000 inwoners	935	215	31	670	315	275	2.441
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# WINSUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Winsum was een van de drie grootste kernen van de voormalige gemeente Littenseradiel, maar maakt nu deel uit van de nieuwe gemeente De Waadhoeke. De Waadhoeke telt ruim 46.100 inwoners, het inwonertal van Winsum ligt op ruim 1.000. Het betreft dan ook een klein dorp; bovendien is het inwonertal de afgelopen jaren licht gedaald. Momenteel werkt de nieuwe gemeente aan een Woonvisie. De verwachting is dat De Waadhoeke de komende jaren alleen in de grootste kernen nog iets zal kunnen groeien; in de overige plaatsen (waaronder Winsum) zal het inwonertal verder dalen. Wat leeftijdsverdeling betreft is Winsum een redelijk gemiddelde plaats. Zowel het aandeel 65+'ers als het aandeel jongeren (onder 25 jaar) ligt vrijwel op het Nederlands en Fries gemiddelde. Winsum ligt geografisch gezien in het westen van de provincie, midden in het plattelandsgebied tussen Franeker en Leeuwarden. De doorgaande wegen de N384 en de N359 kruisen elkaar vlakbij Winsum. Beide grotere plaatsen zijn dan ook eenvoudig te bereiken. Franeker en Leeuwarden liggen op 9 respectievelijk 14 kilometer afstand.

Winsum is een klein dorp, waar in het centrum nog nauwelijks winkels aanwezig zijn. De supermarkt is voor de dagelijkse boodschappen samen met de bakker het belangrijkste. De bakker zit nog in het centrum, maar de supermarkt is al jaren aan de rand van Winsum, bij de toegang tot het dorp gevestigd. Andere winkels zijn ook doelgericht te bezoeken winkels, en liggen vooral op het bedrijventerrein aan de noordwestzijde van het dorp. In totaal is in Winsum sprake van een aanbod aan ruim 2.400 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 6 winkelpanden. Winsum kent dan ook een lokale verzorgingsfunctie.

De leegstand in Winsum is beperkt; er staat 1 pand leeg, van ruim 300 m<sup>2</sup> wvo (op moment van meten). Hierdoor bedraagt het leegstandspercentage 9,1 gemeten in meters, en 7,7 gemeten naar

aantal winkelpanden. Deze percentages liggen hoger dan het Nederlands en Fries gemiddelde. Inmiddels staat er geen enkel pand meer leeg.

## GEBIEDSASPECTEN

Winsum heeft een zeer beperkt aanbod aan winkels. Het dagelijks aanbod bestaat uit de supermarkt en de bakker. De supermarkt is relatief klein naar moderne maatstaven, maar momenteel wordt gewerkt aan een uitbreiding naar 950 m<sup>2</sup> wvo. Aan de noordrand van Winsum zijn onder meer Wildkamp, een landbouwmechanisatiebedrijf en een parketwinkel gevestigd. Gezien het inwonertal van het dorp voldoet dit aanbod aan de verwachting.

De supermarkt is goed bereikbaar. Vanuit het dorp is men snel bij de supermarkt; vlakbij ligt bovendien een school. Van buitenaf is Winsum goed bereikbaar via de doorgaande routes. Het aantal parkeerplaatsen is bij de supermarkt voldoende groot, en de plaatsen voldoen ook kwalitatief. De toegang tot het P-terrein is duidelijk en eenvoudig. Fietsenklemmen zijn aan alle zijden van het pand aanwezig. In het dorp zelf is langsparkeren mogelijk. Vlakbij de bakker is een horecagelegenheden met terras, MFC de Helling en de huisarts te vinden. De zichtbaarheid van de supermarkt is uitstekend.

In het echte centrum is er rondom de kerk en bij de driesprong voldoende sfeer. De inrichting van de openbare ruimte is passend voor een dorp als Winsum. Het toerisme is er zeer beperkt.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeente Waadhoeke bestaat nog niet zolang. Een gemeentelijke detailhandelsvisie is dan ook nog niet aanwezig. Vanuit de voormalige gemeente Littenseradiel is evenmin een detailhandelsvisie voorhanden. Het beleid is in het verleden gericht geweest op het behoud van tenminste een supermarkt voor het dorp. Een Woonvisie voor de nieuwe gemeente wordt momenteel opgesteld. Regionale afstemming op het gebied van detailhandel vindt niet gestructureerd plaats; de aandacht gaat nu vooral uit naar samenwerking binnen de juist gevormde nieuwe gemeente. Wel is sprake van samenwerking met Harlingen. Er is geen gezamenlijke agenda, maar wel overleg indien dit nodig is. Uiteraard is er ook overleg met de provincie, waarbij de Waadhoeke en Harlingen elkaar op de hoogte houden en vertegenwoordigen. Parkeermonitoring vindt in Winsum niet plaats, maar dit is ook niet nodig.

In Winsum is de Algemene Ondernemersvereniging Winsum actief. Hierin zijn zowel ondernemers binnen als buiten de detailhandel vertegenwoordigd. De winkeliers hebben tevens een winkeliersvereniging. Een centrummanager of aparte retailregelingen voor Winsum zijn niet aanwezig.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Winsum, dan toont Google een kaartvenster met enkele winkels. De eerste zoekresultaten bij Google komen van verzamelsites als Telefoonboek.nl en Tiendo. Deze geven een volledig beeld van het winkelaanbod, maar de vermeldingen zijn zeer beknopt. Verderop in de zoekresultaten komt de winkelwebsite van Winsum in de provincie Groningen tevoorschijn, zelfs als op "winkelen in Winsum Friesland" wordt gezocht. Dorpswebsite Winsum.frl komt niet in de zoekresultaten voor; hier staat wel een volledig bedrijvenoverzicht. De vermelding bevat slechts een naam en link naar de eigen website. Bij het zoeken naar activiteiten in Winsum bij Google staan TripAdvisor en Dagjeweg.nl bovenaan. Deze geven ook als er gezocht wordt op "wat te doen in Winsum Friesland" suggesties in en om Winsum Groningen. Er wordt geen activiteitenkalender gevonden. De website Winsum.frl komt niet in de zoekresultaten voor, bevat geen agenda en toont verouderde nieuwsberichten uit 2015 en 2016.

De winkels van Winsum hebben geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. Er is wel een tamelijk inactieve Facebook-community "Winsum op de kaart"; hierop staat zo nu en dan een evenement of winactie van lokale bedrijven. De meeste lokale bedrijven zijn wel (zeer) actief met een website en op Facebook. Enkele ondernemers zijn ook individueel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Winsum weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarkt aanwezig	Beperkte oppervlakte supermarkt
Overige doelgericht te bezoeken winkels	Aantal inwoners /consumentendraagvlak
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Eigen website en/of social media	Groei online winkelen
	Bevolkingsontwikkeling

Winsum is een klein dorp, waar de inwoners vooral gericht hun aankopen doen. Het dagelijks aanbod is in zo'n geval belangrijk. De supermarkt is nu niet erg groot, maar gaat binnenkort vergroten, en wordt dan vollediger. Bovendien is er in het dorp nog een bakker gevestigd. De

overige randvoorwaarden (zoals parkeren, bereikbaarheid en de inrichting van de openbare ruimte) zijn prima ingevuld. Kansen voor het dorp liggen vooral op het gebied van internet en social media. De huidige website Winsum.frl is zowel technisch als qua content verouderd. Deze zou door de gezamenlijke ondernemers vernieuwd kunnen worden, zodat alle winkels, bezienswaardigheden en activiteiten hier weer aantrekkelijk vermeld kunnen worden.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen en de totstandkoming van de nieuwe gemeente, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De supermarkt is solitair gevestigd en van groot belang voor het dorp. De randvoorwaarden dienen optimaal te blijven om deze voorziening zoveel mogelijk te faciliteren. Op dit moment liggen hier geen vraagstukken die een oplossing vereisen.
- Het draagvlak van de voorzieningen is zeer gering en dalende. Het is voor de aanwezige ondernemers aan te bevelen om zoveel mogelijk te blijven samenwerken. De actieve ondernemersvereniging kan hierin een coördinerende rol vervullen.
- De zichtbaarheid op internet als gezamenlijke ondernemers is heel beperkt. Om de eigen inwoners aan het dorp te binden worden aspecten als een eigen website (met o.a. openingstijden) en social media steeds belangrijker. Zo biedt o.a. de mogelijkheid om online producten te bestellen voor een plaats als Winsum meerwaarde. De bezoekers moeten goede redenen krijgen om een winkel fysiek te gaan bezoeken.



WINSUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	6	0	0%				
m2 wvo winkels	2.431	0	0%				
Aantal inwoners	1.025	stijgend/gelijk/ <i>licht dalend</i>		NL	FR		
Percentage 65+	19,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,9%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v						
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		0				
Fullservice/discount	1/0	Coop aan rand					
% dagelijks aanbod	27%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	319	0	0%	9,1	6,8	6,3	
# vkp	1	0	0%	7,7	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	100%				
m2 wvo	0%	0%	100%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging	v		Alg. Ondern.ver. Winsum				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in	Score 3/5	Verzamelsites, maar volledig beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 1/5	Alleen Winsum Groningen gevonden					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov	leegstand	totaal
m2 wvo	654	434	0	1.024	0	319	2.431
vkp	3	1	0	1	0	1	6
per 1.000 inwoners	629	417	0	985	0	307	2.338
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
INWONERKLASSE	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov	leegstand	totaal
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# HEERENVEEN - NIJEHASKE BPF

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Het Business Park Friesland (BPF) ligt in het noordwesten van Heerenveen, in de wijk Nijehaske. Heerenveen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente, en een van de vier grote kernen van de provincie Friesland. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van de kern Heerenveen ligt op bijna 30.000. Het inwonertal van de gemeente is de afgelopen jaren iets gedaald, maar voor de kern Heerenveen geldt dat niet. Woningbouw vindt vooral plaats in Skoatterwald (ca. 80 woningen per jaar), en verder verspreid over de plaats. Naar verwachting zal het inwonertal van Heerenveen de komende jaren nog licht blijven toenemen. Het aandeel 65+'ers in de kern Heerenveen is met 21,5% iets groter dan het Fries gemiddelde en ruim hoger dan het Nederlands gemiddelde. Er is derhalve sprake van enige vergrijzing in Heerenveen. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) is in Heerenveen daarentegen iets kleiner dan het Fries en het Nederlands gemiddelde. Er is dus in beperkte mate ook sprake van ontgroening. De kern Heerenveen ligt geografisch gezien in het zuidelijke deel van de provincie, bij de kruising van de snelwegen A7 en A32. Het BPF heeft een eigen afslag vanaf de A7 (vanuit oostelijke richting). Andere winkelgebieden met grootschalige aanbod in de omgeving liggen in bijvoorbeeld Drachten en Leeuwarden.

In totaal is op het BPF Heerenveen sprake van een winkelaanbod van ruim 26.800 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 31 winkelpanden. Het Business Park is een gemengd gebied, met niet uitsluitend grootschalige winkels. Ook autoshowrooms, groothandels en bedrijven zijn in dit gebied gevestigd. De winkels liggen hier verspreid tussen. Aanbieders bevinden zich met name in de branches Wonen, DHZ en Dier & Tuin. Belangrijke trekkers zijn o.a. de bouwmarkten Praxis, Gamma en Karwei; op het gebied van wonen o.a. Beter Bed, Jysk, Swiss Sense, Grando Keukens, Kwantum, Leen Bakker en Lippe Lap; verder is ook Welkoop er te vinden. De bouwmarkten en Welkoop zitten redelijk geclusterd bij elkaar. Ook in de woonbranche liggen de vestigingen in elkaars nabijheid.

Het totale aanbod is qua omvang min of meer vergelijkbaar met het aanbod in Drachten aan de MLK-boulevard. Het BPF heeft een (beperkte) regiofunctie voor met name het zuidelijke deel van de provincie. Leegstand is in beperkte mate aanwezig, vooral frictieleegstand. Het betreft een drietal panden van niet al te grote oppervlakte. Gevolg is wel dat het leegstandspercentage gemeten naar het aantal panden in dit gebied iets hoger ligt, namelijk op 6,1%. De leegstand is hier niet storend aanwezig.

## GEBIEDSASPECTEN

Op het Nijehaske BPF van Heerenveen is sprake van een behoorlijke variatie aan grootschalige aanbieders. Het gaat dan vooral om de DHZ- en Wonen-branche. Op het gebied van bruin- & witgoed zijn er geen grote aanbieders aanwezig; deze zijn in en rondom het centrum gevestigd. Voor fietsenzaken geldt in feite hetzelfde. Gelet op prijssegmenten zijn vooral het midden- en lagere segment sterk vertegenwoordigd.

De bereikbaarheid van Nijehaske BPF is prima; via een directe afslag vanaf de snelweg en de Haskeruitgang als doorgaande route in de plaats zelf is het winkelgebied vanuit alle richtingen snel te bereiken. Wel ligt het enigszins excentrisch in de plaats; nagenoeg alle bezoekers komen met de auto, en de verwijzing naar het BPF is goed verzorgd. De bereikbaarheid met de fiets – ook al zullen weinig bezoekers dit doen – is veel minder. Het gebied nodigt ook door de functiemix niet uit om op de fiets te bezoeken. Een fietspad is alleen langs de Jousterweg aan een zijde van de weg aanwezig. De zichtbaarheid van het Nijehaske BPF als zodanig is goed; vanaf de snelweg zijn diverse panden/winkels te zien. Het gebied is ruim opgezet, waardoor je snel een overzicht hebt op delen van het aanwezige aanbod. Maar omdat de winkels verspreid liggen, is steeds slechts een deel van de winkels zichtbaar. Onduidelijk is dan waar de rest van de winkels te vinden zijn. Mede hierdoor, en door de aanwezigheid van overige bedrijven, is weinig sprake van gezelligheid of sfeer in het gebied. Dit is ook niet waar bezoekers voor komen, maar het oogt nu meer als een bedrijventerrein dan als een grootschalig winkelgebied. Het is zeer functioneel ingericht.

De inrichting van de openbare ruimte is verder zoals je mag verwachten in een dergelijk gebied; het is niet slecht en ook niet opvallend goed. Een horecagelegenheid is op het BPF niet aanwezig. Overige voorzieningen zijn evenmin aanwezig in dit gebied; deze zal een bezoeker hier ook niet verwachten of missen.

Elke winkel heeft in feite z'n eigen parkeervoorzieningen. Bij sommige winkels is sprake van een gezamenlijk parkeerterrein, of langsparkeren. Bij met name de bouwmarkten liggen grote parkeerterreinen voor de deur, of ze lopen in elkaar over. Het aantal parkeerplaatsen is over het algemeen voldoende groot voor de bezoekers. Kwalitatief zijn er verschillen te constateren; zo is o.a. bij Praxis en Gamma sprake van duidelijk gemarkeerde plaatsen met een verschil in kleur stenen, bij andere zijn het geschilderde witte lijnen op (veelal oude) stenen. De plaatsen zijn van voldoende grootte, maar voor grotere auto's/kleine busjes of auto's met aanhangers is relatief weinig ruimte om te manoeuvreren en te parkeren. Fietsklemmen zijn niet of nauwelijks aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Heerenveen is aanwezig, maar dateert uit 2011. Het BPF is bestemd voor grootschalige vestigingen in specifieke branches. Waar mogelijk wenst men dit type winkels zoveel mogelijk op het BPF te concentreren, ook vanuit elders in de plaats. Sinds de uitbreiding van de gemeente met onder andere Akkrum is er nog geen harmonisatie van het detailhandelsbeleid geweest. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid in het algemeen vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het perifere detailhandelsbeleid.

De Ondernemerskring Heerenveen (OKH) is een vereniging voor de ondernemers buiten het centrum. De kring richt zich vooral op ondernemers op de bedrijventerreinen en de grotere zakelijke dienstverleners in Heerenveen. De ondernemers van de grootschalige winkelpanden kunnen hiervan ook lid worden; dit is echter in beperkte mate het geval. Bij de meeste perifere en grootschalige winkelgebieden is de bereidheid om lid te worden van een ondernemersvereniging laag. In Heerenveen is dat niet anders. De gemeente kent geen echte retail regelingen. Wel heeft Heerenveen ter ondersteuning van de ondernemers al jaren een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden is de OKH, dat ook het BPF Nijehaske vertegenwoordigt.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is op het BPF ontdekt deze dat er geen gezamenlijke website aanwezig is. Google herkent het gebied Business Park Friesland West wel, en toont diverse winkels op de kaart. Relatief weinig ondernemingen hebben een goed ingevuld Google Mijn Bedrijf profiel. Hierdoor is het lastig om te zien of winkels al of niet geopend zijn op een bepaald moment. Alleen door de specifieke winkel te zoeken is hierover informatie te vinden. Op de vraag wat er zoal te doen is op het BPF vindt Google geen relevante resultaten. Dit is niet vreemd, omdat dit park ook geen verblijfsgebied is. Maar ook eventuele activiteiten worden hier niet in gezamenlijkheid opgepakt en/of gecommuniceerd.

Een gezamenlijke Facebookpagina of Instagramaccount is niet aanwezig bij de winkels op het Businesspark. Diverse bedrijven zijn individueel wel actief op Facebook. De locatie als zodanig wordt door Instagram niet herkend. Omdat de ondernemers niet allemaal in één locatie bij elkaar zijn gevestigd, zoals wel op de MLK-Boulevard in Drachten of de Centrale in Leeuwarden het geval is, wordt het lastiger om elkaar tussen alle andere niet-winkelbedrijven te vinden. In Heerenveen is dat nog niet gelukt.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het grootschalige winkelgebied BPF Nijehaske weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Gevarieerd aanbod	Gemengd gebied, geen geheel
Nauwelijks leegstand	Online onvindbaar
Goed bereikbaar	Weinig overzicht totale aanbod
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Samenwerking	Onderscheidend vermogen gering
Benutten Social media	

Het grootschalige winkelaanbod op het BPF is ruim en gevarieerd. Het winkelgebied is verder goed bereikbaar, en er is nauwelijks sprake van leegstand. Binnen Heerenveen is het betreffende grootschalige aanbod grotendeels hier geconcentreerd, maar op het BPF zelf liggen de winkels nogal verspreid. Het BPF is een gemengd gebied met tevens andere functies, waardoor het niet als een geheel direct herkenbaar is. Het is niet overzichtelijk; je moet de weg kennen. Ook online presenteren de winkels zich niet als een geheel; ze zijn op die manier nauwelijks vindbaar. Een verbeterde samenwerking kan ervoor zorgen dat het winkelgebied veel duidelijker onder de aandacht gebracht wordt, waarbij de volle breedte van het aanbod ook zichtbaar is. Voor dit type winkels is het vaak al lastig om zich te onderscheiden van elkaar; maar zeker op het gebied van wonen en woninginrichting liggen hier wel degelijk kansen. In de -zeer nabije - toekomst wordt het steeds belangrijker om duidelijk te laten zien waarin het winkelgebied zich onderscheidt, en waarom een bezoeker ook fysiek naar de winkel toe zou moeten komen. Vanaf de bank is het heel gemakkelijk om producten aan te schaffen. Door het hele pakket duidelijk te communiceren hebben de winkels meerwaarde voor de klant.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2011; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De zichtbaarheid van de afzonderlijke delen van het BPF is niet optimaal; hierin is niet direct veel te veranderen, maar met slimme bebording en goede loop- en fietsroutes kan het wel zoveel mogelijk gefaciliteerd worden.
- Tenslotte is het wenselijk om de online zichtbaarheid van de bedrijven collectief te verbeteren. De breedte van het aanbod kan dan veel beter tot zijn recht komen.

HEERENVEEN - NIJEHASKE BPF							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	31	31	100%				
m2 wvo winkels	26.859	26.859	100%				
Aantal inwoners	29.810	licht stijgend /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	21,5%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,4%	kern Heerenveen		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca	v						
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v	v				
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?		v					
Fullservice/discount	0/0						
% dagelijks aanbod	0%						
Trekkers niet-dagelijks	Praxis, Lippe, Karwei, Gamma, Kwantum, Grando, Beter Bed, Jysk						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v				
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	1.146	1.146	100%	2,9%	6,8	6,3	
# vkp	3	3	100%	6,1%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	33%	33%	33%				
m2 wvo	45%	40%	15%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OKH				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	geen gezamenlijke website, weinig te vinden					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	geen relevante resultaten					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	0	0	0	24.407	1.306	1.146	26.859
vkp	0	0	0	27	1	3	31
per 1.000 inwoners	0	0	0	819	44	38	901
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	<b>dagelijks</b>	<b>mode&amp;lux</b>	<b>vrije tijd</b>	<b>in/om huis</b>	<b>detalh.ov.</b>	<b>leegstand</b>	<b>totaal</b>
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# HEERENVEEN - CENTRUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Heerenveen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente, en een van de vier grote kernen van de provincie Friesland. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van de kern Heerenveen ligt op bijna 30.000. Het inwonertal van de gemeente is de afgelopen jaren iets gedaald, maar voor de kern Heerenveen geldt dat niet. Woningbouw vindt vooral plaats in Skoatterwald (ca. 80 woningen per jaar), en verder verspreid over de plaats. Skoatterwald is een nieuwbouwwijk aan de oostkant van Heerenveen, oostelijk van de A32. In deze wijk zijn geen winkelvoorzieningen. Naar verwachting zal het inwonertal van Heerenveen de komende jaren nog licht blijven toenemen. Het aandeel 65+'ers in de kern Heerenveen is met 21,5% iets hoger dan het Fries gemiddelde en ruim hoger dan het Nederlands gemiddelde. Er is derhalve sprake van enige vergrijzing in Heerenveen. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) is in Heerenveen daarentegen iets kleiner dan het Fries en het Nederlands gemiddelde. Er is dus in beperkte mate ook sprake van ontgroening. De kern Heerenveen ligt geografisch gezien in het zuidelijke deel van de provincie, bij de kruising van de snelwegen A7 en A32. De afstand naar Leeuwarden bedraagt zo'n 30 kilometer. Naar Drachten is het ruim 20 kilometer. Buiten de provincie liggen de stad Groningen en Meppel op een half uur tot drie kwartier rijden.

In totaal is in Heerenveen sprake van een groot winkelaanbod van ruim 92.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 286 winkelpanden. Een aanzienlijk deel hiervan is te vinden in het centrumgebied. In oppervlakte gerekend is 44% te vinden in het centrum, maar in winkelpanden gerekend 72%. In totaal gaat het om bijna 40.500 m<sup>2</sup> wvo in het centrum. Het totale aanbod in de kern Heerenveen is de afgelopen jaren iets gedaald; in het centrum is het aanbod vrijwel constant gebleven. Dit betekent dat er in enige mate sprake is van concentratie. Historisch bepaald bevinden de meeste winkels zich aan de Dracht, in het voetgangersgebied. Ook de Sieversstraat kent veel winkels. De supermarkten liggen in of aan de rand van het centrum. De combinatie van Aldi en Jumbo is sinds



enige jaren in nieuwbouw op het Molenplein gevestigd; ook de Action zit hier. Mede door deze sterke concentratie in het zuidelijke deel is de doorgang van hier naar de Dracht ook sterker geworden (autonome ontwikkeling). Belangrijke trekkers in het centrum van Heerenveen zijn o.a. de Hema, H&M en C&A. Ook zijn de nodige zelfstandige ondernemers aanwezig, zoals Intersport De Leeuw, Steenwijk schoenen, Van der Kam en Overdiep. Diverse winkels hebben twee entrees; één aan de Dracht en de ander aan ofwel de Sieversstraat ofwel de Gedempte Molenwijk/Molenplein. Bovendien fungeren veel stegen als verbinding tussen de winkelstraten. Aan de noordkant vormt de Lindegracht min of meer de overgang van het winkelen naar het horecagedeelte. Het accent in het centrum ligt sterk op het recreatief winkelen (mode), maar wel in combinatie met het boodschappen doen aan de rand van het centrum, bij de parkeergelegenheid. Heerenveen fungeert sterk als de hoofdkern van de hele gemeente. Het centrum van Heerenveen heeft een regionale verzorgingsfunctie.

Het winkelaanbod van Heerenveen is redelijk fors; dat geldt met name voor het aanbod in de modebranche. De sterke regiofunctie komt hierin ook naar voren. Helaas is ook de leegstand groter dan gemiddeld. Veel van de leegstand is in het centrumgebied te vinden. Gelet op het aantal meters is 41% van de leegstand in het centrumgebied te vinden, maar gelet op het aantal leegstaande panden is dat 89%. Het percentage leegstand bedraagt nu 9,9 in m<sup>2</sup> wvo en 7,5 in aantal winkelpanden; hiermee liggen deze percentages boven het Nederlands en Fries gemiddelde. De helft van de leegstand betreft frictieleegstand (korter dan een jaar leeg), de rest staat (veel) langer leeg. De meeste lege winkelpanden in het centrum zitten in het noordelijke deel van de Dracht. De sterke ontwikkeling aan de zuidwestkant van het centrum heeft mogelijk de economische kracht in het centrum wat zuidwaarts verschoven.

## GEBIEDSASPECTEN

Het centrum van Heerenveen heeft een grote variatie aan winkels, met veel aanbieders in de modische sector. In deze modische sector zijn niet veel grote moderne ketens aanwezig; van de ketenzaken is H&M de bekendste. Wel zijn diverse lokaal en regionaal bekende namen vertegenwoordigd. Deze bevinden zich veelal in het midden- en hogere segment. Behalve modezaken zijn ook in de andere branches voldoende aanbieders voorhanden, waardoor het aanbod voldoende gevarieerd is. Dit geldt zowel in branches als in kwaliteitsniveaus. Zo is sinds enige jaren in het discount segment Action een hele sterke trekker voor een winkelgebied. Door de combinatie met de twee supermarkten is de kracht van het Molenplein aanzienlijk toegenomen. Met name de Romkessteeg wordt hierdoor druk bezocht. De leegstand in het noordelijk deel van de Dracht is storend aanwezig. Hier zitten erg veel lege panden op korte afstand van elkaar. Zowel het Molenplein als het BK-plein zijn belangrijke bronpunten; deze parkeerterreinen zijn niet de enige voor het centrum, maar ze zijn wel groot en toegankelijk. Beide liggen in het zuidelijke deel van het centrum.

De bereikbaarheid van het centrum van Heerenveen is prima; overal staat het centrum duidelijk aangegeven, en het ligt centraal in de plaats. De zichtbaarheid van het centrum als zodanig is goed; van alle kanten rijd je erop af. Wel zie je veel achterkanten, en weinig fraaie entrees. In het centrum

zijn de meeste looproutes helder, maar de stegen blijven lastig qua zichtlijnen en looproute. Er zijn plannen om diverse stegen aan te pakken, maar er is nog geen duidelijkheid over de uitvoering. De uitkomsten van de G1000/G20 (dialogoog met betrokken inwoners en ondernemers/vastgoedeigenaren over centrum) spelen hierin zeker een rol. De compactheid van het centrum is redelijk. Het winkelgebied loopt van de Lindegracht tot aan het BK-plein en het Molenplein; dit is echter een behoorlijke loopafstand. Bezoekers gaan keuzes maken, waarbij de Lindegracht en vooral het noordelijk deel van de Dracht het lastig hebben.

De sfeer en gezelligheid in het centrum van Heerenveen worden mede bepaald door de inrichting van de openbare ruimte en de aanwezigheid van daghoreca. Het horeca aanbod bevindt zich vooral aan de Vleesmarkt/Oude Koemarkt, maar detailhandel-ondersteunende horeca is overal in het winkelgebied wel aanwezig. Aan het Gemeenteplein en de Wettertoer heeft zich ook een behoorlijke concentratie horeca ontwikkeld. Voor de consument heeft is er in de horeca voldoende keus. De inrichting van de openbare ruimte is rondom het Gemeenteplein relatief nieuw, en ziet er goed uit. Ook de Lindegracht is sfeervol. Met name in de Dracht is veel van de bestrating ongelijk en beschadigd; hier ontbreekt verder enig groen. Ook het BK-plein en de Sieversstraat zien er qua inrichting enigszins gedateerd uit. Het Molenplein is de afgelopen jaren aangepakt, en oogt prima. Zo is het niveau van de inrichting erg verschillend in het centrum, maar de belangrijkste winkelstraat (de Dracht) is matig onderhouden en mist sfeer. Bankjes om even te gaan zitten zijn niet of nauwelijks aanwezig in de winkelstraten. Als toeristische voorziening is onder meer het Museum Heerenveen in het centrum aanwezig; andere voorzieningen als het gemeentehuis, het theater en de bibliotheek liggen eveneens allemaal in of tegen het centrum aan. Dit gegeven is een sterke aanvulling voor de detailhandel. Elke zaterdag wordt de weekmarkt aan de Sieversstraat/Wettertoer gehouden, wat een extra impuls aan het centrum geeft.

Parkeren kan op diverse plekken aan de rand van het centrum, overal op korte afstand van de winkels. Dit kan zowel op maaiveldniveau als in een parkeergarage. De grootste parkeerterreinen op maaiveldniveau liggen op het BK-plein en het Molenplein. Deze liggen aan de zuidzijde van het centrum. Aan de oostzijde liggen een paar kleinere terreinen achter de AH-supermarkt en aan de Minckelersstraat. Deze parkeerlocaties zien er deels nieuw (Molenplein) en deels verouderd uit. Een fraaie grote parkeerlocatie betreft de parkeergarage Geerts Willigenplein. Deze ligt – via een te verbeteren steeg - in het verlengde van de Wettertoer, en ook op korte afstand daarvan. Toch wordt deze locatie veel minder gebruikt. In totaal is sprake van voldoende parkeercapaciteit in het centrum. De route naar parkeerterreinen staat wel aangegeven, maar de beschikbare ruimte wordt niet getoond. De gemeente overweegt dan ook om over te gaan op een veel klantvriendelijker systeem. In het centrum is sprake van betaald parkeren, maar niet alle automaten zijn erg klantvriendelijk uitgerust. Auto's die 100% elektrisch zijn kunnen gratis parkeren. Verder geldt op alle locaties hetzelfde tarief. In 2019 wordt een onderzoek naar fiets parkeren uitgevoerd. Op dit moment staan fietsen op diverse plekken in het centrum gestald. Vooral aan de uiteinden staan veel 'nietjes', maar deze worden niet allemaal volop gebruikt. Dichterbij de winkels is het aanbod relatief beperkt; ze worden wel volop benut.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Heerenveen is aanwezig, maar dateert uit 2011. Ook is op dat moment de Structuurvisie Heerenveen Centrum Breed vastgesteld. Sinds de uitbreiding van de gemeente, met onder andere Akkrum, is er nog geen harmonisatie van het detailhandelsbeleid geweest. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. De behoefte hieraan is het sterkst in de richting van de gemeente de Fryske Marren met de kern Joure. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. Voor het centrumgebied van Heerenveen is de gemeente momenteel bezig met een proces om betrokken inwoners en ondernemers te horen over de wensen en beleving in het centrum. Deze processen staan bekend onder de noemer G1000 (burgers) en G20 (centrumondernemers). Hiervoor zijn een aantal bijeenkomsten gehouden. De uitkomsten zijn inmiddels gepresenteerd aan de raad, Die het college nu opdracht gegeven heeft om de haalbaarheid van voorstellen ter verbetering van het centrum in kaart te brengen.

Op basis van de in 2017 vastgestelde parkeervisie zullen nog in 2019 onderdelen uit de visie in uitvoering genomen worden. Hoewel op dit moment nog geen sprake is van echte parkeermonitoring, is dit een onderwerp dat mogelijk in de toekomst wel dichterbij gaat komen. Hiervan maakt ook een parkeergeleidingssysteem deel uit; dit gaat als een van de onderdelen in 2019 geëffectueerd worden.

In Heerenveen is een ondernemersvereniging actief voor het centrum, de HOV. Ze zijn o.a. gesprekspartner richting de gemeente. Sinds mei 2017 is voor het centrum van Heerenveen een centrummanager aanwezig; hij is in dienst van de Stichting Centrum Promotie Heerenveen, wat een samenwerkingsverband is van de HOV en Koninklijke Horeca Nederland (KHN). De gemeente kent geen echte Retail regelingen. Wel kent Heerenveen ter ondersteuning van de ondernemers al jaren een ondernemersfonds. De Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden is de HOV/KHN, het centrum vertegenwoordigend. Verder is ook nog sprake van een centrumfonds, dat via reclamebelasting wordt gevoed. De centrummanager wordt deels uit de gelden van beide fondsen bekostigd, en deels door de gemeente.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Heerenveen komt hij/zij direct terecht bij de websites [winkelsinheerenveen.nl](http://winkelsinheerenveen.nl) en [ngoudenplak.nl](http://ngoudenplak.nl); deze staan bij Google dan bovenaan. Ngoudenplak.nl vermeldt praktische informatie over parkeren en algemene openingstijden. Winkelsinheerenveen.nl toont een overzichtelijke lijst van winkels, maar mist foto's en sfeer/beleving. Op de vraag wat er zoal te doen is in Heerenveen krijgt de bezoeker eveneens een prima beeld. Ngoudenplak.nl staat tussen de bovenste zoekresultaten. Deze website bevat een

uitgebreide en aantrekkelijk vormgegeven agenda. Ook informatie over horeca, sport en cultuur is op deze website te vinden. De website Winkelsinheerenveen.nl kan nog worden versterkt door meer foto's en sfeer toe te voegen.

De gezamenlijke Facebookpagina "Winkels Heerenveen" is een voorbeeld van hoe het moet: winkels en winkeliers staan op een sympathieke manier in de spotlights. De verschillende koopzondagen komen naar voren, evenementen helaas niet. Ook is er een gezamenlijk Instagramaccount van de winkeliers. De inhoud hiervan loopt gelijk aan de Facebookpagina. Evenementen zouden tevoren gecommuniceerd kunnen worden op social media, waarbij tijdens de evenementen of achteraf de foto's en/of video's gedeeld worden, zodat nog meer attentiewaarde ontstaat.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het centrumgebied van Heerenveen weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Gevarieerd aanbod	Te veel leegstand
Supermarkten in of aan rand centrum	Noordelijk deel centrum (m.n. Dracht) zwak
Goed bereikbaar, veel parkeren	Geen compact centrum
Online zichtbaarheid	Presentatie en profilering winkels
	Weinig sfeer Dracht
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Aanwezigheid centrummanager, inzet voor lege panden	Kracht Molenplein i.r.t. rest centrum
Aanpak verbindingen/stegen	

Het winkelaanbod van de kern Heerenveen kan als gevarieerd worden gekwalificeerd. Er zijn meerdere ketenbedrijven aanwezig, maar ook zijn er volop kwalitatief goede zelfstandige ondernemers in het centrum gevestigd. Ook diverse supermarkten liggen direct in of tegen het

centrum aan. De bereikbaarheid van het centrum is prima, en het aantal parkeerplaatsen eveneens. Er is wel sprake van een onevenwichtige verdeling van het aantal parkeerplaatsen. Het zwaartepunt ligt in het zuiden; de parkeergarage van het Geerts Willigenplein in het noorden heeft via een steeg toegang tot het A1 winkelgebied, terwijl de maaiveldlocaties direct bij de winkels liggen. Het winkelgebied is behoorlijk groot, en lijkt aan verandering onderhevig. De presentatie en profilering van de winkels is op meerdere plekken in het centrum maar matig en verdient een kwalitatieve opwaardering; bovendien ontbreken sfeervolle elementen in de winkelstraat van Heerenveen, de Dracht. Door de kracht van het Molenplein zijn de looproutes veranderd, waarbij niet alle delen van het winkelgebied meer aangedaan worden. Een echt grote trekker ontbreekt in het noordelijk deel van het centrum, en de parkeergarage is als bronpunt niet sterk genoeg. Met name in het noordelijk deel van de Dracht is nu veel leegstand aanwezig. Hierin schuilt een bedreiging voor de toekomst. De aanwezige centrummanager kan wellicht in de nabije toekomst een rol gaan vervullen in het al dan niet tijdelijk vullen van de leegstaande panden. Het feit dat Heerenveen uitstekend vindbaar is op internet en social media is een duidelijk sterk punt.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele gemeentelijke detailhandelsvisie is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. de kern Akkrum en de groei van het online shoppen, aan te bevelen. De uitkomsten van het G1000- en G20-proces kunnen hier dan in meegenomen worden. De meest recente visie dateert van 2011; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Heerenveen is het van belang om de structuur helder te krijgen en houden, waardoor de looproutes en zichtlijnen (en de stegen) versterkt kunnen worden. Door de sterke ontwikkeling van het Molenplein is er meer veranderd dan uitsluitend het toevoegen van winkels. Een meer compact centrum kan beter tegemoet komen aan de wensen van de bezoekers.
- Op dit moment ligt in bepaalde delen van het centrum de leegstand op een te hoog en storend niveau. Wellicht kan op basis van vastgoedregie en mogelijk ook een stimuleringsregeling gezocht worden naar oplossingen. De centrummanager kan hierin mogelijk een rol spelen.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de (dag- ondersteunende) horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Met betrekking tot de inrichting van de openbare ruimte is het gewenst om nog eens goed te kijken naar met name de Dracht. Het onderhoudsniveau ligt te laag, terwijl de sfeer en hierdoor ook de 'beleving' achterblijft. De Dracht kan als poort van het winkelgebied beter herkenbaar en attractiever vormgegeven worden.



HEERENVEEN - CENTRUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	286	206	72%				
m2 wvo winkels	92.015	40.481	44%				
Aantal inwoners	29.810	<i>licht stijgend</i> /gelijk/dale		NL	FR		
Percentage 65+	21,5%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,4%	kern Heerenveen		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v		veel stegen			
Compactheid winkelgebied		v	v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v	v					
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				museum, gemeentehuis, theater, bibliotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v	v				
Aanbod fietsenstallingen		v		verkeerde plekken			
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	3		3				
Fullservice/discount	2/1		AH, Jumbo, Aldi				
% dagelijks aanbod	14%						
Trekkers niet-dagelijks	Action, H&M, Hema						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v				
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	13.051	5.415	41%	9,9	6,8	6,3	
# vkp	44	39	89%	7,5	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	56%	21%	23%				
m2 wvo	51%	24%	25%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2011				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?	v		in 2019 en 2020 gereed				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.	v						
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds, centrumfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 5/5	beide websites bovenaan, goede informatie					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 5/5	website bovenaan met brede informatie					
Facebookpagina aanwezig?	Ja	Prima voorbeeld					
Instagram aanwezig?	Ja						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	12.538	17.890	4.925	38.601	5.010	13.051	92.015
vkp	54	78	22	73	15	44	286
per 1.000 inwoners	421	601	165	1.297	168	438	3.090
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
<b>020000 &lt;= Inwklasse &lt;030000</b>	<b>402</b>	<b>343</b>	<b>124</b>	<b>983</b>	<b>80</b>	<b>194</b>	<b>2.124</b>
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# HEERENVEEN - DE AKKERS

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Heerenveen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente, en een van de vier grote kernen van Friesland. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van Heerenveen ligt op bijna 30.000. Het inwonertal van de gemeente is de afgelopen jaren iets gedaald, maar voor de kern Heerenveen geldt dat niet. Woningbouw vindt vooral plaats in Skoatterwald (ca. 80 woningen per jaar), en verder verspreid over de plaats. De wijk De Akkers in het zuiden van Heerenveen telt 2.373 inwoners; sinds 2012 is het inwonertal met 100 gedaald. Aangrenzend liggen onder meer de wijken Oranjewoud en Oudeschoot; hier wonen 1.587 resp. 1.565 inwoners. Het aandeel 65+'ers in de wijk de Akkers is met 33,8% heel fors; samen met het centrum wonen hier relatief de oudste mensen van Heerenveen. Het percentage ligt veel hoger dan het gemiddelde van Heerenveen (21,5%) of Nederland (18,9%). Er is derhalve sprake van aanzienlijke vergrijzing in deze wijk. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt in de Akkers iets lager dan het Heerenveens en het Nederlands gemiddelde. Er is dus ook sprake van enige ontgroening in de wijk. De Akkers ligt ingesloten tussen de spoorlijn in het westen en de snelweg A32 in het oosten.

In heel Heerenveen is sprake van een groot winkelaanbod van ruim 92.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 286 winkelpanden. Een gering deel hiervan is te vinden in het buurt- of wijkcentrum de Akkers. In totaal gaat het om 1.343 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 5 winkels. Het is een kleine winkelstrip, die Lidl als belangrijkste trekker heeft. Deze supermarkt is onlangs vernieuwd, en in oppervlakte geoptimaliseerd. In de winkelstrip zijn verder onder meer een slagerij, een viswinkel en een woninginrichtingszaak gevestigd. Aanvullend zijn er een snackbar en kapsalon aanwezig. Voor de winkels ligt een parkeerterrein, terwijl aan de overzijde van de straat in een tweetal kiosken nog een fietsservice en pizzeria gevestigd zijn. Wijkcentrum de Akkers zelf heeft een buurt- of wijkfunctie; de supermarkt van Lidl heeft evenwel een bovenwijkse functie waar ook de overige winkels van profiteren. Alle winkelpanden zijn gevuld; er is geen sprake van leegstand.



## GEBIEDSASPECTEN

Het aanbod in de Akkers is uiterst beperkt. Het draait vooral om de supermarkt, maar in de dagelijkse sector zijn ook een slager en viswinkel aanwezig. Dit is opvallend; veelal zijn er aanvullend bij een supermarkt juist een bakker en een drogist te vinden. Het is in dit geval wel duidelijk een aanvulling op het aanbod van de supermarkt. Hoewel Lidl de afgelopen jaren veel meer in het assortiment heeft opgenomen dan een echte discounter meestal doet, blijft het pakket geringer dan dat van een fullservice supermarkt.

De bereikbaarheid van de Akkers is redelijk. Het winkelcentrum ligt niet aan de doorgaande route, maar wel aan een van de invalswegen de wijk in. Met name de supermarkt van Lidl staat duidelijk aangegeven. De zichtbaarheid van de Akkers is goed; alle winkels zijn in een oogopslag te overzien. De compactheid is derhalve prima.

De sfeer en gezelligheid is beperkt, maar in een functioneel en doelgericht winkelcentrum als de Akkers is dit niet het meest belangrijke aspect. Niettemin zorgen de snackbar en de woninginrichtingswinkel voor zoveel mogelijk aankleding. Veel meer verwacht de bezoeker waarschijnlijk ook niet. De bebording en logo's zien er netjes uit. Vlakbij de winkels is een school aanwezig, en iets verder aan de invalsroute ook een MFC en een gezondheidscentrum. De belangrijkste functies voor de wijk zijn derhalve geconcentreerd bij elkaar aanwezig.

Het parkeren ziet er netjes uit en is duidelijk aangegeven. Er is sprake van een verplichte rijroute om problemen te voorkomen. De plaatsen zelf zijn tamelijk krap. Bij de supermarkt zijn volop fietsenklemmen aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Heerenveen is aanwezig, maar deze dateert uit 2011. Actueel beleid is niet aanwezig voor Heerenveen of de Akkers. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid in het algemeen. Op basis van de in 2017 vastgestelde parkeervisie zullen nog in 2019 onderdelen uit de visie in uitvoering genomen worden; dit betreft met name het centrumgebied.

Specifiek in de Akkers is geen ondernemers- of winkeliersvereniging actief. De HOV (Heerenveense Ondernemers Vereniging) vervult een functie voor alle ondernemers van de kern Heerenveen; hier kunnen ondernemers van de Akkers in principe ook lid van worden. Heerenveen kent geen specifieke regelingen voor de detailhandel, maar heeft wel al jaren een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen

aangaan. Een van de trekkingsgebieden is de Ondernemers Kring Heerenveen (OKH, overig Heerenveen), via welke ook de Akkers vertegenwoordigd is.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in de Akkers, dan zal deze niets vinden. Google kent geen winkelcentrum "De Akkers" of "Akkerplein. De enige resultaten hebben betrekking op oude nieuwsberichten over sloop en verplaatsing. Winkelcentrum "Akkerhof" in Spijkenisse komt wel steeds naar boven. Ten aanzien van activiteiten is er geen website, waarop een kalender of agenda van activiteiten in de Akkers wordt getoond. De website van de buurtvereniging meldt alleen een lijst met koffieochtenden in 2018.

Een gezamenlijke Facebook- of Instagrampagina is niet aanwezig.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor wijkcentrum de Akkers weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Grote supermarkt	Geen volledig dagelijks aanbod
Lidl trekt bezoekers van buiten wijk	Wijk van geringe omvang
Combinatie met andere voorzieningen	
Geen leegstand	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Samenwerking ondernemers	Beperkt draagvlak, sterke vergrijzing
	Groei online aankopen

Het winkelaanbod in de Akkers is beperkt, en draait vooral op de aanwezigheid van de onlangs uitgebreide Lidl-supermarkt. Dit is geen fullservice-supermarkt, maar biedt op de huidige 1.200 m<sup>2</sup> wel veel assortiment. Bovendien blijkt de trekkracht van een Lidl groot te zijn. Het is de enige Lidl in Heerenveen. In de omgeving van de winkelstrip zijn ook nog andere voorzieningen aanwezig, zoals een school en een MFC, wat het eenvoudig maakt om verschillende activiteiten te combineren. In

de winkelstrip zijn ook nog andere aanbieders gevestigd; leegstand is niet aanwezig. Door samen te werken, wellicht door middel van een website, zijn de winkels veel beter vindbaar. Bezoekers van een Lidl komen vaak uit een groter gebied dan alleen de eigen wijk. Het beperkte draagvlak en de sterke vergrijzing van de wijk vormen voor de toekomst wel een bedreiging; niet zozeer voor de supermarkt als wel voor de overige winkels.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele gemeentelijke detailhandelsvisie is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. Akkrum en de groei van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente visie dateert van 2011; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De online zichtbaarheid en vindbaarheid kan sterk verbeterd worden met een goede collectieve website, waarop alle winkels en activiteiten vermeld worden. Er is op het gebied van internet of social media helemaal niets te vinden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt, ook voor wijkcentra.
- Over het algemeen neemt een discounter als Lidl niet een voortouw bij samenwerking met andere ondernemers. Niettemin is het belangrijk dat het totale aanbod duidelijker naar voren komt. Het draagvlak in de wijk zelf is gering, en daarmee is de kwetsbaarheid van het winkelgebied duidelijk aanwezig. Samen zijn de ondernemers sterker dan ieder voor zich.

HEERENVEEN - DE AKKERS							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	5	5	100%				
m2 wvo winkels	1.343	1.343	100%				
Aantal inwoners	2.373	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	33,8%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	24,3%	de Akkers		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v	v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				school, MFC, gezondheidscentrum			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		1				
Fullservice/discount	0/1		Lidl				
% dagelijks aanbod	94%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2011				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v	HOV voor alle ondernemers Heerenveen, OKH voor fonds				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 1/5	Geen herkenning bij Google					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 1/5	Geen websites aanwezig					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	deta.h.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.263	0	0	80	0	0	1.343
vkp	3	0	0	2	0	0	5
per 1.000 inwoners	532	0	0	34	0	0	566
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	<b>dagelijks</b>	<b>mode&amp;luxe</b>	<b>vrije tijd</b>	<b>in/om huis</b>	<b>deta.h.ov.</b>	<b>leegstand</b>	<b>totaal</b>
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# HEERENVEEN - DE GREIDEN

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Heerenveen is de hoofdkern van de gelijknamige gemeente, en een van de vier grote kernen van Friesland. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van Heerenveen ligt op bijna 30.000. Het inwonertal van de gemeente is de afgelopen jaren iets gedaald, maar voor de kern Heerenveen geldt dat niet. Woningbouw vindt vooral plaats in Skoatterwald (ca. 80 woningen per jaar), en verder verspreid over de plaats. De wijk De Greiden in het westen van Heerenveen telt 7.146 inwoners; sinds 2012 is het inwonertal met 400 gedaald (bron: BRP gemeente Heerenveen). Hiermee is het de grootste wijk, maar ook de wijk met de sterkste daling qua inwonertal. Het aandeel 65+'ers in de wijk de Greiden ligt met 20,8% iets onder het gemiddelde van Heerenveen, maar is gelijk aan het Fries gemiddelde. Veel vergrijzing is er dus niet. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt in de Greiden daarentegen iets hoger dan het Heerenveens en het Nederlands gemiddelde. In feite is de Greiden een hele gemiddelde wijk qua leeftijdsopbouw. De Greiden ligt westelijk van de spoorlijn die dwars door Heerenveen loopt. Ook de wijken de Heide en Nijehaske liggen westelijk van de spoorlijn; deze wijken hebben geen eigen voorzieningen. Winkelcentrum de Greiden vervult dan ook een belangrijke functie voor de drie wijken ten westen van de spoorlijn.

In heel Heerenveen is sprake van een groot winkelaanbod van ruim 92.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 286 winkelpanden. Een deel hiervan is te vinden in het wijkcentrum de Greiden. In totaal gaat het om 3.715 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 7 winkels. Het is een recentelijk vernieuwd winkelgebied, met name door de vergrotingen en aanpassingen bij de supermarkten. Dit betreft een Jumbo en een Poiesz van moderne afmetingen. De toegang tot de Jumbo is ook meteen de toegang tot onder meer de DA-drogist. De entree van Poiesz ligt apart. Aan de voorzijde ligt het parkeerterrein. Aan de andere kant van het parkeerterrein is een wijkcentrum gevestigd, alsmede een kringloopwinkel. Er is geen sprake van leegstand.

## GEBIEDSASPECTEN

De supermarkten in winkelcentrum de Greiden zijn sterk en vernieuwd en vormen de belangrijkste aanbieders in het winkelcentrum. Het aanvullende aanbod is beperkt. Dit bestaat uit een DA-drogist en een ijswinkel. Aan de andere kant is nog een kringloopwinkel gevestigd. De variatie van het aanbod is dan ook maar matig, maar de kwaliteit van de aanwezige winkels in het centrum zelf is goed. Gezien de omvang van het verzorgingsgebied zou wellicht een groter aanbod verwacht worden, maar de afstand tot het centrum van Heerenveen, waar een compleet aanbod aanwezig is, is gering.

De bereikbaarheid van de Greiden is prima te noemen. Het winkelcentrum ligt aan de Oude Veenscheiding, de toegangsweg de wijk in. Ook vanuit de andere wijken is de bereikbaarheid goed. De zichtbaarheid van de Greiden is ook prima; vanaf de genoemde weg zijn de winkels goed te zien. De supermarkten gebruiken zelf ook aanduidingen naar het winkelcentrum. De compactheid van het winkelcentrum is optimaal.

De Greiden is een functioneel winkelcentrum. Snel boodschappen doen en weer naar huis. De sfeer en gezelligheid in een dergelijk centrum staan niet bovenaan het verlanglijstje van een bezoeker. De sfeer wordt vooral gemaakt door het 'pleintje' voor de entree van de Poiesz met de aanwezigheid van het terras van de ijswinkel. De inrichting van de openbare ruimte ter hoogte van het winkelcentrum met veel groen en plantenvakken ziet er goed uit. De kiosken van de visboer en de Vietnamese loempiaverkoop contrasteren wel behoorlijk met de overige winkels wat uitstraling betreft.

Het parkeren is bij de uitbreiding van de supermarkten deels nieuw ingericht. Niettemin is de situatie nog niet optimaal; er zitten doodlopende stukken in, terwijl het op piekmomenten nog erg druk is. Wel is de situatie duidelijk verbeterd, zeker ook voor het laden & lossen. Fietsenklemmen zijn volop aanwezig en zien er kwalitatief ook prima uit.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Heerenveen is aanwezig, maar dateert uit 2011. Actueel beleid is niet aanwezig voor Heerenveen of de Greiden. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid in het algemeen. Op basis van de in 2017 vastgestelde parkeervisie zullen nog in 2019 onderdelen uit de visie in uitvoering genomen worden; dit betreft met name het centrumgebied, maar de veiligheid voor o.a. fietsers en voetgangers speelt in de hele gemeente een rol.

Specifiek in de Greiden is geen ondernemers- of winkeliersvereniging actief. De HOV (Heerenveense Ondernemers Vereniging) vervult een functie voor alle ondernemers van de kern Heerenveen; hier kunnen ondernemers van de Greiden in principe ook lid van worden. Heerenveen

kent geen specifieke regelingen voor de detailhandel, maar heeft wel al jaren een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden is de Ondernemers Kring Heerenveen (OKH, overig Heerenveen), via welke ook de Greiden vertegenwoordigd is.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in de Greiden zal hij/zij weinig vinden. Er is geen gezamenlijke website aanwezig, maar wel een Google Mijn Bedrijf-profiel. Dit profiel wordt nog door niemand beheerd. Google vindt vooral nieuwsberichten over de recente verbouwing, gevolgd door enkele individuele winkels. Ten aanzien van activiteiten vindt Google de speeltuinvereniging en de cafetaria, gevolgd door een informatiepagina over de wijk van de gemeente. Een activiteitenagenda is niet beschikbaar.

Er is een onofficiële Facebookpagina van Winkelcentrum de Greiden aanwezig, maar hierop is nagenoeg niemand actief. Een pagina Buitengewoon de Greiden functioneert als bewonersplatform. Een gezamenlijk Instagramaccount ontbreekt.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor wijkcentrum de Greiden weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Vernieuwde moderne supermarkten	Nauwelijks overig dagelijks aanbod
Geen leegstand	Parkeren kwalitatief
Groot verzorgingsgebied	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Online zichtbaarheid ondernemers	Nabijheid centrum Heerenveen voor niet-supermarkten



---

---

Het supermarktaanbod in de Greiden is prima. Het gaat om twee fullservice supermarkten, maar wel met een duidelijk verschillende signatuur. De wijken rondom het winkelcentrum tellen veel inwoners, zodat het centrum ook een sterke positie binnen Heerenveen kan blijven innemen. In feite vervult het winkelgebied een verzorgingsfunctie voor het hele westelijke deel van Heerenveen. De afstand tot het hoofdcentrum is gering; mede hierdoor is aanvullend het aanbod uiterst beperkt.

Het aantal parkeerplaatsen is over het algemeen voldoende, maar op piekmomenten zal het druk zijn. De routing is vlakbij de entree van de supermarkten niet optimaal. Bovendien is de afstand van een groot deel van het parkeerterrein naar met name de Poiesz aanzienlijk. De winkels zijn op dit moment in feite niet zichtbaar of vindbaar op internet of social media. Het Mijn Bedrijfprofiel zou men actief kunnen gaan beheren, en ook de onofficiële Facebookpagina zou men moeten claimen. Dan kunnen in ieder geval de winkels zichzelf laten zien.

#### ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele gemeentelijke detailhandelsvisie is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, en de toevoeging van o.a. Akkrum en de groei van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente visie dateert van 2011; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- De parkeersituatie is recentelijk reeds wat verbeterd. Het is gewenst om met parkeermonitoring goed in de gaten te houden hoe het parkeergedrag en de parkeerdruk zich ontwikkelt.
- De online zichtbaarheid en vindbaarheid kan sterk verbeterd worden met een goede collectieve website, waarop alle winkels en activiteiten vermeld worden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. Tevens kan de onofficiële Facebookpagina geclaimd worden, zodat de winkels ook op social media te vinden zijn.

HEERENVEEN - DE GREIDEN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	7	7	100%				
m2 wvo winkels	3.715	3.715	100%				
Aantal inwoners	7.146	stijgend/gelijk/ <i>dalend</i>		NL	FR		
Percentage 65+	20,8%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,9%	de Greiden		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v		v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v	v				
Inrichting openbare ruimte	v		v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				wijkcentrum, apotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v	v				
Parkeergelegenheid kwalitatief	v	v					
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	2		2				
Fullservice/discount	2/0		Jumbo, Poiesz				
% dagelijks aanbod	78%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	bovenwijks						
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2011				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v	HOV voor alle ondernemers Heerenveen, OKH voor fonds				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 2/5	Geen gezamenlijke website					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Niet te vinden over winkelcentrum					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detailh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	2.914	0	0	0	801	0	3.715
vkp	6	0	0	0	1	0	7
per 1.000 inwoners	408	0	0	0	112	0	520
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detailh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# AKKRUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Akkrum is een plaats in het midden van Friesland. Hoewel het watertoerisme wellicht niet zo'n grote rol van betekenis speelt als in enkele andere plaatsen, is deze in Akkrum wel van belang. Akkrum ligt aan de vaarroute van andere bekende watersportplaatsen als Grou en Terherne. Sinds de opheffing van de gemeente Boarnsterhim maakt Akkrum deel uit van de gemeente Heerenveen. De gemeente telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van Akkrum ligt op 3.364. Het inwonertal van het dorp is de afgelopen jaren iets gedaald; de komende jaren zal het inwonertal waarschijnlijk licht blijven dalen. Het aandeel 65+'ers in het dorp ligt met 24,4% boven het gemiddelde van de gemeente en van Nederland. Er is sprake van enige vergrijzing in het dorp. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt iets lager dan het Heerenveens en het Nederlands gemiddelde. Akkrum ligt aan de snelweg van Heerenveen naar Leeuwarden Deze grotere plaatsen liggen op 15 respectievelijk 20 kilometer afstand. Aan de andere kant van de snelweg ligt het dorp Nes met ruim 1.000 inwoners. Dit dorp is voor de dagelijkse voorzieningen aangewezen op Akkrum. Behalve de snelweg loopt ook de spoorlijn tussen beide dorpen door.

Het winkelaanbod in Akkrum is in totaal bijna 4.000 m<sup>2</sup> wvo groot, verdeeld over 27 winkels. Het merendeel hiervan is in het centrum van Akkrum te vinden. De winkels van Akkrum liggen aan één weg, die centraal door het dorp loopt (Kleef, Buorren, Heechein/ Tsjerkebleek). Binnen het totale aanbod is het dagelijks aanbod is sterk vertegenwoordigd, met onder meer de supermarkt van Poiesz. Verder zijn er opvallend veel modezaken te vinden in Akkrum. De Poiesz heeft een entree aan de kant van de Kleef, maar ook aan de achterzijde, waar het parkeerterrein ligt. Ketenbedrijven zijn nauwelijks aanwezig; alleen de Hubo en de DA zijn ketenbedrijven. In Akkrum is momenteel geen sprake van leegstand.

## GEBIEDSASPECTEN

De supermarkt in het dorp is de drager van de voorzieningenstructuur en daarmee heel belangrijk. In Akkrum is de Poiesz echter beperkt qua grootte: amper 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Op den duur zal dit aan de krappe kant zijn om het volledige assortiment te kunnen bieden. Poiesz werkt dan ook aan vergrotingsplannen. In de dagelijkse sector is aanvullend sprake van een compleet aanbod; een bakker, slager, kaashuis en drogist zijn aanwezig. Verder is in het niet-dagelijkse segment het aanbod nog verrassend groot. Opvallend veel modezaken zitten met name aan het Heechein, maar hier zitten ook een Hubo, een fietsenzaak, een boekhandel en een meubelwinkel. Rondom de kerk en het Heechein wordt gewerkt aan plannen voor een herinrichting, waarbij de sfeer van de straat en het plein versterkt wordt.

De bereikbaarheid van het dorp en de winkels is prima te noemen. Vrijwel alle winkels zijn aan de doorgaande route gevestigd. Het parkeren staat ook overal goed aangegeven. De compactheid van het aanbod is niet optimaal. In het deel van Poiesz tot het Heechein is deze prima, maar de overige winkels zitten op iets grotere afstand, en liggen ook buiten het zicht. Mede doordat de weg kromt zijn de modezaken nauwelijks te zien. Dat geldt ook voor de fietsenzaak en de woonwinkel.

Beleving is in Akkrum duidelijk wel aanwezig. Het water draagt daar zeker aan bij, hoewel het niet dominant aanwezig is. De vele en gevarieerde horecagelegenheden hebben veelal wel een terras aan de waterkant. De smalle wegen en het groen bij de kerk geven Akkrum een gezellige sfeer. De inrichting van de openbare ruimte is goed verzorgd; alles ziet er netjes uit. Langs de Buorren staan paaltjes zodat wandelaars veilig langs de winkels kunnen lopen. Veel ruimte voor verdere aankleding is er niet, op een enkele bloembak na.

De parkeerplaatsen staan goed aangegeven in het dorp. Bij de supermarkt is het grootste parkeerplein, maar ook bij de kerk is een aanzienlijke ruimte beschikbaar. Kwalitatief scoort deze ruimte minder; bij de herinrichtingsplannen wordt dit gebied opnieuw bekeken. Verder zijn nog enkele kleinere plekken beschikbaar. Vooral bij de supermarkt zijn ook fietsenklemmen aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor de hele gemeente, inclusief Akkrum, is niet aanwezig. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg van de gemeente met de provincie over het detailhandelsbeleid in het algemeen.

De VOAN (Verenigde Ondernemers Akkrum-Nes) is een actieve club voor de hele plaats, met 130 leden. Ook zzp'ers zijn hier lid van. De vereniging is een gesprekspartner naar de gemeente toe, en werkt aan ideevorming voor een visie op Akkrum. De centrumondernemers zijn samen ook in gesprek gegaan over het centrumgebied, onder de noemer Beleving Centrum Akkrum. De gemeente kent geen echte retail-regelingen. Wel kent Heerenveen ter ondersteuning van de ondernemers een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7

trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden betreft de VOAN. Ze zijn hierin zeer actief. Verder kent de gemeente een Fonds Vitale Kernen (2017); dit moet evenwel nog gevuld worden.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Akkrum wordt de gezamenlijke website Akkrum.net goed gevonden door Google. De pagina bevat links naar de websites van de aanwezige winkels. Gegevens van de winkels staan niet op de gezamenlijke website. Wel staat ook de horeca hier apart vermeld. Om te zien wat er te doen is in Akkrum vindt Google als eerste verzamelsites als TripAdvisor en Dagjeweg.nl. TripAdvisor toont vooral bezienswaardigheden buiten Akkrum. De gezamenlijke website heeft een aantrekkelijke agenda en bevat links naar de nodige toeristische attracties. Maar deze staat nu lager in de gevonden sites.

Er is een gezamenlijke Facebookpagina voor Akkrum. De tijdlijn bevat voornamelijk links naar de eigen website, waardoor er op Facebook relatief weinig reacties staan. Winkels worden ook weinig in beeld gebracht. Een gezamenlijk Instagramaccount ontbreekt. Meerdere lokale winkels zijn wel individueel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor Akkrum weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarkt (van redelijke omvang)	Weinig overzicht over alle winkels
Geen leegstand	Online te weinig zichtbaar
Relatief groot aanvullend aanbod	
Grotere afstand tot grotere kernen	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Online zichtbaarheid ondernemers	Vergrijzing, minder draagvlak
Toerisme	Groei online aankopen

Voor een plaats met de omvang van Akkrum is de aanwezigheid van een goede supermarkt met voldoende parkeerplaatsen erg belangrijk. De supermarkt is met nog geen 1.000 m<sup>2</sup> wvo naar de huidige maatstaven aan de kleine kant; op den duur kan het lastig worden om nog voldoende tegemoet te komen aan de wensen van de klant. Voor een verdere versterking werkt Poiesz aan planontwikkeling. Overigens is het aanbod aan winkels verrassend groot en kwalitatief goed. Dit mag wel wat meer uitdragen worden, ook op internet en social media. Hier liggen absoluut kansen om de zichtbaarheid verder te vergroten. Winkels en bezienswaardigheden kunnen veel beter in beeld gebracht worden. Dit is des te belangrijker omdat niet alle winkels direct (fysiek) goed zichtbaar zijn in het dorp. Onbekenden (toeristen!) kunnen diverse winkels dan niet ontdekken. Bovendien zal het online winkelen de komende jaren blijven groeien, en neemt het draagvlak ook door een daling van het aantal inwoners enigszins af.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Akkrum is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of – sterker nog - versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken.
- De zichtbaarheid van de afzonderlijke delen in het centrum is niet optimaal; hierin is niet direct veel te veranderen, maar met verwijzing en goede looproutes kan het wel zoveel mogelijk gefaciliteerd worden. Om deze reden blijft het ook belangrijk om de winkels bij elkaar te concentreren in het hart van de plaats.
- Momenteel is de Poiesz aan de kleine kant en zijn ze bezig met planvorming voor vergroting. Een supermarkt van moderne afmetingen is belangrijk voor de toekomst van het dorp.
- Het uitwerken van een sterk DNA-profiel voor Akkrum kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers. Met de juiste marketing kan het volledige aanbod ook veel duidelijker gepromoot worden.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden door winkels/ondernemers en de bezienswaardigheden een eigen pagina te geven op de website Akkrum.nl; dit verbetert de positie in de zoekmachine. Ook op social media kunnen winkels

vaker getoond worden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Akkrum liggen hier nog kansen ter verbetering.

AKKRUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	27	23	85%				
m2 wvo winkels	3.978	3.562	90%				
Aantal inwoners	3.364	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,4%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,0%	Akkrum		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied	v	v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				water			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v	goed aangegeven			
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Poiesz				
% dagelijks aanbod	33%						
Trekkers niet-dagelijks	Hubo						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		VOAN				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel Ondernemersfonds, Fonds Vitale Kernen				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	eigen website goed gevonden, niet veel informatie					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	eigen website te laag in de lijst					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.321	771	84	1.481	321	0	3.978
vkp	7	8	1	9	2	0	27
per 1.000 inwoners	389	227	25	436	95	0	1.172
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564



# JUBBEGA

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Jubbega is een plaats in het oostelijke deel van de gemeente Heerenveen. De plaats ligt op korte afstand van Gorredijk (gemeente Opsterland). De gemeente Heerenveen telt ruim 50.000 inwoners, het inwonertal van Jubbega ligt op 3.258. Het inwonertal van het dorp is de afgelopen jaren iets gedaald; de komende jaren zal het inwonertal waarschijnlijk licht blijven dalen. Het aandeel 65+'ers in het dorp ligt met 20,6% boven het gemiddelde van Nederland, maar ongeveer op het Fries gemiddelde. De vergrijzing in het dorp is derhalve niet heel sterk aanwezig. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) is iets kleiner dan het Fries en het Nederlands gemiddelde. Wat bevolkingsopbouw betreft is Jubbega een gemiddeld dorp. Jubbega ligt op aanzienlijke afstand van Heerenveen; de afstand bedraagt zo'n 20 kilometer. De afstand tot Drachten is vergelijkbaar. Naar het iets grotere Gorredijk (een plaats met veel voorzieningen) is de afstand slechts 6 kilometer. Jubbega ligt niet aan een doorgaande N-weg.

Het winkelaanbod in Jubbega is in totaal ruim 7.500 m<sup>2</sup> wvo groot, verdeeld over 19 winkels. Het merendeel hiervan is in het centrum van Jubbega te vinden; 63% van de winkels en 68% van de winkelmeters. In totaal gaat het om ruim 5.000 m<sup>2</sup> in het centrumgebied. De winkels van Jubbega liggen oorspronkelijk vooral aan de Jelle van Damweg, en aan het verlengde hiervan, de Jochem Alberdaweg. Ook bij het kruispunt liggen enkele winkel- en horecapanden aan de P.W. Janssenweg. De Jelle van Damweg is nog altijd de belangrijkste winkelstraat, maar de Coop-supermarkt is vanwege de ruimtebehoefte en de parkeergelegenheid aan de achterkant hiervan gevestigd. Naast de supermarkt is sprake van enkele andere grote aanbieders; dit zijn vooral Blaauw Mode en Blaauw Woonidee. Op modegebied is Blaauw overigens niet de enige aanbieder. Verder is ook in de overige branches sprake van een aanzienlijk aanbod, deels in het dorp zelf. In het dorp zit nog een fietsenzaak en buiten het dorp, verderop aan de Van Damweg is Hubo te vinden. Bij de N392 is een Welkoop gevestigd. Het aanbod is al met al behoorlijk omvangrijk in Jubbega; dit

geldt voor bijna alle groepen in de detailhandel. Leegstand is in Jubbega nauwelijks aanwezig. Er staat slechts 1 klein pand leeg, waardoor de leegstandspercentages ruim onder het Fries en Nederlands gemiddelde liggen. Jubbega heeft een lokale verzorgingsfunctie.

## GEBIEDSASPECTEN

De Coop-supermarkt in het dorp is een belangrijke drager van de voorzieningenstructuur. In Jubbega is de Coop echter vrij beperkt qua grootte: amper 1.000 m<sup>2</sup> wvo. Op den duur zal dit aan de krappe kant zijn om het volledige assortiment te kunnen bieden. In de dagelijkse sector is aanvullend sprake van een bakker; verderop is nog een bloemenwinkel aanwezig. Daarnaast is in het niet-dagelijkse segment het aanbod nog verrassend groot, met name op het gebied van mode en woninginrichting.

De bereikbaarheid van het dorp en de winkels is prima te noemen. De verkeersstructuur is in het hele dorp echter nogal onduidelijk. Als je weet waar de supermarkt ligt is de vindbaarheid goed. De Coop ligt namelijk achter de winkels aan de Jelle van Damweg, met een doorsteek hiernaartoe. De entree van het parkeerterrein bij Coop is aan de P.W. Janssenweg. Mede hierdoor is de zichtbaarheid niet goed; je kunt de supermarkt niet zien liggen. De looproutes worden niet aangegeven vanaf de Van Damweg. De compactheid van het aanbod is niet optimaal. De belangrijkste aanbieders voor de dagelijkse behoeften zitten geconcentreerd bij elkaar, maar enkele andere winkels als Hubo, Welkoop en een bloemenzaak zitten (ver) buiten het centrum.

Het water aan de Jelle van Damweg biedt mogelijkheden om gezelligheid en sfeer in het dorp te brengen. Tot op heden is hier nog onvoldoende mee gedaan. Het ontbreken van sfeer heeft niet alleen te maken met de inrichting van de openbare ruimte en het benutten van het water, maar ook met de uitstraling van diverse winkelpanden. Al deze aspecten scoren op dit moment onvoldoende om als centrum aantrekkelijk te zijn voor bezoekers. Met het water, het vele groen en een bruggetje zijn de verschillende elementen wel aanwezig. Bij het water staan ook bankjes om even te gaan zitten. Horeca ter ondersteuning van de detailhandel is eveneens aanwezig. Terrassen zijn er niet of nauwelijks. Bij Coop is het parkeerterrein zeer functioneel ingericht. In het centrumgebied van Jubbega is aanvullend op het gebied van voorzieningen een kapper, een huisarts en de Rabobank aanwezig.

De parkeerplaatsen in Jubbega zijn lastig vindbaar. Langsparkeren is aan beide zijden van het water mogelijk; ter hoogte van de Bremsingel ligt een klein parkeerterreintje in het midden. Bij de supermarkt ligt uiteraard een royaal parkeerterrein. Kwantitatief is sprake van voldoende plaatsen, en ook kwalitatief voldoen de plaatsen redelijk. Bij de supermarkt zijn enkele fietsenklemmen aanwezig, elders niet.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor de hele gemeente, inclusief Jubbega, is niet aanwezig. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg van de gemeente met de provincie over het detailhandelsbeleid in het algemeen.

De ondernemersvereniging Handel, Nijverheid en Industrie (HNI) Jubbega is een actieve club voor de hele plaats, inclusief Hoornsterzwaag. De HNI is momenteel samen met de gemeente bezig om een plan voor het dorp op te stellen, om dat vervolgens uit te gaan voeren. De gemeente kent geen echte retail-regelingen. Wel kent Heerenveen ter ondersteuning van de ondernemers een ondernemersfonds, dat beheerd wordt door de Stichting Heerenveens Ondernemers Fonds (HOF). Het Fonds wordt gevoed door een opslag van de OZB; er zijn 7 trekkingsgebieden benoemd, verdeeld over de hele gemeente. Op basis van het trekkingsrecht kunnen partijen voor maximaal 3 jaar verplichtingen aangaan. Een van de trekkingsgebieden betreft de HNI. Verder kent de gemeente een Fonds Vitale Kernen (2017); dit moet evenwel nog gevuld worden.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Jubbega blijkt dat er geen gezamenlijke website voor Jubbega bestaat. Google vindt diverse verzamelsites en een enkele individuele winkel. De verzamelsites geven een volledig beeld van het winkelaanbod, maar zonder foto's en beschrijving. Om te kunnen zien wat er te doen is in Jubbega mist de bezoeker ook een website. Er is geen activiteitenkalender of duidelijke agenda. Verzamelsites als Dagjeweg.nl en Fijnuit.nl tonen vooral veel attracties buiten Jubbega en stimuleren het bezoek dus niet.

Er is geen gezamenlijke Facebookpagina of een gezamenlijk Instagram-account. Individuele winkels zijn grotendeels actief op Facebook. Wat Instagram betreft komt naar voren dat op de locatie Jubbega en hashtag #jubbega diverse winkels actief zijn; hieronder vallen o.a. ook winkels uit Drachten die de hashtag #jubbega gebruiken.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het centrale winkelgebied van Jubbega weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarkt (van redelijke omvang)	Vindbaarheid supermarkt
Nauwelijks leegstand	Geen eigen website
Relatief groot niet-dagelijks aanbod	Inrichting openbare ruimte en sfeer

---

KANSEN	BEDREIGINGEN
Compacter centrum, meer eenheid en sfeer	Dalend inwonertal
Zichtbaarheid online	Groei online aankopen

---

Voor een plaats met de omvang van Jubbega is de aanwezigheid van een goede supermarkt met voldoende parkeerplaatsen erg belangrijk. De supermarkt is met nog geen 1.000 m<sup>2</sup> wvo naar de huidige maatstaven aan de kleine kant, maar voldoet op dit moment nog wel. Ook het parkeren is in voldoende mate mogelijk. De vindbaarheid vormt voor onbekenden zeker een minpunt; de supermarkt ligt verstopt achter de winkels. Gunstig is wel dat er nauwelijks sprake is van leegstand in Jubbega. Verschillende andere winkels (mode, fietsen, woninginrichting) zijn ook in het centrum gevestigd; deze hebben hun eigen klantenkring, en vormen een goede aanvulling op het aanbod. Het is jammer dat niet alle (dagelijkse en doelgerichte) winkels direct in het centrumgebied aanwezig zijn. Mogelijk dat op termijn het winkelgebied nog iets verder geconcentreerd kan worden. Voor het (recreatieve) winkelaanbod is een aantrekkelijke inrichting van de openbare ruimte heel belangrijk; hier is zeker nog winst te behalen. Ook is het belangrijk om gelijktijdig de vindbaarheid online te verbeteren; een gezamenlijke website is niet aanwezig en social media kan nog beter (en meer specifiek voor Jubbega) ingezet worden. Juist door de groei van het online winkelen wordt dit steeds belangrijker.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van visie op het dorp met een concreet actieplan is gewenst. Hier wordt momenteel ook aan gewerkt. Door de ondernemersvereniging, Plaatselijk Belang en de gemeente Heerenveen is een intentieovereenkomst ondertekend die de basis vormt voor de aanpak van het centrum.
- Voor Jubbega is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of – sterker nog - versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken. In het actieplan voor het centrum wordt hiermee rekening gehouden.

- De herinrichting van de openbare ruimte kan het centrum van Jubbega meer sfeer geven. Hierbij kan gekeken worden hoe in het centrum een hart gecreëerd kan worden en hoe het water beter benut kan worden. In het actieplan voor het centrum wordt ook hiermee rekening gehouden.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden door winkels/ondernemers en de bezienswaardigheden een eigen pagina te geven op een collectieve website. Ook op social media kunnen winkels vaker getoond worden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Jubbega liggen hier nog kansen ter verbetering.

JUBBEGA							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	19	12	63%				
m2 wvo winkels	7.527	5.093	68%				
Aantal inwoners	3.258	stijgend/gelijk/ <i>dalend</i>		NL	FR		
Percentage 65+	20,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,4%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v						
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				huisarts, bank			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen		v					
<b>ja nee aantal centrum</b>							
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Coop				
% dagelijks aanbod	12%						
Trekkers niet-dagelijks	Blaauw mode en wonen						
<b>wijk lokaal regionaal provinciaal</b>							
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	65	65	100%	0,6	6,8	6,3	
# vkp	1	1	100%	2,6	6,6	5,6	
<b>aandeel kernwinkelgebied</b>							
	fictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	100%	0%				
m2 wvo	0%	100%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		HNI Jubbega				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Geen gezamenlijke website, wel beeld van winkels					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 2/5	Geen kalender, weinig informatie					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	911	771	0	5.487	293	65	7.527
vkp	3	3	0	10	2	1	19
per 1.000 inwoners	279	236	0	1.678	90	20	2.303
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# APPELSCHA

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Appelscha is één van de grotere kernen van de gemeente Ooststellingwerf. Ooststellingwerf telt ongeveer 25.500 inwoners, het inwonertal van Appelscha ligt op ruim 4.700, en is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven. Het aandeel 65+-ers in Appelscha is beduidend groter dan landelijk het geval is. Ook ligt dit aandeel ruim boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van forse vergrijzing. Eveneens is sprake van flinke ontgroening; het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt in Appelscha op 23,6%, terwijl dit in Friesland op 28,5% ligt. De kern Appelscha ligt geografisch gezien in het zuidoostelijke deel van de provincie, tegen de grens met Drenthe aan. Appelscha kent relatief veel toerisme.

De winkels van Appelscha liggen met name aan de Vaart, de belangrijkste doorgaande route door het dorp. De Vaart vormt qua bebouwing het historische lint. De winkels liggen allemaal aan de zuidzijde van de Vaart. De busroute gaat ook langs de Vaart.

In totaal is in Appelscha sprake van een aanbod van ruim 6.800 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 27 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 69% te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 74%. Bepalend in het aanbod zijn de twee supermarkten, Poiesz en Aldi. Hiermee is zowel een fullservice als een discountsupermarkt aanwezig; ze vullen elkaar goed aan. Deze supermarkten liggen op enige afstand van elkaar, waardoor niet direct duidelijk is wat en waar het centrum is. Verder is er aanvullend sprake van aanbod in alle overige groepen, echter in beperkte mate. Als belangrijkste trekkers zijn naast de supermarkten nauwelijks landelijke ketenbedrijven aanwezig. Bike Totaal (buiten het centrum) is in feite de enige andere keten; daarnaast zijn zo'n 20 lokale ondernemers aanwezig. Al met al is sprake van een volledig dagelijks aanbod, aangevuld met enkele andere winkels. De lokale verzorgingsfunctie wordt hiermee goed ingevuld. De winkels lijken maar weinig te doen met de toeristische kansen die Appelscha biedt.

Opvallend in Appelscha is dat de meeste meters te vinden zijn in de groep 'Leegstand'; dit is duidelijk zichtbaar in het straatbeeld. Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt bijna 8%. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage maar liefst 25,1%. Deze leegstand is voor een belangrijk deel in het centrumgebied te vinden. Het gaat voor meer dan de helft om structurele leegstand (langer dan 3 jaar leeg).

Parkeren is vooral op de parkeerterreinen bij de supermarkten mogelijk, maar ook is sprake van langsparkeren langs de Vaart. Het betreft gratis parkeren.

## GEBIEDSASPECTEN

De Aldi is vernieuwd en vrij recentelijk vergroot. Naast de Aldi zijn meerdere nieuwe winkelpanden gerealiseerd. Het nieuwe winkelcentrum is nooit volledig afgebouwd, en er is sprake van veel leegstand. Op het tussenin gelegen gebied is parkeergelegenheid aangelegd. Aan het parkeerterrein zijn modezaak Yafa, de Snuusterij en een dierenartspraktijk gevestigd. Het parkeren is hier prima geregeld, zowel kwantitatief als kwalitatief. Over het algemeen voldoet de kwaliteit en de variatie van de winkels aan het verwachtingspatroon van de bezoeker, ook al ontbreken bekende ketens. Een stuk verderop zit een verscentrum, met onder meer een bakker en slager, en een P-terreintje. De andere kant op zit de supermarkt van Poiesz, met langsparkeren aan beide zijden van het pand. Ook is er een klein parkeerterrein aanwezig, tevens bestemd voor de snackbar. Een mogelijke verplaatsing van Poiesz naar het winkelcentrum bij de Aldi geeft een duidelijke versterking van de winkelstructuur van Appelscha. Verspreid langs de Vaart zitten verder nog enkele andere winkels. Het winkelgebied is op dit moment dan ook erg verspreid en rommelig. Hierdoor profiteren de winkels te weinig van elkaar.

De bereikbaarheid van de verschillende kleine winkelclusters is goed. De winkelgebieden zelf liggen niet ver van elkaar (de afstand Aldi – Poiesz is ca. 250 meter, van Aldi naar het verscentrum 200 meter), maar er is niet echt sprake van een looproute. Vanaf de ene plek zijn de andere winkels ook niet echt te zien. De inrichting van de openbare ruimte is tamelijk nieuw, en ziet er goed uit. Er is volop groen, de bestrating is goed verzorgd en er zijn fietsenklemmen aanwezig op verschillende plekken. Alle overige voorzieningen, zoals de school, de bibliotheek en de huisartsenpraktijk liggen niet aan de Vaart, maar direct daarachter, vooral aan de Alle Wijtzesweg. Bij de huisartsenpraktijk is wel sprake van een doorsteek. De apotheek zit overigens wèl aan de Vaart.

Ondanks de langgerekte structuur langs de Vaart is het niet ongezellig; dit komt vooral door de inrichting van de straat. Terrassen ontbreken grotendeels; bij de cafetaria is het wel mogelijk om even te gaan zitten. De viskraam blijkt een goed ontmoetingspunt te zijn. Voor toeristen is in het centrum niet veel te vinden. Toch is Appelscha wel degelijk een sterke toeristische plaats. De belangrijkste attracties voor toeristen, zoals Attractiepark Duinen Zathe, het klimbos en de Kamelenmarkt, liggen ten westen van de plaats. Er is dan ook sprake van de nodige verblijfsaccommodaties.



Zoals hiervoor al aangegeven is sprake van volop parkeergelegenheid op diverse plaatsen. De meeste parkeerplaatsen zijn bij de supermarkten en het verscentrum te vinden. Maar verder zijn er nog de nodige plaatsen langs de Vaart. Kwalitatief voldoen de plaatsen ook.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Ooststellingwerf van recente datum is niet aanwezig. In 2009 is de 'structuurvisie Ooststellingwerf 2010-2020-2030' opgesteld, waarin wel gesproken wordt over het opstellen van een detailhandelsstructuurvisie. Voor Appelscha en Boerestreek is een recreatievisie opgesteld (2017). Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In Oosterwolde is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor de plaats.

In Appelscha is een ondernemersvereniging actief, Ondernemers Vereniging Appelscha (OVA). De OVA houdt actief de website bij, waarbij ze zich duidelijk als onderdeel van de Friese Wouden presenteren, maar waar ook de winkels duidelijk aan bod komen. Ook een actuele agenda wordt hier vermeld. De OVA is er met name voor ondernemers in het midden- en kleinbedrijf. Verder is in de gemeente Ooststellingwerf nog de Commerciële club Ooststellingwerf actief. Voor het centrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Appelscha krijgt hij/zij hiervan een goed beeld. Het bevat details en foto's van winkels. Niet alle winkels zijn echter actief; er worden slechts 8 winkels getoond, terwijl het winkelaanbod groter is. Ook op de vraag wat er zoal te doen is in Appelscha krijgt de bezoeker goede resultaten. Hoewel de eerste gegevens van verzamelsites als Tripadvisor en Dagjeweg zijn volgt daarna de activiteitenagenda op Appelscha.nl. Deze is compleet en gebruikersvriendelijk.

De winkels van Appelscha hebben een gezamenlijk Facebookaccount, en dit is vrij actief. Toch zijn bijna alle berichten afkomstig van slechts twee winkels. Verder komen de activiteiten onvoldoende aan bod. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig. Slechts enkele winkels zijn individueel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Appelscha weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Gevarieerd dagelijks aanbod	Veel leegstand
Parkeren	Langgerekt en geen eenheid

Goed bereikbaar	Niet compact
Twee elkaar aanvullende supermarkten	Aanvullende centrumvoorzieningen niet direct bij winkels

KANSEN	BEDREIGINGEN
Toerisme	Leegstand
Facebook en Instagram	Versnipperd totaalaanbod
Verplaatsing Poiesz richting winkelcentrum	

Het winkelaanbod van de kern Appelscha kan als voldoende worden gekwalificeerd. Het aanbod is qua omvang passend voor een plaats met het inwonertal van Appelscha. Toch is er sprake van een forse leegstand. Dit heeft mede te maken met de sterke versnippering van het winkelaanbod. Op drie locaties is sprake van een kleine concentratie. Een sterkere concentratie van de winkels is zeer wenselijk. Bovendien zijn weinig ondersteunende centrumvoorzieningen direct bij de winkels aanwezig. Gezien de lokale verzorgingsfunctie is het ontbreken van landelijke ketens (afgezien van de supermarkten) geen groot gemis. Het dagelijkse aanbod is voldoende, en de Aldi is vernieuwd. De randvoorwaarden voor wat betreft een goede bereikbaarheid en voldoende, kwalitatief goed parkeren zijn ook in orde. Wanneer Poiesz overweegt naar het nieuwe winkelcentrum bij de Aldi te verhuizen zal een sterke verbetering van de winkelstructuur van Appelscha optreden.

Andere kansen liggen op het gebied van het toerisme en de social media. De vindbaarheid van het aanbod op het internet voor een potentiële bezoeker is nog wel goed verzorgd. Het ontbreken van een goed Facebook- en Instagram account is wel een gemis. Juist met veel toeristen in de omgeving zou dit omgebogen en versterkt kunnen worden.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Appelscha is een compact winkelgebied van groot belang; versnippering is ongewenst. Het onderzoeken van de mogelijkheid van verplaatsing van Poiesz naar het hoofdwinkelgebied is een belangrijke zet in de goede richting. Elke andere mogelijkheid om

het centrum compacter te maken moet worden aangegrepen. Mogelijk kan een stimuleringsregeling hierbij ondersteunen.

- De eenheid in het winkelgebied en de zichtbaarheid van de afzonderlijke winkelgebieden zijn niet optimaal; om het aanbod helder te maken is een goede samenwerking tussen de verschillende ondernemers gewenst. Het totaalpakket in Appelscha biedt voldoende, maar is niet direct zichtbaar. Voor toeristen geldt dit uiteraard nog sterker.
- Het toerisme kan met gerichte marketing beter benaderd worden dan op dit moment het geval is. Er liggen kansen om bij voorkeur gezamenlijk veel meer in te spelen op de wensen en verwachtingen van toeristen. Speciale arrangementen kunnen hierin een rol spelen.
- Het volledig maken van de eigen website met alle winkels kan nog een verdere verbetering geven in het online zichtbaar zijn. Daarnaast is het goed om meer in social media te investeren; alle winkels zouden hierop kunnen aansluiten, waarbij dan tevens ook de evenementen onder de aandacht gebracht worden.

APPELSCHA							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	27	20	74%				
m2 wvo winkels	6.843	4.731	69%				
Aantal inwoners	4.723	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	26,4%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	23,6%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v			niet			
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspect	v			niet			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen		v	v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	2		2	Poiesz en Aldi			
Fullservice/discount	1/1						
% dagelijks aanbod	28%						
Trekkers	geen landelijke						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR % (2019)	
m2 wvo	2.293	1.515	66%	25,1	6,8	6,3	
# vkp	6	4	67%	7,8	6,6	5,6	
<b>aandeel kernwinkelgebied</b>							
	frictie	langdurig	structureel				
vkp	25%	25%	50%				
m2 wvo	26%	10%	64%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2009 structuurvisie				
regionale afstemming?							
parkeermonitoring?							
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVA				
aanwezigheid centrummanager of id.							
aanwezigheid retailregelingen?			namelijk:				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	score 4/5	Beperkt aantal winkels					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	score 4/5	Compleet					
Facebookpagina aanwezig?	ja						
Instagram aanwezig?	nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.882	742	65	1.086	775	2.293	6.843
vkp	9	4	1	4	3	6	27
per 1.000 inwoners	397	157	14	229	164	484	1.445
<b>GROEP LANDELIJK</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

# HAULERWIJK

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Haulerwijk is de derde kern van de gemeente Ooststellingwerf, na Oosterwolde en Appelscha. Ooststellingwerf telt ongeveer 25.500 inwoners, het inwonertal van Haulerwijk ligt op ruim 3.200, en is de afgelopen jaren stabiel. De komende jaren zal het inwonertal naar verwachting licht gaan dalen. Het aandeel 65+'ers in Haulerwijk is met 24,7% beduidend groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van flinke vergrijzing. Ook is sprake van enige ontgroening; het aandeel jongeren ligt met 25,9% duidelijk onder het Fries gemiddelde van 28,5%.

De kern Haulerwijk ligt geografisch gezien in de noordoostelijke punt van de gemeente, en grenst aan Drenthe. De afstand van Haulerwijk naar Oosterwolde bedraagt hemelsbreed bijna 9 kilometer. De afstand tot Drachten en Assen is ongeveer even groot, zo'n 17 kilometer. Haulerwijk zelf kan verdeeld worden in kwadranten rondom de huidige rotonde, op de kruising van de Norgerweg/ Slotemaker de Bruineweg, Leeksterweg, Hoofdweg en Oosterwoldseweg.

Het grootste winkelaanbod is langs de hierboven genoemde wegen te vinden, waarbij aan de Norgerweg de grootste concentratie gelegen is. De winkelconcentratie ligt vlakbij het busstation. De weg is hier zodanig aangepast, dat eenvoudig geparkeerd kan worden bij de winkels. In totaal zijn in Haulerwijk 24 winkels aanwezig, met een totaalaanbod van ruim 8.000 m<sup>2</sup> wvo. Voor een plaats met de omvang van Haulerwijk is dit een fors aanbod; dit forse aanbod wordt vooral veroorzaakt door enkele grote aanbieders in de groep "In/om Huis", zoals Hummel en Roech. Het overige aanbod past qua omvang redelijk bij de schaal van Haulerwijk. De belangrijkste winkels zijn in feite de twee supermarkten, Coop en Poiesz. De Coop ligt in het meest centrale deel van Haulerwijk, maar is relatief klein in oppervlakte. Solitair aan de Leeksterweg ligt de grotere Poiesz.

Zowel in omvang als in aantal winkels is het grootste aanbod te vinden in de groep In/Om Huis. Naast de eerdergenoemde winkels zijn in Haulerwijk ook nog een Hubo en Ritsema Dier & Tuin aanwezig. De Hubo ligt helemaal aan de rand van Haulerwijk. Bij de Coop in de buurt zijn onder meer een bakker, een kledingwinkel, een bloemenzaak en een DIO-drogisterij te vinden. Parkeren is mogelijk middels insteekhavens, en de hoeveelheid plekken lijkt voldoende te zijn. De afstanden zijn relatief gering, waardoor veel inwoners met de fiets hun boodschappen halen. Ook de relatief geringe oppervlakte van Coop speelt hierin een rol. Op de hoek zit nog een café. Verder naar het noorden – nog voorbij het wooncentrum – is de supermarkt van Poiesz gevestigd. Deze heeft wel een moderne oppervlakte, en heeft parkeermogelijkheden aan de voorzijde. De winkels van Haulerwijk hebben vooral een lokale verzorgingsfunctie, maar de woninginrichtingszaken zullen tevens een regionale functie vervullen.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt iets meer dan 4%. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage eveneens zo'n 4%. Dit kunnen we beschouwen als frictieleegstand; het ligt ruim onder het Nederlands gemiddelde. Het gaat om 2 panden, waarvan er 1 al geruime tijd en structureel leegstaat.

## GEBIEDSASPECTEN

In het centrum van Haulerwijk is nog een behoorlijke variatie aan winkels te vinden, hoewel er geen slager en groenteboer meer aanwezig zijn. Verder is er sprake van een volledig dagelijks aanbod, inclusief een drogisterij. Naast de supermarkten zijn er weinig andere ketenbedrijven (alleen DIO en Hubo) aanwezig, hetgeen overigens geen beperking is. De bezoeker van de winkels zal dat ook niet direct verwachten in Haulerwijk. Het hart van de bewinkeling zit in de buurt van de rotonde, inclusief de Coop. Helaas is deze supermarkt van geringe omvang, waardoor de kracht beperkt is. Hoe sterker een supermarkt, hoe meer de nabijgelegen winkels ervan kunnen profiteren. Dat effect is in Haulerwijk beperkt; de Poiesz is duidelijk groter in omvang, met een completer aanbod, maar zit op grotere afstand van het hart van de bewinkeling.

De winkels in het hart van Haulerwijk zijn goed bereikbaar vanuit alle delen van de plaats en de directe omgeving. Ze liggen immers bij een kruising van wegen. Hier is tevens enig horeca-aanbod met terrassen te vinden. De meeste zicht- en looproutes zijn duidelijk; de winkels in het centrum liggen vlakbij elkaar. De overige winkels liggen te ver om zichtbaar te zijn, zoals Poiesz en Hubo. De bezoeker zal deze afstand ook niet lopend afleggen. De compactheid van het winkelgebied is beperkt; de winkels zitten verspreid door Haulerwijk, hoewel ze wel aan doorgaande wegen liggen. Behalve de woonwinkels onderling profiteren de overige winkels nauwelijks van elkaars nabijheid. De inrichting van de openbare ruimte is prima, met veel groen. Het voldoet goed, zonder spectaculair te zijn. Fietsenklemmen zijn nauwelijks aanwezig, maar op de stoepen is veel ruimte om een fiets te stallen. Overige centrumvoorzieningen zijn wel aanwezig in Haulerwijk, maar liggen achter de bebouwing, buiten het zicht van de winkels. Onder meer de bibliotheek en het jongeren centrum zitten aan de Laweijstraat. De huisartsenpraktijk ligt iets beter in het zicht.

De parkeergelegenheid in Haulerwijk is gratis, en overal zijn voldoende plekken aanwezig. De auto kan direct bij de winkel geparkeerd worden, hetgeen belangrijk is in dorpen van deze omvang. Bij Poiesz ligt een parkeerterrein voor de entree van de supermarkt.

Haulerwijk is vooral een boodschappencentrum, met twee niet bij elkaar in de buurt liggende supermarkten. Er is sprake van een versnipperd aanbod, waardoor winkels te weinig van elkaar profiteren. Rondom de rotonde is sprake van een concentratie van centrumfuncties met enige sfeer door horeca en terrassen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Ooststellingwerf van recente datum is niet aanwezig. Wel is in 2009 de 'structuurvisie Ooststellingwerf 2010-2020-2030' opgesteld, waarin gesproken wordt over het opstellen van een detailhandelsstructuurvisie. Voor o.a. Haulerwijk is aangegeven, dat het gewenst is om te bouwen om het inwonertal op peil te houden, zodat de voorzieningen voldoende draagvlak behouden. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In Haulerwijk is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is sprake van een centrummanager of specifieke regelingen voor de detailhandel.

In Haulerwijk is een ondernemersvereniging actief, die gebruik maakt van de site Haulerwijk.nl. Deze is er voor de hele plaats, niet specifiek voor het centrum of de detailhandel. Deze vereniging is behoorlijk actief. Er is sprake van een goede onderlinge samenwerking. Verder is in de gemeente nog de Commerciële club Ooststellingwerf actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Haulerwijk, komt hij/zij direct terecht bij de eigen website Haulerwijk.nl. Deze staat bovenaan en bevat een duidelijk en volledig overzicht van onder meer het winkelaanbod. De website werkt ook goed op mobiele apparaten. Dat ligt anders bij het zoeken naar activiteiten; diverse verzamelsites (Dagjeweg, Zoover) staan bovenaan en verwijzen naar andere plaatsen. Haulerwijk.nl toont alleen het zwembad, Haulerwijk.com is sterk verouderd.

De winkels van Haulerwijk hebben geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. Wat betreft Facebook is er geen gezamenlijke pagina, maar wel een gezamenlijke Facebook-groep. Deze bevat echter erg weinig informatie over de winkels. Een gezamenlijke account voor Instagram ontbreekt eveneens.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Haulerwijk weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Gevarieerd dagelijks aanbod	Verspreid liggende winkels
Parkeren	Supermarkten niet bij elkaar
Goed bereikbaar	Voorzieningen niet direct bij de winkels
Beperkte leegstand	
Haulerwijk.nl	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Facebook en Instagram	Mn. dagelijks aanbod verspreid over plaats
	Online winkelen

Haulerwijk heeft een volwaardig dagelijks aanbod, met twee supermarkten en een aanvullend pakket met dagelijkse zaken. Daarnaast zijn nog diverse winkels in de niet-dagelijkse sector aanwezig, zoals een DHZ-zaak (Hubo), een fietsenzaak, kledingzaken en vooral woninginrichting. Het is jammer dat de winkels niet geconcentreerd bij elkaar liggen; vooral de supermarkten liggen op enige afstand van elkaar, buiten elkaars zicht. Gunstig is dat de leegstand heel beperkt is. Het is belangrijk voor de inwoners van een plaats als Haulerwijk dat alle dagelijkse aankopen in het eigen dorp gedaan kunnen worden, op een aangename manier. Dat kan zeker, want ook de bereikbaarheid en de parkeermogelijkheden zijn goed verzorgd.

De grootste bedreiging voor de toekomst is dat de winkels door de versnippering onvoldoende van elkaars kracht kunnen profiteren, waardoor de bezoekersstroom gaat afnemen. Met name voor enkele winkels in de niet-dagelijkse sector (minder frequent nodig) vormt dit een bedreiging. Het gevoel van inwoners, dat niet alles in een keer te verkrijgen is, zal toenemen, waardoor het zoeken naar alternatieven (internet) sneller gaat gebeuren.

Op het gebied van social media liggen er nog diverse kansen, hoewel de site Haulerwijk.nl uitstekend te vinden is en een volledig overzicht biedt. Het daarnaast kunnen laten zien van een gezamenlijk Facebook- en Instagramaccount zal in de toekomst steeds belangrijker worden. Hier ligt nog een uitdaging voor Haulerwijk.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM



- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Haulerwijk is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied versterkt kan worden.
- Het aanbod ligt nogal verspreid over de plaats; hier is naar verwachting weinig aan te doen. Een goede samenwerking tussen de ondernemers is dan wel erg belangrijk. Hierbij kan ook gedacht worden aan het bieden van arrangementen met elkaar.
- De eigen website is een uitstekend en goed ingevuld middel om de gezamenlijkheid onder de aandacht van bezoekers te brengen. Een activiteitenkalender kan hier nog aan toegevoegd worden. Voor de toekomst is het ook belangrijk om actief aanwezig te zijn op de social media. Dit kan ook samen opgepakt worden.

HAULERWIJK							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	24	21	88%				
m2 wvo winkels	8.007	5.818	73%				
Aantal inwoners	3.210	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,7%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	25,9%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten		v		bibliotheek , jongerencentrum ed. op relatief korte afstand			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	v		2				
Fullservice/discount	2/0	Coop en Poiesz					
% dagelijks aanbod	17%						
Trekkers	geen	Hubo op afstand					
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	485	485	100%	4,1	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	4,3	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	50%	0%	50%				
m2 wvo	26%	0%	74%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2009 structuurvisie				
regionale afstemming?							
parkeermonitoring?							
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		Ondernemersver. Haulerwijk				
aanwezigheid centrummanager of id.							
aanwezigheid retailregelingen?			namelijk:				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 5/5	goede eigen website					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	score 1/5	weinig te vinden					
Facebookpagina aanwezig?	nee						
Instagram aanwezig?	nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.351	296	60	5.476	339	485	8.007
vkp	6	3	1	11	1	2	24
per 1.000 inwoners	422	93	19	1.711	106	152	2.503
<b>GROEP LANDELIJK</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# OOSTERWOLDE

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Oosterwolde is de hoofdkern van de gemeente Ooststellingwerf. Ooststellingwerf telt ongeveer 25.500 inwoners, het inwonertal van Oosterwolde ligt op ruim 9.700, en is licht dalend. Over 5 jaar bedraagt het inwonertal volgens de planning 9.500. Het aandeel 65+'ers in Oosterwolde is met 24,1% beduidend groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van flinke vergrijzing. Ook is sprake van enige ontgroening; het aandeel jongeren ligt met 25,8% duidelijk onder het Fries gemiddelde van 28,5%. De kern Oosterwolde ligt geografisch gezien ongeveer in het midden tussen de grotere kernen Drachten, Heerenveen en Assen en centraal in de gemeente.

Het grootste winkelaanbod is in het centrum te vinden, terwijl aan de rand van Oosterwolde ook nog diverse grootschalige winkelvoorzieningen met een regionale functie gevestigd zijn. De bewinkeling van Oosterwolde bevindt zich met name in en rondom de Stationsstraat. Beide zijden van de straat en het erachter gelegen gebied vormen het kernwinkelgebied. In totaal is in Oosterwolde sprake van een aanbod aan bijna 33.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 91 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is ongeveer de helft te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 80%. Aan beide "achterzijden" van de Stationsstraat zijn de supermarkten (AH en Lidl) gevestigd. Lidl heeft het voornemen om te vergroten en te verhuizen naar een locatie aan de zuidkant van de Stationsstraat; er komt dan parkeren rondom. In Oosterwolde als geheel is het grootste aanbod te vinden in de groep In/om Huis, maar in het centrum is dit de groep Mode & Luxe. De groep dagelijks is eveneens sterk aanwezig, met vooral de supermarkten en drogisterijen. Als belangrijkste trekkers zijn naast de supermarkten een HEMA, een Action, een Blokker en een Zeeman aanwezig. Er is dan ook sprake van een redelijk compleet aanbod. Het centrum van Oosterwolde heeft een beperkt regionale verzorgingsfunctie.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt bijna 10%. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 7,5. Deze leegstand is vrijwel geheel in het centrumgebied te vinden. Het gaat vooral om langdurige (tussen de 1 en 3 jaar leeg) en structurele leegstand (langer dan 3 jaar leeg). Deze leegstand is voor een belangrijk deel te vinden in de straat, die nog nauwelijks tot het centrum gerekend kan worden, namelijk het deel aan Het Oost. Maar ook in de Stationsstraat zelf is sprake van leegstand.

Parkeren is op diverse parkeerterreinen rondom het centrumgebied mogelijk. Voor een groot deel is hier sprake van een blauwe zone (3 uur).

## GEBIEDSASPECTEN

In het winkelcentrum is een behoorlijke variatie aan winkels te vinden, met relatief veel ketenbedrijven. Dit zijn dan ook meteen de belangrijkste trekkers. Oostelijk van de Stationsstraat ligt het parkeerterrein Brugkampweg, met daaraan onder meer Action als grote trekker. Aan dit plein hebben zowel Action als Lidl, Bruna en Kruidvat een entree. Voor de klant is het daardoor niet nodig om ook naar de 'echte' winkelstraat te lopen. Bruna en Kruidvat hebben ook aan de Stationsstraat een entree. Via een passage aan de Stationsstraat kan men zo doorlopen naar de AH-supermarkt aan de westzijde van het centrum. Op verschillende plekken in het centrum is daghoreca aanwezig.

Het centrum van Oosterwolde is goed bereikbaar vanuit alle delen van de plaats; de Stationsstraat zelf is éénrichtingsverkeer. Op donderdag (marktdag) is de straat afgesloten. Door het éénrichtingsverkeer van de Stationsstraat en de Houtwal kan het voor onbekenden lastig oriënteren zijn. Het busstation is op loopafstand van het winkelgebied. De meeste zichtlijnen en looproutes zijn duidelijk, maar vanaf de Stationsstraat zie je niet wat er aan de achterzijde nog aan aanbod zit. De compactheid is prima; alle winkels zitten op korte afstand van elkaar. Hierbij laten we Het Oost buiten beschouwing. De inrichting van de openbare ruimte is tamelijk nieuw, en ziet er goed uit. De straat ziet er groen uit, er is een enkel bankje om te gaan zitten, en er zijn fietsenklemmen aanwezig. Niet op alle plekken in het centrum zijn fietsenstallingen aanwezig, maar wel voldoende. Een voorziening om elektrische fietsen op te laden ontbreekt. Op relatief korte (loop-)afstand zijn de bibliotheek en een school gelegen. Overige voorzieningen als het gemeentehuis en het gezondheidscentrum liggen verder weg in Oosterwolde.

De parkeergelegenheid bestaat uit enkele terreinen rondom het centrum, o.a. het P-terrein bij de Action, het Stipeplein en de Trambaan. Met uitzondering van een deel van het Stipeplein geldt een regime van kort parkeren (3 uur). De Stationsstraat is op een aantal dagen/tijdstippen afgesloten; bij opening kan men hier maximaal 1 uur parkeren. Hier is dan ook een vorm van 'shared space' ingevoerd. Kwantitatief lijkt het aantal plaatsen nu ruim voldoende te zijn sinds de verbeteringen de afgelopen jaren. De parkeerterreinen zijn niet optimaal aangegeven; verbindingen ertussen zijn bovendien niet aanwezig. Zo is het niet mogelijk om van het Stipeplein noord naar zuid te gaan of vice versa, of van de Action naar het Stipeplein. Voor de meeste bezoekers zal het bekend zijn, maar voor regiobezoekers en toeristen is het onduidelijk.

Het centrum van Oosterwolde heeft veel te bieden aan bezoekers; sfeer en gezelligheid is voldoende aanwezig aan het begin van de Stationsstraat. Terrassen en sfeer zijn in de Stationsstraat zelf beperkt aanwezig. De trekkers en het druktebeeld zitten meer aan de achterzijden.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Ooststellingwerf is niet aanwezig van recente datum. Voor Oosterwolde is in 2014 wel een Masterplan Oosterwolde-Centrum (en Venekoten) opgesteld. Verder is in 2012 nog naar de ruimtelijke mogelijkheden voor het centrumgebied gekeken, met speciale aandacht voor de supermarkten en het parkeren. Hierin is onder meer aangegeven, dat het aantal winkels aan Het Oost verder zal afnemen; dit is inmiddels duidelijk zichtbaar. Het centrumgebied is hierin duidelijk vastgelegd, waarbij verdere uitbreiding niet gewenst is. Deze concentratiegedachte wenst de gemeente nu in een nieuw bestemmingsplan vast te leggen. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In Oosterwolde is geen sprake van parkeermonitoring. Evenmin is sprake van specifieke regelingen voor de detailhandel voor de plaats.

In Oosterwolde is een ondernemersvereniging actief, Oosterwolde Promotion, met straatcommissies. Deze is er voor de hele plaats, niet specifiek voor het centrum of de detailhandel. De vereniging is behoorlijk actief, en heeft ook deelgenomen aan de Nieuwe Winkelstraat. Er is in Oosterwolde een ondernemersfonds aanwezig, dat via reclamebelasting wordt gevuld. Momenteel denkt men na over het instellen van een BIZ, zodat ook de eigenaren gaan meebetalen. Voor het centrum en de aanloopstraten is verder een Vereniging van Eigenaren in oprichting. In de gemeente is tevens de Commerciële club Ooststellingwerf actief. Voor het centrum is geen centrummanager actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Oosterwolde, komt hij/zij tot de conclusie dat er vooral sites van individuele winkels worden getoond. Google toont eerst resultaten van diverse verzamelsites, die niet het volledige winkelaanbod bevatten. Hetzelfde gaat op voor de activiteiten in Oosterwolde. Ook dan worden vooral verzamelsites als Tripadvisor, Zoover en Gemeentewijzer getoond. Deze bevatten suggesties voor plaatsen op ruime afstand van Oosterwolde, als Assen, Drachten en Beilen.

De winkels van Oosterwolde hebben geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. Een groot deel van de winkels is wel actief op Facebook, maar op Instagram is nagenoeg geen activiteit van de lokale winkels te vinden.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Oosterwolde weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sterke trekkers dagelijks en niet-dagelijks	Lastig oriënteren
Supermarkten van juiste oppervlakte	Heen en weer rijden i.v.m. parkeren
Centrum zelf goed bereikbaar	Leegstand
Weekmarkt	Dalend inwonertal
	Presentatie en profilering winkels
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Online aanwezig zijn	Groei online winkelen
Instagram en Facebook verbeteren	Veel reuring aan achterzijden, Stationsstraat leeft minder
Compacter maken centrum	

Oosterwolde kent een groot aanbod, met in principe goede trekkers, zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. Oosterwolde heeft een beperkt regionale verzorgingsfunctie. De belangrijkste concurrerende kernen zijn Drachten en Assen. Verder is in Oosterwolde sprake van een mix van ketenbedrijven en lokale ondernemers. De supermarkten zijn van voldoende omvang om de functie naar behoren te kunnen vervullen, hoewel naar moderne maatstaven ook supermarkten vaak alweer een stuk groter zijn geworden. De kleinste, Lidl, is dan ook van plan te gaan vergroten. De supermarkten zitten aan beide zijden van de Stationsstraat. Ook Action zit niet direct aan de Stationsstraat, maar aan het achterliggende parkeerterrein. Het gevaar dreigt, dat de achterzijden als twee afzonderlijke delen gaan functioneren. Kruidvat en Bruna hebben wel een entree aan de kant van de Stationsstraat; dit is van groot belang voor het aantrekkelijk blijven van deze straat. In feite is dit het hart van de bewinkeling. De leegstand vormt hier zeker een bedreiging in de huidige zware tijden voor detailhandel in het algemeen. De presentatie en profilering van enkele winkels is matig en verdient een kwalitatieve opwaardering. Het parkeren is het afgelopen decennium verbeterd; niettemin is de situatie nog niet optimaal. Met goede bewegwijzering kan de

(onbekende) bezoeker beter de weg vinden in het centrum. Het invoeren van de blauwe zone is een verbetering.

Op het gebied van social media liggen er nog diverse kansen. Het als een geheel naar buiten treden, en duidelijk het totaalaanbod van Oosterwolde laten zien biedt een meerwaarde. Afgezien van enkele individuele ondernemers komt een bezoeker op internet uitsluitend verzamelsites tegen. Facebook en Instagram zijn zeker voor jongeren zeer veelvuldig geraadpleegde sites; wanneer hier niet of nauwelijks mee gewerkt wordt dreigen ondernemers de boot te missen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Oosterwolde is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Het ingezette proces van compactheid is de juiste, en zal voortgezet moeten worden.
- De eenheid in het winkelgebied en de zichtbaarheid van de afzonderlijke delen in het centrum zijn nog niet optimaal; hierin is niet direct veel te veranderen, maar met verwijzing en goede looproutes kan het wel zoveel mogelijk gefaciliteerd worden. Om deze reden blijft het ook belangrijk om de winkels bij elkaar te concentreren in het hart van de plaats.
- Het parkeren is verbeterd, maar de routing en de verwijzingen tussen delen van het centrum blijft nog te onduidelijk. Hierin kan middels signing al veel verbeterd worden.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn. Een stimuleringsregeling in de vorm van een gevelfonds kan wellicht in de fase erna een duw in de goede richting geven.
- Het ontbreken van een eigen website en het niet aanwezig zijn op social media is een groot gemis. Voor een plaats met de omvang van Oosterwolde, dat bovendien veel te bieden heeft, is dit een 'must'. Het ontwikkelen van een eigen website met het volledige winkelaanbod, recreatiemogelijkheden en een activiteitenkalender versterkt de online

zichtbaarheid en vindbaarheid aanzienlijk. Social media accounts kunnen hierop aansluiten. Juist in een gebied met toerisme is dit van groot belang.



OOSTERWOLDE							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	91	73	80%				
m2 wvo winkels	32.774	15.662	48%				
Aantal inwoners	9.715	stijgend/gelijk/ <i>dalend</i>		NL	FR		
Percentage 65+	24,1%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	25,8%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied		v	v	Het Oost			
Sfeer en gezelligheid		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspect	v	v		wel aanwezig, maar op afstand			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v	v				
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	3		2				
Fullservice/discount	1/1	AH en Lidl	Poiesz verderop				
% dagelijks aanbod	13%						
Trekkers niet-dagelijks	HEMA, Action, Blokker, Zeeman						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v	beperkt				
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	3.563	2.965	83%	7,5	6,8	6,3	
# vkp	15	13	87%	9,7	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	15%	38%	46%				
m2 wvo	12%	54%	34%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	2014 Masterplan Oosterwolde Centrum				
regionale afstemming?			2012 actualisatie detailhandelonderzoek				
parkeermonitoring?							
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		Oosterwolde Promotie				
aanwezigheid centrummanager of id.							
aanwezigheid retailregelingen?			namelijk:				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	vooral individueel					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	verzamelites					
Facebookpagina aanwezig?	nee						
Instagram aanwezig?	nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	4.142	5.642	631	15.429	3.367	3.563	32.774
vkp	19	22	4	21	10	15	91
per 1.000 inwoners	424	577	65	1.579	345	365	3.355
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
<b>007500 &lt;= Inwklasse &lt;010000</b>	<b>403</b>	<b>230</b>	<b>39</b>	<b>696</b>	<b>60</b>	<b>167</b>	<b>1.595</b>
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# BEETSTERZWAAG

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Beetsterzwaag is na de hoofdkern Gorredijk en Ureterp de derde kern van de gemeente Opsterland. Opsterland telt bijna 30.000 inwoners, het inwonertal van Beetsterzwaag ligt op ruim 3.600, en is de afgelopen jaren redelijk stabiel. De nadruk in de gemeente ligt vooral op aanpassen van de bestaande woningen aan de huidige marktvraag, in plaats van op veel nieuwbouw (bron Woonvisie); demografische ontwikkelingen zijn hiertoe aanleiding. De beperkte nieuwbouw zal vooral in de hoofdkern plaatsvinden. De verwachting is dan ook dat in Beetsterzwaag binnen afzienbare tijd het inwonertal zal dalen. Het aandeel 65+'ers in Beetsterzwaag is met 29,8% aanzienlijk groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel ver boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van forse vergrijzing. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt met 22,6% royaal onder het Fries gemiddelde van 28,5%. Er is derhalve ook sprake van ontgroening. De kern Beetsterzwaag ligt geografisch gezien in het noorden van de gemeente, dicht in de buurt van Drachten (ca. 8 kilometer). Beetsterzwaag staat onder meer bekend om het landgoed Lauswolt, dat oostelijk van de plaats ligt.

De Hoofdstraat is van oudsher een belangrijke doorgaande weg in Beetsterzwaag, en hier bevinden zich dan ook nog altijd nagenoeg alle winkels. Aangezien het een doorgaande weg is, kan het met name in het seizoen nogal druk zijn met auto's en bussen in de straat. Aan de westkant van de Hoofdstraat is de Plus-supermarkt gevestigd; dit is voor Beetsterzwaag een van de belangrijkste winkels. Verder zijn er diverse winkels op het gebied van mode en woninginrichting aanwezig in Beetsterzwaag. Veel ketenbedrijven zijn er niet; Kruidvat is de bekendste. In totaal is in Beetsterzwaag sprake van een aanbod van ruim 3.700 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 25 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 70% ervan te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend zelfs 84%. In Beetsterzwaag als geheel is het grootste aanbod te vinden in de groep In/om Huis; gemiddeld genomen is het aanbod in Beetsterzwaag niet overdreven groot. Naast de supermarkt

zijn in de dagelijks sector tevens enkele vers-speciaalzaken en een drogisterij in het centrum aanwezig. Er is dan ook sprake van een redelijk compleet dagelijks aanbod. Het niet-dagelijkse aanbod is beperkt; de nabijheid van Drachten speelt hier onder meer een rol. Het centrum van Beetsterzwaag heeft een lokale verzorgingsfunctie, met een extra toevoeging vanuit het toerisme.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt slechts 2,3%. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 3,9%. Deze percentages liggen ruim onder het Fries en Nederlands gemiddelde. Op het moment van waarneming stond er slechts 1 pand leeg. Dit betreft langdurige leegstand (tussen 1 en 3 jaar). Dit pand ligt in de Hoofdstraat.

## GEBIEDSASPECTEN

In Beetsterzwaag is het gemiddelde kwaliteitsniveau van de winkels goed te noemen. Dit bepaalt ook voor een belangrijk deel de aantrekkingskracht van de winkels in Beetsterzwaag. De variatie aan winkels is zoals een bezoeker die zal verwachten. Wat de bereikbaarheid van Beetsterzwaag betreft kan gesteld worden dat deze prima is. Immers, de doorgaande weg gaat door het centrum heen. Het betreft geen grote doorgaande route, maar een lokale verbindingroute om juist naar Beetsterzwaag te gaan.

De compactheid van het centrum van Beetsterzwaag is eveneens goed, aangezien het overgrote deel van de winkels aan de Hoofdstraat te vinden is. De winkels strekken zich wel over een behoorlijke afstand uit, omdat tussen de winkels ook diverse andere functies te vinden zijn, zoals dienstverlening, horeca en wonen. Deze mix geeft Beetsterzwaag aan de ene kant haar charme, aan de andere kant zorgt het voor een grotere afstand tussen de winkels. Hierdoor gaan bezoekers (eigen inwoners) vaak niet het hele deel wandelen, maar gaan ze verder met de auto of fiets. De afstand van het begin tot het einde van de bewinkeling bedraagt bijna 600 meter. De looproutes zijn evenwel heel duidelijk. Het hele winkelgebied is niet in één blik te overzien, maar dit is (nog) niet direct een probleem. Al lopende zie je steeds een volgende winkel.

De bosrijke omgeving en het vele groen kenmerkt de sfeer van Beetsterzwaag. Juist de ambiance en gezelligheid in het centrum van Beetsterzwaag trekken inwoners en bezoekers hiernaartoe. Ook de combinatie met de vele horecagelegenheden op diverse kwaliteitsniveaus - maar vooral het iets hogere segment - zorgt voor een sterke uitstraling. De inrichting van de openbare ruimte is hierop aangepast. De herinrichting van de Hoofdstraat enige jaren geleden is met zorg uitgevoerd; ook het groen, het type stenen en de verlichting zijn op een kwalitatief goede manier aangepakt. Ter hoogte van het Lycklamahuis kan men ook even op bankjes verpozen. Aan de Hoofdstraat is tevens het gemeentehuis van de gemeente Opsterland gevestigd; dit zorgt voor extra bezoekers en bestedingen bij de winkels in het centrum. De bibliotheek en de huisartsenpraktijk liggen verderop in het dorp. Voor het toerisme zijn met name de bossen en Lauswolt van belang.

Parkeren is altijd een issue geweest in Beetsterzwaag. Het doorgaande verkeer moet door de Hoofdstraat, terwijl hier ook de winkels en overige functies aanwezig zijn. Ook de werknemers en bezoekers van het gemeentehuis vragen om de nodige parkeerplaatsen. In de straat zelf is het mogelijk om op verschillende plekken langs te parkeren (blauwe zone). Verder is sprake van enkele

kleinere parkeerterreinen. Buiten het seizoen geeft het geen problemen of overlast; tijdens het seizoen ontstaan regelmatig opstoppingen of zoekverkeer naar een parkeerplaats. De parkeerlocaties staan niet overal duidelijk vermeld. Lang-parkeren (met name voor toeristen bestemd) is mogelijk aan de Commissieweg, maar is evenmin duidelijk aangegeven. Bovendien zijn de terreinen veelal kwalitatief niet optimaal: krappe plaatsen en routes. De entree van de supermarkt ligt aan de achterzijde van de Hoofdstraat; hier ligt een 'eigen' parkeerterrein, zonder parkeerregime. Fietsenklemmen zijn uitsluitend bij de supermarkt aanwezig; in de Hoofdstraat worden de fietsen gewoon voor de winkels gestald.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeentelijke detailhandelsvisie voor Opsterland dateert van 2015. Momenteel wordt gewerkt aan een update van de visie en een evaluatie van het functioneren van de centrummanagers, die in alle drie grotere kernen aanwezig zijn. In 2015 is in de visie aangegeven dat aandacht voor de parkeersituatie prioriteit vraagt. Ook de marketing van Beetsterzwaag (met o.a. veel kunst en cultuur) vraagt om continue aandacht. Regionale afstemming over het beleid van Opsterland met andere gemeenten vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In Beetsterzwaag is geen sprake van parkeermonitoring; voor het oostelijk deel van Beetsterzwaag (waar zich ook het gemeentehuis bevindt) is in 2014 wel een parkeeronderzoek uitgevoerd. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn niet aanwezig in de gemeente of in Beetsterzwaag.

In Beetsterzwaag bestaat een ondernemersvereniging, de Ondernemersvereniging Beetsterzwaag-Olterterp (OVBO). De vereniging is behoorlijk actief, en overlegt op regelmatige basis met de gemeente over lopende zaken. Ook participeren zij in het opstellen van visies en actieplannen. In Beetsterzwaag is verder ook een centrummanager aan het werk; dit functioneert al diverse jaren naar alle tevredenheid.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Beetsterzwaag staat de eigen gezamenlijke website BeetsterzwaagNatuurlijk.nl bovenaan. Deze brengt alle winkels volledig en op een aantrekkelijke wijze in beeld. De gebruiksvriendelijkheid op mobiele apparaten is echter onvoldoende. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Beetsterzwaag is bij Google het eerste zoekresultaat dat van TripAdvisor; deze website verwijst vooral naar bezienswaardigheden buiten Beetsterzwaag. De eigen website bevat een agenda, maar deze opent helaas met een lege agenda (januari), en niet met de actuele maand. De eigen website bevat alle informatie over activiteiten en bezienswaardigheden, maar wordt helaas niet goed door Google geïndexeerd.

Beetsterzwaag bezit een gezamenlijke Facebookpagina; hierop is recentelijk weinig activiteit te zien. Tot maart 2018 werden winkels en ondernemers voorgesteld en werden veel acties en

evenementen getoond. Het laatste bericht op het gezamenlijke Instagramaccount dateert van februari 2018. Er werden vooral mooie afbeeldingen van Beetsterzwaag en omstreken gedeeld.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het centrumgebied van Beetsterzwaag weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Naamsbekendheid en uitstraling	Parkeren en routing
Sfeer	Drukte Hoofdstraat
Mix van functies	
Gemeentehuis	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Centrummanager aanwezig	Bevolkingsprofiel, draagvlak
Instagram en Facebook weer oppakken	Te zwakke winkelfunctie in Hoofdstraat
Activiteiten online beter vindbaar maken	Nabijheid Drachten
Samenwerking met toeristische accommodaties	

Beetsterzwaag heeft een goede naamsbekendheid; er zal alles aan gedaan moeten worden om dit in stand te houden. Het detailhandelsaanbod is op dit moment, met een supermarkt, nog prima voor elkaar. Er is sprake van een aantrekkelijke mix van functies in de Hoofdstraat, maar de druk op winkels is behoorlijk hoog. Zowel de toename van het online winkelen als de sterke vergrijzing in Beetsterzwaag zorgen voor een daling van het draagvlak. De kans dat meer winkels een andere functie gaan krijgen is aanwezig; winkels zorgen daarentegen wel voor veel klantenstromen en beweging in een straat. Ze zijn dan ook essentieel voor het functioneren van het product Beetsterzwaag. De aanwezigheid van het gemeentehuis is in die zin ook een belangrijke toegevoegde waarde. De aanwezigheid van een centrummanager als verbindende factor is een belangrijk gegeven. De drukte in de Hoofdstraat is niet altijd een probleem. Wel blijft het belangrijk om aan te geven hoe en waar een bezoeker kan parkeren, om te voorkomen dat er veel zoekverkeer naar een parkeerplek ontstaat. In het verleden was de ondernemersvereniging actief op social media; het zou goed zijn om dit weer op te pakken. Juist met veel 'incidentele' bezoekers biedt dit een meerwaarde. Dit geldt ook voor de vindbaarheid van de activiteiten op de website. Tot slot kan

samenwerking tussen ondernemers en samenwerking met toeristische bedrijven voor ondernemingen een directe meerwaarde opleveren. Op basis van een helder DNA-profiel kunnen samenwerkingsmodules uitgewerkt worden.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor Beetsterzwaag is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of – sterker nog - versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken.
- De bebording van de parkeersituatie zou kwalitatief verbeterd kunnen worden, hetgeen ook geldt voor de kwaliteit van de parkeerplaatsen zelf
- Het uitwerken van een sterk DNA-profiel voor Beetsterzwaag kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers. Niet alleen samenwerking tussen detaillisten, maar ook samenwerking met het toeristische bedrijfsleven kan een meerwaarde opleveren. Met de juiste marketing kan het volledige aanbod ook veel duidelijker gepromoot worden.
- Online kunnen de activiteiten van Beetsterzwaag beter worden neergezet, op dit moment is de vindbaarheid van activiteiten moeizaam.
- Tenslotte is het oppakken van Instagram en Facebook een kans om een deel van het consumentenpotentieel Beetsterzwaag onder de aandacht te brengen.

BEETSTERZWAAG							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	25	21	84%				
m2 wvo winkels	3.721	2.599	70%				
Aantal inwoners	3.605	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	29,8%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	22,6%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v	v				
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten		v		gemeentehuis; Lauswolt			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief		v		eigen P bij supermarkt			
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	v		1				
Fullservice/discount	1/0		Plus				
% dagelijks aanbod	37%						
Trekkers niet-dagelijks	Kruidvat						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v			Toerisme		
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	211	211	100%	3,9	6,8	6,3	
# vkp	1	1	100%	2,3	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	100%	0%				
m2 wvo	0%	100%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2015				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v	wel P-onderzoek				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVBO				
aanwezigheid centrummanager of id.	v						
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	Eigen website, volledig beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	Eerst verzamelites, eigen website slecht gevonden					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Ja						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.358	608	0	1.518	26	211	3.721
vkp	9	6	0	8	1	1	25
per 1.000 inwoners	378	169	0	422	7	59	1.035
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# GORREDIJK

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Gorredijk is de hoofdkern van de gemeente Opsterland. Opsterland telt bijna 30.000 inwoners, het inwonertal van Gorredijk ligt op ruim 7.300, en is de afgelopen jaren redelijk stabiel gebleven. De nadruk in de gemeente ligt vooral op aanpassen van de huidige woningen aan de huidige marktvrage, in plaats van op veel nieuwbouw (bron Woonvisie); demografische ontwikkelingen zijn hiertoe aanleiding. De beperkte nieuwbouw zal vooral in de grotere kernen, waaronder Gorredijk, plaatsvinden. De verwachting is dat ook in Gorredijk binnen afzienbare tijd het inwonertal iets zal gaan dalen. Het aandeel 65+'ers in Gorredijk is met 24,4% aanmerkelijk groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van flinke vergrijzing. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt met 28,4% vrijwel gelijk aan het Fries gemiddelde van 28,5%. Er is hier derhalve geen sprake van sterkere ontgroening dan gemiddeld. De kern Gorredijk ligt geografisch gezien in het zuidoosten van de provincie, op ruim 15 kilometer afstand van zowel Heerenveen als Drachten.

De Hoofdstraat is van oudsher een belangrijke doorgaande weg in Gorredijk geweest, en hier bevinden zich ook diverse winkels. Daarnaast zijn aan beide zijden van het water (Brouwerswal en Langewal) tussen de Hoofdstraat en de Formanjestrijtte winkelvestigingen gelegen; o.a. de grote trekker Rinsma mode is aan de Langewal gevestigd. Tenslotte kunnen de supermarkten aan de Lijnbaan (AH en Poiesz) en bij de Marktstraat (Aldi) niet onvermeld blijven. Aldi is gevestigd aan een overdekte passage vanaf de Marktstraat richting het water. Ook een andere belangrijke trekker, Action, is hier gevestigd. Deels doordat de grootste trekkers van Gorredijk via een kortere route dan de Hoofdstraat te bereiken zijn, heeft de Hoofdstraat wel enigszins aan kracht ingeboet. In totaal is in Gorredijk sprake van een aanbod van bijna 35.800 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 89 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is ongeveer de helft hiervan te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 78%. In Gorredijk als geheel is het grootste aanbod te vinden in de groep In/om Huis, maar



in het centrum is dit de groep Mode & Luxe. Vooral de aanwezigheid van Rinsma en de Heeren van Rinsma is hierin duidelijk terug te vinden. De groep dagelijks is eveneens sterk vertegenwoordigd, door met name de supermarkten en drogisterijen. Ook zijn diverse vers-speciaalzaken in het centrum te vinden. Er is dan ook sprake van een redelijk compleet en zeer fors aanbod. Het centrum van Gorredijk als hoofdkern van de gemeente heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie. Uit het in 2017 uitgevoerde koopstromenonderzoek kwam de sterke positie van Gorredijk, met veel bestedingen van buiten de eigen kern, ook duidelijk naar voren.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 4,8. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 7,6. Het percentage van 4,8 ligt ruim onder het Fries en Nederlands gemiddelde. Gemeten naar vierkante meters ligt het iets hoger dan gemiddeld; dit wordt vooral veroorzaakt door een groot leegstaand pand buiten het centrum. Van het aantal lege panden liggen de overige 7 in het centrum; deze staan voor een belangrijk deel structureel leeg (langer dan 3 jaar). Deze leegstand is voornamelijk in de Hoofdstraat te vinden.

## GEBIEDSASPECTEN

In Gorredijk is een behoorlijke variatie aan winkels te vinden, maar het accent ligt naast de supermarkten vooral op het modeaanbod. Rinsma is een regionale trekker van formaat; mede hierdoor hebben ook andere modezaken zich hier gevestigd. Bovendien kent Gorredijk als hoofdkern veel andere aanbieders met een bovenlokale functie, zoals Action, Hema, Expert en Blokker. Er is sprake van een mix van ketenbedrijven en zelfstandige ondernemers.

De compactheid van het centrum van Gorredijk is in principe goed, aangezien het overgrote deel van de winkels hier te vinden is. Toch functioneert het geheel nog niet optimaal; de twee delen aan beide zijden van de vaart functioneren nog te veel los van elkaar. Aan de Lijnbaan ligt een groot parkeerterrein; dit is centrum parkeren, maar zeker ook bedoeld voor de twee supermarkten. Deze supermarkten hebben hun entree aan de zijde van het parkeerterrein, maar dat geldt ook voor de winkels van Rinsma en de Hema. De dameszaak van Rinsma en de Hema hebben zowel aan de zijde van het P-terrein als aan de Langewal een entree. Ook Expert is vanaf het P-terrein (en de Hoofdstraat) te bereiken. Hierdoor is het niet echt nodig om ook de Hoofdstraat door te lopen. Vanaf het parkeerterrein is het overige aanbod niet te zien; de stegen tussen de panden door zijn te smal. De zichtlijnen zijn niet goed. Aan de andere kant van het water ligt de passage met daarin o.a. Aldi, Action en Blokker. Aan het achtergelegen parkeerterrein zijn ook Kruidvat en TerStal gevestigd. Via de passage kan de bezoeker over een bruggetje rechtstreeks naar de Hema lopen. Ook hier is het niet nodig om via de Hoofdstraat te lopen. Het feit dat juist bij de brug in de Hoofdstraat een markant pand al jaren leeg staat (maar mogelijk weer gevuld gaat worden) helpt niet om de aantrekkelijkheid van deze route te vergroten.

De bereikbaarheid van Gorredijk is via de N392 goed, en het centrum ligt behoorlijk centraal in de plaats. De Hoofdstraat kent eenrichtingverkeer van noord naar zuid. Dit betekent in veel gevallen dat een bezoeker via het bedrijventerrein naar het grote P-terrein aan de Lijnbaan wordt gestuurd (en de rest van het centrum pas ziet bij het vertrek), of naar het parkeerterrein aan de Marktstraat,

van waaruit het niet eenvoudig is om met de auto naar de andere zijde te gaan. De uitwisseling tussen beide delen van het centrum is niet optimaal. De P-route staat wel duidelijk aangegeven. De sfeer en gezelligheid in het centrum van Gorredijk zijn naar verwachting; deze voldoen. O.a. door het ontbreken van een gevarieerd horeca-aanbod en 'drukte' bij het water is de beleving voor verbetering vatbaar. De bruggetjes over het water zien er leuk uit; bovendien is er zeker tijdens het seizoen vaak iets te doen rondom het water. Terrassen zijn evenwel weinig aanwezig. De inrichting van de openbare ruimte ziet er goed uit. De Lijnbaan is nieuw ingericht, en ook de Hoofdstraat ziet er met het nodige groen, en passende inrichtingselementen (o.a. straatverlichting) aantrekkelijk uit. Het relatief nieuwe bouwblok op de hoek van de Hoofdstraat en Nieuwstraat is erg stenig. Verder staan op diverse plekken bankjes om even te gaan zitten. In dezelfde stijl staan ook overal in de plaatsen volop fietsenklemmen. In het centrum zijn tevens de bibliotheek en een museum gelegen.

De belangrijkste parkeerterreinen liggen aan de Lijnbaan en de Marktstraat. Dit zijn relatief grote locaties. Daarnaast bestaat de mogelijkheid om langs de Hoofdstraat en de Brouwerswal te parkeren. Bij grotere drukte is er op korte afstand aan de Stationsstraat en bij de Skâns ruimte voor de nodige auto's. In het centrum is sprake van een blauwe zone. Vooral op de piekmomenten, zoals de zaterdag en het eind van de middag, is het hier druk en ontstaat zoekverkeer.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeentelijke detailhandelsvisie voor Opsterland dateert van 2015. Momenteel wordt gewerkt aan een update van de visie en een evaluatie van het functioneren van de centrummanagers, die in alle drie grotere kernen aanwezig zijn. In 2015 is in de visie gesignaleerd, dat vooral de mogelijkheid van het lopen van een rondje onvoldoende aantrekkelijk is; de routing zou sterker kunnen. Regionale afstemming over het beleid van Opsterland met andere gemeenten vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In Gorredijk is geen sprake van parkeermonitoring; voor Gorredijk en Beetsterzwaag zijn wel parkeeronderzoeken uitgevoerd. Deze dateren van 2009 en 2014. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn niet aanwezig in de gemeente of in Gorredijk. Een ondernemersfonds bestaat op dit moment niet meer in Gorredijk, maar zal vanaf 1 juli weer in werking gegaan voor uitsluitend het centrumgebied.

In Gorredijk bestaat een ondernemersvereniging, de WHI. De vereniging is behoorlijk actief, en overlegt op regelmatige basis met de gemeente over lopende zaken. Ook participeren zij in het opstellen van visies en actieplannen. In Gorredijk is verder ook een centrummanager aan het werk; het contract is weer tot eind 2020 verlengd.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Gorredijk staat Rinsma Modeplein bovenaan. Vervolgens komen diverse verzamelsites. Verder naar beneden in de zoekresultaten staat de gezamenlijke website GrootgelijknaarGorredijk.nl. Op deze website worden alle winkels zeer aantrekkelijk gepresenteerd. De gebruiksvriendelijkheid van de website

van de winkels is echter niet echt gebruikersvriendelijk en de navigatie enigszins onduidelijk. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Gorredijk worden de eerste zoekresultaten bij Google ingenomen door Tripadvisor en Dagjeweg.nl. De eerste verwijst vooral naar activiteiten in andere plaatsen. De activiteitenagenda op de gezamenlijke website is compleet en aantrekkelijk vormgegeven.

De gezamenlijke Facebookpagina "Whi Gorredijk" toont voornamelijk evenementen en nieuws over de organisatie. Winkels en ondernemers worden nauwelijks in beeld gebracht. Hoewel het positief is dat er een gezamenlijk Instagramaccount aanwezig is, toont dit eveneens voornamelijk evenementen.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het centrumgebied van Gorredijk weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Rinsma mode	Hoofdstraat onvoldoende in looproute
Groot en gevarieerd aanbod, dagelijks en niet-dagelijks	Naar Lijnbaan/plein gekeerde winkels
De vaart	Parkeerroute omslachtig bij binnenkomst
	Ondersteuning van daghoreca
	Leegstand in Hoofdstraat
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Centrummanager aanwezig	Groei online winkelen
Instagram en Facebook verbeteren met aandacht voor winkels en ondernemers	Bevolkingsprofiel
Navigatie website verbeteren, hoger in zoekresultaten	Nabijheid Drachten en Heerenveen

Gorredijk heeft een uitermate groot aanbod, in alle groepen en branches. Het meest opvallend in Gorredijk zijn ongetwijfeld de winkels van Rinsma. De bekendheid en klantenkring gaan verder dan

de omgeving van Gorredijk. Ook buiten het modeaanbod is sprake van een compleet dagelijks en niet-dagelijks aanbod met trekkers als Action, de Hema en Expert. In dit grote aanbod schuilt ook direct een bedreiging; de kans op leegstand neemt toe, o.a. doordat het online shoppen nog altijd toeneemt. Ook het bevolkingsprofiel is, gelet op de toekomst, niet erg gunstig voor het draagvlak van alle voorzieningen in Gorredijk. Bovendien liggen grotere kernen als Heerenveen en Drachten op geringe afstand van Gorredijk. Niettemin heeft Gorredijk wel een sterke basis, waar nog beter van geprofiteerd kan worden. Het water is in principe altijd een trekker en sfeerbrenger in een centrum. Dit kan in Gorredijk nog sterker ontwikkeld worden. Het horeca aanbod is beperkt; met meer terrassen is optimalisatie van de sfeer mogelijk. Hierdoor is het wellicht ook mogelijk om een sterkere verbinding tussen beide zijden van het winkelgebied te krijgen, waardoor ook de Hoofdstraat sterker bij de overige winkels betrokken wordt. Op dit moment zit de Hoofdstraat onvoldoende in de looproutes van bezoekers. In de Hoofdstraat ontbreken belangrijke trekkers, terwijl er wel leegstand aanwezig is. Daardoor is de noodzaak om naar de Hoofdstraat te gaan niet sterk genoeg aanwezig. Ook het eenrichtingsverkeer helpt hierbij niet; het is nu eenvoudig om slechts een deel van het centrum te zien en te bezoeken. Het feit dat een centrummanager aanwezig is helpt bij het zoeken naar oplossingen voor leegstaande panden, en het zo mogelijk verplaatsen van winkels of het wijzigen van de functie van winkels.

Tenslotte liggen er kansen om ook online beter zichtbaar te worden. Op dit moment komt de eigen website te laag in de zoekresultaten van Google terecht. Door de navigatie en paginering van de website te verbeteren kan Google deze beter indexeren, zodat de website voor bezoekers eenvoudiger te vinden is. Op de social media accounts kan meer aandacht worden geschonken aan de winkels, de ondernemers en hun producten.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actualisatie van de detailhandelsvisie met een plan van aanpak dient de basis te zijn voor de toekomst van Gorredijk. Hier wordt nu aan gewerkt. De toekomst van de Hoofdstraat en de invulling/ sanering van leegstand dient hierin meegenomen te worden.
- Voor Gorredijk is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of – sterker nog - versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken. In de actualisatie van de visie kan hiermee rekening gehouden worden.
- De verkeersrouting en de bereikbaarheid van de verschillende centrumdelen dient nog eens goed tegen het licht gehouden te worden.

- Het uitwerken van een sterk DNA-profiel voor Gorredijk kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers. Met de juiste marketing kan het volledige aanbod ook veel duidelijker gepromoot worden.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden door verbetering van de website GrootgelijknaarGorredijk.nl; dit verbetert de positie in de zoekmachine. Ook op social media kunnen winkels vaker getoond worden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Gorredijk liggen hier nog kansen ter verbetering.

GORREDIJK							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	89	69	78%				
m2 wvo winkels	35.851	17.479	49%				
Aantal inwoners	7.349	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,4%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,4%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v						
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v	v				
Ondersteuning daghoreca	v						
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				museum, bibliotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	4		3				
Fullservice/discount	2/1		AH, Aldi, Poiesz				
% dagelijks aanbod	17%						
Trekkers niet-dagelijks	Rinsma, Hema, Action, Expert						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		bovenlokaal					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	3.924	2.196	56%	7,6	6,8	6,3	
# vkp	8	7	88%	4,8	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	14%	14%	71%				
m2 wvo	5%	14%	81%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2015				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v	wel P-onderzoeken				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		WHI				
aanwezigheid centrummanager of id.	v						
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Eigen website laag, wel aantrekkelijk					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	Eerst verzamelsites, eigen website compleet					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Ja						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	5.977	8.554	605	13.447	3.344	3.924	35.851
vkp	21	27	4	21	8	8	89
per 1.000 inwoners	809	1.158	82	1.821	453	531	4.854
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
<b>005000 &lt;= Inwklasse &lt;007500</b>	<b>419</b>	<b>262</b>	<b>53</b>	<b>801</b>	<b>73</b>	<b>159</b>	<b>1.766</b>
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# URETERP

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Ureterp is na de hoofdkern Gorredijk de tweede kern van de gemeente Opsterland. Opsterland telt bijna 30.000 inwoners, het inwonertal van Ureterp ligt op ruim 4.800, en is de afgelopen jaren redelijk stabiel. De nadruk in de gemeente ligt vooral op het geschikt maken van de huidige woningen in plaats van op veel nieuwbouw (bron Woonvisie); de demografische ontwikkelingen zijn hiertoe aanleiding. De beperkte nieuwbouw zal vooral in de hoofdkern plaatsvinden. De verwachting is dan ook dat in Ureterp op termijn het inwonertal zal dalen; niettemin is er de afgelopen jaren wel enige nieuwbouw gepleegd. Het aandeel 65+'ers in Ureterp is met 21,6% niet veel hoger dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel nauwelijks boven het Fries gemiddelde (20,8). Er is derhalve weinig sprake van vergrijzing. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt met 30,3% zelfs boven het Fries gemiddelde van 28,5%. Er is hier derhalve ook geen sprake van ontgroening. Wat bevolkingsprofiel betreft valt Ureterp in positieve zin op in vergelijking met de overige kernen in de omgeving. De kern Ureterp ligt geografisch gezien in het noorden van de gemeente, onder de rook van Drachten (ca. 5 kilometer). De afstand tot de hoofdkern Gorredijk bedraagt zo'n 20 kilometer.

De Weibuorren (N917) is van oudsher een belangrijke doorgaande weg in Ureterp geweest, en hier bevinden zich dan ook nog altijd nagenoeg alle winkels. Ter hoogte van de Kûpersleane is aan het Lijteplein/Weibuorren een winkelconcentratie gebouwd, waar tevens de bibliotheek te vinden is. Aan de achterzijde grenst dit winkelgebied aan een woon-zorgcomplex. Belangrijke trekkers in de detailhandel zijn de supermarkten; de Coop is aan de Weibuorren gevestigd en de Poiesz ligt net buiten het winkelgebied, aan de Dokter Prakkenleane, een zijstraat van de Weibuorren. Naar moderne maatstaven zijn beide supermarkten aan de kleine kant, kleiner dan 750 m<sup>2</sup> wvo. In totaal is in Ureterp sprake van een aanbod van ruim 5.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 24 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 53% hiervan te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend zelfs

79%. Het aanbod is de afgelopen jaren enigszins teruggelopen. In Ureterp als geheel is het grootste aanbod te vinden in de groep In/Om Huis; enkele grotere aanbieders zijn op het bedrijventerrein (Hubo) of buiten de kern gevestigd (Kluswijs). Gemiddeld genomen is het aanbod in Ureterp niet overdreven groot. Naast de supermarkt zijn in de dagelijkse sector tevens enkele vers speciaalzaken en een drogisterij (DIO) vertegenwoordigd in het centrum. Er is dan ook sprake van een redelijk compleet dagelijks aanbod. Het niet-dagelijkse aanbod is beperkt; de nabijheid van Drachten speelt hier een grote rol. Het centrum van Ureterp heeft een lokale verzorgingsfunctie.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 5,5. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 4,1. Deze percentages liggen duidelijk onder het Fries en Nederlands gemiddelde. Op het moment van waarneming stonden er 2 panden in het centrum leeg. Dit betrof langdurige (tussen 1 en 3 jaar) en structurele (langer dan 3 jaar) leegstand. In het recente verleden was de leegstand groter; enkele panden zijn getransformeerd naar andere functies.

## GEBIEDSASPECTEN

Het aanbod aan winkels in Ureterp is redelijk te noemen; het is op de dagelijkse boodschappen gericht. Een bezoeker kan hier terecht voor wat hij zoekt en verwacht. Wat de bereikbaarheid van Ureterp betreft kan gesteld worden dat deze prima is. Immers, de doorgaande weg gaat door het centrum heen. Uit het in 2007 gehouden koopstroomonderzoek kwam naar voren, dat relatief weinig bezoekers van buiten Ureterp hier boodschappen komen halen.

De compactheid van het centrum van Ureterp is beperkt. Weliswaar zijn veel winkels aan of rondom de Weibuorren gevestigd, maar de afstand waarover deze winkels zich bevinden is relatief groot. Bij het Lijteplein is wel sprake van concentratie (o.a. een bakker, een slager en een drogist), maar de Poiesz zit solitair. De Coop heeft wel een gevel aan de Weibuorren, maar de entree zit aan de zijkant bij het parkeerterrein. Dit terrein is zowel bereikbaar vanaf de Weibuorren (éénrichting) als vanaf het Roggepead. Primera zit weer veel verder weg. Wat zichtbaarheid betreft is het rondom Weibuorren/Lijteplein wel goed, maar de rest van de straat en de supermarkten zijn niet of nauwelijks te zien.

Voor de sfeer in het centrumgebied van Ureterp is de aanwezigheid van groenelementen belangrijk; deze zijn in beperkte mate aanwezig. Wel oogt het Lijteplein hierin vriendelijker, en minder stenig. Bankjes om te gaan zitten ontbreken op de juiste plekken in het straatbeeld. Horeca met terras is in beperkte mate aanwezig in Ureterp; dit aanbod is conform de verwachting voor een plaats met de omvang van Ureterp. De herinrichting van de Weibuorren is met zorg uitgevoerd, zoals ook elders in de gemeente het geval is. De bomen, het type stenen en de verlichting zijn op een kwalitatief goede manier aangepakt. Overige voorzieningen zijn zoveel mogelijk in de nabijheid van het Lijteplein gevestigd. Dit betreft onder meer de bibliotheek en de tandartsenpraktijk.

Parkeren is gratis in Ureterp, en is mogelijk op het Lijteplein en langs de Weibuorren. Tevens liggen er parkeerterreinen bij de supermarkten. Op het Lijteplein geldt een regime van blauwe zone, aan de Weibuorren is dit niet het geval. Het parkeren op de stoep is niet met vakken aangegeven;



hierdoor roept het soms verwarring op. Onder de eigen bewoners is dit niet het geval; zij kennen de situatie. Kwantitatief gezien zijn er voldoende parkeerplaatsen; alleen aan het Lijteplein staat het vaak vol, vandaar dat hier dan ook een blauwe zone is ingevoerd. Fietsenklemmen zijn in de omgeving van de Weibuorren en Lijteplein voldoende aanwezig, in dezelfde stijl als de overige inrichtingselementen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De gemeentelijke detailhandelsvisie voor Opsterland dateert van 2015. Momenteel wordt gewerkt aan een update van de visie en een evaluatie van het functioneren van de centrummanagers, die in alle drie grotere kernen aanwezig zijn (geweest). In 2015 is in de visie aangegeven dat zoveel mogelijk concentratie van de voorzieningen nagestreefd zou moeten worden. Regionale afstemming over het beleid van Opsterland met andere gemeenten vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. In Ureterp is geen sprake van parkeermonitoring. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn niet aanwezig in de gemeente of in Ureterp.

In Ureterp bestaat een ondernemersvereniging, de Ondernemersvereniging Ureterp (OVU). De vereniging is niet erg actief meer; het is lastig om de ondernemers gezamenlijk in beweging te krijgen. In het verleden is hier een (parttime) centrummanager actief geweest; hiervoor bestaat nu een vacature.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Ureterp wordt de gezamenlijke website van ondernemersvereniging OVU niet gevonden door Google. Bedrijven staan summier vermeld in het startvenster. Bovenaan in Google staan verzamelsites als 123Shoppen.in en Bedrijvenpagina.nl. Deze tonen het winkelaanbod in Ureterp vrij volledig, maar zonder foto, beschrijvende tekst of link naar de website. Om te ontdekken wat er zoal te doen is in Ureterp staan bij Google eveneens verzamelsites van TripAdvisor, Zoover en Dagjeweg.nl bovenaan. De eerste verwijzen naar bezienswaardigheden buiten Ureterp. Verderop in de zoekresultaten staat de website van de OVU. Deze is onbeveiligd en de agenda is leeg.

De tijdlijn van de gezamenlijke Facebookpagina bevat enthousiaste posts van winkeliers. Niet alleen acties, maar ook berichten gericht op het creëren van interactie en delen van kennis. Er is geen gezamenlijk Instagramaccount, wel zijn enkele winkels individueel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Ureterp weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Dagelijks aanbod	Sterkte/omvang supermarkten
Parkeren	Aanbod verspreid, geen geheel
Facebookpagina	

<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Samenwerking ondernemers	Draagvlak op termijn
Website beveiligen en actief gebruiken	Nabijheid Drachten
Inzet centrummanager	Online shopping

De nabijheid van Drachten is een forse bedreiging voor het voorzieningenaanbod in Ureterp. Het aanbod is de afgelopen jaren dan ook iets teruggelopen. Niettemin is er nog sprake van een redelijk aanbod in de dagelijkse sector. De vers specialzaken bieden samen een tamelijk volledig aanbod en zitten dicht bij elkaar; de supermarkten liggen beide niet in het centrale deel en zijn relatief gering in oppervlakte. Door de ligging en de geringe omvang van de supermarkten kunnen de overige winkels slechts weinig profiteren van de kracht die supermarkten normaal gesproken in kleinere plaatsen hebben. De parkeergelegenheid ligt deels aan de achterzijde van de Weibuorren; niettemin is de mogelijkheid om bij de meeste winkels voor de deur te parkeren een positief punt voor Ureterp. Veel winkeliers zijn actief bezig met de Facebookpagina. Dit is zeer positief; het zou goed zijn als de samenwerking verder opgepakt zou kunnen worden door het verbeteren van de website. Deze is nu onbeveiligd en nauwelijks gevuld; ook een agenda is niet aanwezig. Een centrummanager zou hierin eveneens een rol kunnen spelen. Het bevolkingsprofiel van Ureterp is gunstig; niettemin zal naar verwachting ook hier op termijn het draagvlak kleiner worden. Bovendien groeit het online shoppen sterk; dit zal zich ook in de toekomst doorzetten.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actualisatie van de detailhandelsvisie met een plan van aanpak dient de basis te zijn voor de toekomst van Ureterp. Hier wordt nu aan gewerkt.
- Zoals voor veel kleinere plaatsen is het ook voor Ureterp van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of – bij voorkeur - versterkt kan worden. In de actualisatie van de visie kan hiermee rekening gehouden worden.
- De aanwezige supermarkten functioneren allebei niet optimaal; al vaker is gekeken naar mogelijke oplossingen. Het is niet eenvoudig, maar wel belangrijk om hier regelmatig opnieuw naar te kijken. De dagelijkse voorzieningen zijn van groot belang voor Ureterp.
- Het is goed om zo spoedig mogelijk weer een centrummanager voor het winkelgebied te hebben. Hij/zij kan een stimulans vormen voor de overige ondernemers, waardoor de samenwerking weer versterkt wordt. Dit is absoluut nodig voor een plaats, waar de nodige bedreigingen op af komen.
- Behalve de Facebookpagina wordt op het gebied van online-activiteiten weinig ondernomen. De aanwezige website zal actueler moeten worden, beveiligd en gevuld met informatie (en foto's) over de winkels. Hierin is nog veel te bereiken.

URETERP							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	24	19	79%				
m2 wvo winkels	5.068	2.677	53%				
Aantal inwoners	4.821	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	21,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	30,3%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v						
Compactheid winkelgebied	v	v					
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				bibliotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v	v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	2		2				
Fullservice/discount	2/0		Coop, Poiesz				
% dagelijks aanbod	34%						
Trekkers niet-dagelijks	Primera, Hubo						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	303	150	50%	4,1	6,8	6,3	
# vkp	3	2	67%	5,5	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	0%	50%	50%				
m2 wvo	0%	30%	70%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2015				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVU				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 3/5	Eigen websiteniet gevonden					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Eerst verzamelsites, eigen website lege agenda					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.735	235	211	2.584	0	303	5.068
vkp	9	2	2	8	0	3	24
per 1.000 inwoners	362	49	44	539	0	63	1.057
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# DRACHTEN - CENTRUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Drachten is de hoofdkern van de gemeente Smallingerland, en een van de vier grote kernen van de provincie Friesland. Smallingerland telt bijna 56.900 inwoners, het inwonertal van de kern Drachten ligt op 45.350, en is weer stijgende sinds de herstructurering in een aantal wijken voor een belangrijk deel is afgerond. In 2016 telde Drachten nog 44.950 inwoners. De toename van het inwonertal van de gemeente komt dan ook vooral voor rekening van de hoofdkern Drachten. De komende jaren zullen er vooral aan de noordkant van Drachten (Vrijburgh) en aan de westzijde bij Boornbergum nog woningen gebouwd worden. Naar verwachting zal het inwonertal van Drachten de komende jaren ook nog licht blijven toenemen. Het aandeel 65+'ers is in Drachten ongeveer gelijk aan het Fries gemiddelde. Het ligt wel boven het Nederlands gemiddelde. Er is derhalve sprake van beperkte vergrijzing. Het aandeel van jongeren (< 25 jaar) is in Drachten slechts iets lager dan het Fries en het Nederlands gemiddelde. Van ontgroening is nauwelijks sprake. De kern Drachten ligt geografisch gezien in het oosten van de provincie, dichtbij de provinciegrenzen van Drenthe en Groningen. De afstand tot Leeuwarden bedraagt zo'n 20 kilometer en de afstand tot de stad Groningen meer dan 30 kilometer.

In totaal is in Drachten sprake van een groot winkelaanbod van zo'n 145.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 365 winkelpanden. Een aanzienlijk deel hiervan is te vinden in het centrumgebied. In oppervlakte gerekend is 45% te vinden in het centrum, maar in winkelpanden gerekend 65%. In totaal gaat het om bijna 65.000 m<sup>2</sup> wvo in het centrum. Dit centrum is omvangrijk, en bevindt zich met name rondom 'het assenkruis', met enkele vertakkingen. Het kruis wordt gevormd door de kruising van de Zuider- en Noorderbuurt, en het Moleneind en Noord- en Zuidkade. De afstand vanaf het Museumplein via de Zuider- en Noorderbuurt naar de Vogelzang is meer dan 600 meter. Aan de zuidoostkant ligt het Raadhuisplein, waar diverse trekkers (dagelijks en niet-dagelijks) aanwezig zijn en waar flinke parkeercapaciteit ligt. In het noordwestelijke kwadrant zitten vooral supermarkten

als trekkers, eveneens met parkeergelegenheid. Bij het Raadhuisplein zijn AH en Dirk als supermarkten aanwezig, maar daarnaast zijn daar onder meer ook de Mediamarkt en de Sting gevestigd. Aan en rondom de Markt zijn de supermarkten Aldi, Lidl en Poiesz aanwezig. Vlakbij het kruis zijn onder meer H&M en de Hema gevestigd. Verder zijn er diverse niet-keten bedrijven te vinden, waardoor een aantrekkelijke mix van winkels is ontstaan. Action zit redelijk solitair aan de rand van het winkelgebied, uit het zicht. Het accent in het centrum ligt dan ook sterk op het recreatief winkelen (mode) in combinatie met het boodschappen doen (aan de rand). Het centrum van Drachten heeft een regionale verzorgingsfunctie. Sinds enige jaren is vanuit het westen het water ook weer teruggebracht in het centrumgebied. Langs het water is o.a. enige horeca gevestigd, hoewel ook elders in het centrum horeca aanwezig is. Aan de Kaden is volop ruimte voor terrassen.

Het winkelaanbod van Drachten is fors; dat geldt in feite voor alle detailhandelsgroepen. De sterke regiofunctie komt hierin ook naar voren. Drachten kende in het recente verleden een relatief hoog leegstandspercentage. Inmiddels is dit aanzienlijk gedaald; wel is veel van de leegstand nog juist in het centrumgebied te vinden, en dan vooral in het deel richting de Vogelzang, bij het Raadhuisplein (zuidelijk deel, en doorgang richting Dirk) en het Moleneind/Markt. Gelet op het aantal meters is 60% van de leegstand in het centrumgebied te vinden, gelet op het aantal panden is dat 75%. Het percentage leegstand bedraagt nu 7,1 in m<sup>2</sup> wvo en 8,2 in aantal winkelpanden; hiermee liggen deze percentages nog wel boven het Nederlands en Fries gemiddelde. Een aanzienlijk deel van de leegstand (ruim 1/3) staat bovendien structureel (langer dan 3 jaar) leeg.

## GEBIEDSASPECTEN

Er is in het centrum van Drachten volop variatie aan winkels aanwezig, waarbij er zowel sprake is van dagelijks aanbod als van niet-dagelijks aanbod. Ook is er een mix van ketenbedrijven en niet-gebonden winkels, waarbij de verschillende groepen (Mode & Luxe, Vrije Tijd, In/Om huis) goed vertegenwoordigd zijn. Wel is sprake van de nodige leegstaande panden. De leegstand is geconcentreerd op twee locaties. Vooral het meest noordelijke deel heeft het de afgelopen jaren lastig gekregen; de sterke ontwikkeling van het Raadhuisplein heeft hierin meegespeeld. Kwalitatief gezien zitten in het deel tussen de Vogelzang en de Kleine Beurs vooral winkels in het lagere segment met aanzienlijk minder trekkracht. Ook zitten hier winkels die doelgericht bezocht worden zoals de Expert. In de hele Noorderbuurt zitten nogal veel 'middle of the road'-aanbieders, die zich lastig kunnen onderscheiden. Juist dit segment heeft het moeilijk; hier is een deel van de leegstand te vinden.

Het winkeldeel met de grootste trekkracht bevindt zich rondom het assenkruis; hier zijn onder meer ook Blom mode, Van der Zee, Beintema en Hemmes schoenen gevestigd. De doorsteken naar het Raadhuisplein zijn nog niet allemaal optimaal ingevuld; toch zitten hier diverse trekkers, die wel druk bezocht worden, zoals Sting, Mediamarkt en boekhandel Van der Velde. Alle winkels rondom het Raadhuisplein (inclusief de supermarkten) opereren in feite samen aan het plein, maar zijn nog te weinig verbonden met de rest van het centrum. Bovendien is ook hier sprake van leegstand; met name het deel vlakbij Mediamarkt en het deel tussen de Mediamarkt en Dirk lijkt het lastig te

hebben. Het Raadhuisplein is zeker een belangrijk bronpunt, maar de uitwisseling met de rest van het winkelgebied is voor verbetering vatbaar. De looproutes en de zichtlijnen zijn hier nog onvoldoende ingevuld en aangegeven. De relatief smalle stegen maken het ook niet makkelijk, maar er dienen nog wel keuzes gemaakt te worden hoe de verbindingen versterkt moeten worden. De overige looproutes en zichtlijnen in het centrum zijn prima.

De bereikbaarheid van het centrum van Drachten is prima; overal staat het centrum duidelijk aangegeven, en het ligt centraal in de plaats. Ook aan de inrichting van de openbare ruimte is te merken dat je het centrumgebied nadert. De inrichting is (deels) tamelijk nieuw, en ziet er goed uit. Er is volop groen en de bestrating is goed verzorgd. Het Moleneind is nieuw ingericht nadat het water is teruggebracht. Ook op en rondom het Raadhuisplein is de inrichting nieuw. Er is gebruik gemaakt van kwalitatief hoogwaardige materialen. Ook is sprake van relatief veel groen, zowel in de winkelstraten als aan de Kaden. Het Raadhuisplein oogt wel erg groots en stenig, waarbij de route naar de rest van het centrum niet goed duidelijk is. Elke donderdag en zaterdag wordt hier de weekmarkt gehouden, wat enige beperkingen oplegt aan de inrichting van het plein. De compactheid van het winkelgebied van Drachten is redelijk; de afstanden zijn relatief groot en er zijn 'achterliggende' winkelgebieden.

De sfeer en gezelligheid in het centrum van Drachten zijn mede door het terugbrengen van het water verbeterd. Het Carillon is een herkenbaar centraal punt in Drachten, en dit geeft Drachten ook een eigen gezicht. Rondom het assenkruis, langs het water en aan de Kaden is sprake van enige concentratie van daghoreca. Aan het Raadhuisplein beperkt het zich tot de Graancirkel, een vernieuwend concept. Ook elders is wel enig horeca-aanbod in de winkelstraten te vinden. Het aantal bankjes om even te gaan zitten is beperkt aanwezig; bij het water zijn wel zitvoorzieningen in de openbare ruimte aangebracht. Toeristische voorzieningen zijn niet aanwezig in het centrum, maar andere voorzieningen, zoals het gemeentehuis, de schouwburg en de bibliotheek, zijn in het centrum gelegen. Dit gegeven is een sterke aanvulling voor de detailhandel.

Zoals hiervoor al aangegeven is sprake van volop parkeergelegenheid op diverse plaatsen, hoofdzakelijk betaald parkeren. Naast begane grond parkeren zijn er in Drachten ook twee parkeergarages met een forse capaciteit. Deze garages liggen beide in het zuidoost- kwadrant bij het Raadhuisplein. Ook bij de Markt (en de supermarkten) is sprake van veel parkeerplaatsen. Bij de AH aan het Kyriat Onoplein ligt eveneens een groot parkeerterrein (deels blauwe zone). De nadruk van de parkeercapaciteit ligt in het zuidelijk deel van het centrum. Aan de Noordzijde, bij de Vogelzang, ligt evenwel ook een groot, nieuw, parkeerterrein. Wat kwaliteit betreft is duidelijk het verschil waar te nemen tussen de nieuwe locaties en de (veel) oudere. Lang-parkeren (en gratis) is mogelijk op locaties iets verder van het centrum af, zoals de Leerlooierstraat en de Gauke Boelensstraat. Kwalitatief gezien gaat het om goede parkeerplaatsen; het betreft veel nieuwe pleinen en garages. Drachten heeft vlakbij het busstation een overdekte fietsenstalling. Deze ligt op enige afstand van het winkelen en is vooral op busreizigers gericht. In het centrum zelf staan fietsen op verschillende plekken in de straten. Nietjes of andere stallingen ontbreken grotendeels.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Smallingerland is aanwezig; in 2015 heeft nog een actualisatie plaats gevonden. De gemeente is voornemens om in 2019 te starten met de opstelling van een nieuwe visie voor de komende jaren. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. Ten aanzien van het parkeren is in Drachten een beleidsvisie aanwezig; monitoring vindt continu plaats. Het parkeerbeleid wordt geëvalueerd. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn in Drachten niet aanwezig.

In Drachten is een ondernemersvereniging actief, de Ha & Ie. Ze zijn sinds kort met een nieuw bestuur actief bezig, en praten regelmatig mee over diverse onderwerpen die het centrumgebied aangaan. Momenteel wordt samen met de gemeente een initiatief voor Keurmerk Veilig Ondernemen opgestart. Sinds 2017 heeft Drachten een ondernemersfonds, met een stichting voor de verdeling van de gelden. Het fonds wordt middels reclamebelasting gevuld; de besteding is vooral aan diverse activiteiten. Tevens is al sinds 2015 een centrummanager actief in Drachten; de opdrachtgever hiervan is de ondernemersvereniging. De manager wordt vanuit subsidie bekostigd.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Drachten krijgt hij/zij hiervan geen goed beeld. Er is een promotiewebsite [dwjm.nl](http://dwjm.nl). De eerste zoekresultaten verwijzen naar [123Shoppen.nl](http://123Shoppen.nl) en [Openingstijden.nl](http://Openingstijden.nl), die beperkt inzicht geven in het winkelaanbod. De promotiewebsite meldt op de centropagina kort dat het leuk winkelen is, maar laat geen winkels zien. De website van de winkeliersvereniging somt de namen van de winkels op, maar zonder links of gegevens. Deze site is bovendien niet vindbaar op Google. Op de vraag wat er zoal te doen is in Drachten krijgt de bezoeker betere resultaten. Verzamelsites als TripAdvisor, Dagjeweg en Zoover verschijnen bovenaan in Google. Zij geven een volledig en aantrekkelijk beeld van de bezienswaardigheden in en om Drachten. Onderaan in Google verschijnt [dwjm.nl](http://dwjm.nl) met een aantrekkelijk vormgegeven evenementenkalender.

Er zijn twee gezamenlijke Facebookpagina's. De pagina "Drachten wil je meemaken" heeft vooral bestuurlijke berichten, de pagina "HA&IE Winkeliersvereniging Drachten" toont evenementen en Open Zondagen. Geen van deze accounts brengt winkels, ondernemers of individuele aanbiedingen in beeld. Het gezamenlijke Instagramaccount [@winkelsdrachten](https://www.instagram.com/@winkelsdrachten) brengt wel winkeliers en winkelbezoekers met hun verhaal op een leuke en ongedwongen manier in beeld. Er zijn nu dus meerdere websites en meerdere social media accounts, die deels eenzelfde doel lijken te hebben. Het is aan te bevelen om één van de websites in te zetten om een compleet en aantrekkelijk beeld van het winkelaanbod in Drachten te geven. Hierop zouden dan duidelijke links naar de social media accounts geplaatst kunnen worden.



## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het centrumgebied van Drachten weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Gevarieerd aanbod	Raadhuisplein te solitair functionerend
Supermarkten tegen centrum aan	Noordelijk centrumdeel zwakker
Goed bereikbaar, veel parkeren	Soms storende leegstand
Aanwezigheid centrummanager	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Website van winkeliers	Spreiding trekkers over centrum, is matig, noordelijk deel zwakker
Groei inwonertal, jongeren	
Samenwerking	

Het winkelaanbod van de kern Drachten kan als gevarieerd worden gekwalificeerd. Er zijn diverse grote ketenbedrijven aanwezig, maar ook zijn er volop kwalitatief goede zelfstandige ondernemers. Een positief gegeven is dat diverse supermarkten direct in of tegen het centrum aan gevestigd zijn. In het noordelijk deel van de Noorderbuurt is het aanbod minder gevarieerd; hier zijn veel ketens uit het midden- en lagere segment te vinden, die het soms zichtbaar lastig hebben. De leegstand is hier duidelijk aanwezig. Het winkelgebied is wel compact, maar groot. De bezoeker zal keuzes maken voor te bezoeken delen van het centrum. Het Raadhuisplein functioneert hierbij niet volledig mee in het aanbod. Het ligt verscholen achter de Zuiderbuurt, maar het vormt wel een heel belangrijk bronpunt. De goede bereikbaarheid van het centrum en de ruime hoeveelheid parkeerplaatsen zijn duidelijk een plus; wel ligt ook voor het parkeren het zwaartepunt in het zuidelijke deel.

Op het gebied van de social media, en dan met name de website, ligt er zeker een kans voor het centrum van Drachten. De winkels zijn nu nagenoeg onvindbaar op de gezamenlijke websites. Daar is veel meer uit te halen dan op dit moment gebeurt. Hierin blijft het winkelgebied achter bij het verwachtingspatroon voor een plaats met de omvang van Drachten.

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente actualisatie dateert van 2015; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen. De gemeente is voornemens om op korte termijn te starten met een nieuwe visie voor de hele gemeente.
- De afgelopen jaren is fors geïnvesteerd in het centrumgebied van Drachten, en niet zonder resultaat. Niettemin is nog sprake van te hoge leegstandscijfers. Het oplossen van de structurele leegstand zal immer een prioriteit moeten zijn. In bepaalde delen is de leegstand storend aanwezig in het winkelbeeld. Sanering van winkelmeters, mogelijk met een strategisch saneringsfonds, is wenselijk.
- Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact(er) centrum nodig. Het winkelgebied is behoorlijk uitgewaaierd over een groot gebied, waarbij de afgelopen jaren enige verschuivingen zijn ontstaan. In sommige delen is (actieve) functiewijziging of verplaatsing wellicht een optie. Een stimuleringsregeling kan hierbij ondersteuning bieden.
- De verbindingen tussen het Raadhuisplein en de Zuiderbuurt kunnen duidelijker en aantrekkelijker gemaakt worden. Hierdoor wordt het mogelijk om meer een geheel van het centrum te maken. Een 'warmere' aankleding van het Raadhuisplein brengt in dit deel van het centrum meer sfeer, en passend bij de rest van het centrum.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden door bijvoorbeeld één website specifiek voor de winkels en het shoppen in te richten, waarbij de winkels en ondernemers duidelijk in beeld worden gebracht en waar de nodige concrete informatie wordt gegeven.

DRACHTEN - CENTRUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	365	236	65%				
m2 wvo winkels	144.955	64.719	45%				
Aantal inwoners	45.353	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	20,9%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,0%	kern Drachten		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten			v	schouwburg, gemeentehuis			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	5		5	2e AH rand			
Fullservice/discount	3/2			AH, Aldi, Dirk, Lidl, Poiesz			
% dagelijks aanbod	14%						
Trekkers niet-dagelijks	Sting, Mediamarkt, H&M, Hema						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v				
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR % (2019)</b>	
m2 wvo	14.934	8.889	60%	7,1	6,8	6,3	
# vkp	57	43	75%	8,2	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>frictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	35%	30%	35%				
m2 wvo	25%	34%	41%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2015 actualisatie				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		Ha&le				
aanwezigheid centrummanager of id.	v						
aanwezigheid retailregelingen?		v	Ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	eigen site laag bij zoekresultaten en weinig inzicht					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	weliswaar verzamelites, maar wel goede informatie					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Ja						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	20.789	27.378	11.587	63.238	7.029	14.934	144.955
vkp	76	95	28	85	24	57	365
per 1.000 inwoners	460	606	257	1.400	156	331	3.210
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
<b>030000 &lt;= Inwklasse &lt;050000</b>	<b>405</b>	<b>416</b>	<b>104</b>	<b>938</b>	<b>80</b>	<b>252</b>	<b>2.194</b>
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# DRACHTEN – DE DRAIT

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Drachten is de hoofdkern van de gemeente Smallingerland, en een van de vier grote kernen van Friesland. Smallingerland telt bijna 56.900 inwoners, het inwonertal van Drachten ligt op 45.350. De komende jaren zullen er vooral aan de noord- en westkant van Drachten (Vrijburgh en Boornbergum) nog woningen gebouwd worden. De wijk waarin winkelcentrum de Drait ligt, ligt in het westelijke deel van Drachten. In de directe omgeving van de Drait is geen nieuwbouwactiviteit meer. Het winkelcentrum ligt aan de Eems, de centrale route door de wijk. Het winkelcentrum vervult primair een functie voor de wijken De Drait, De Trisken en de nieuwe wijk Himsterhout. Hier wonen nu ca. 11.600 mensen; dit aantal zal de komende jaren vrijwel stabiel blijven. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) is groot, nl. 30,6%; dit percentage ligt boven het Fries en Nederlands gemiddelde. Het aandeel 65+'ers in deze wijken is kleiner dan gemiddeld, namelijk 16,5%; in Drachten is dit 20,9%.

De belangrijkste trekkers voor het wijkwinkelcentrum zijn de twee supermarkten; er is een Jumbo en een Lidl aanwezig, een fullservice-supermarkt en een discounter. De Lidl gaat binnenkort uitbreiden. In totaal is in het winkelcentrum de Drait een winkelaanbod van ruim 4.800 m<sup>2</sup> wvo aanwezig, verdeeld over 15 winkelpanden. Zo'n 60% van het aanbod wordt ingenomen door de dagelijkse sector. Het is dan ook vooral een boodschappencentrum. Het winkelcentrum heeft een overdekt gedeelte, met daarin de beide supermarkten. Maar ook aan de buitenzijde, de kant van het parkeerterrein, zijn winkels gevestigd.

Het winkelaanbod van de Drait betreft vooral aanbod in de dagelijkse sector, inclusief een DA-drogist. Aanvullend zijn onder meer een dierenpeciaalzaak en TerStal aanwezig; Blokker is gesloten (en al weer gevuld). Aan de buitenkant, los van het winkelcentrum, is een fietswinkel gevestigd. Er is geen sprake van leegstand; alle panden zijn gevuld.

## GEBIEDSASPECTEN

De kwaliteit en de variatie in de dagelijkse sector zijn prima. Er is een fullservice-supermarkt aanwezig van voldoende omvang, en de discounter gaat vergroten. Aanvullend zijn onder meer een bakker, een slager en een drogist aanwezig. Daarnaast zijn er diverse winkels te vinden, die vooral gericht zijn op de frequent benodigde niet-dagelijkse goederen. Het detailhandelspakket is hiermee voldoende gevarieerd aanwezig. De looproutes en zichtlijnen zijn duidelijk; zowel de winkels als de entree tot de passage zijn goed aangegeven. De toegangen tot de supermarkten liggen in de overdekte passage; de supermarkten zelf worden niet of nauwelijks aangegeven, en zijn niet direct zichtbaar.

De bereikbaarheid van het winkelcentrum is prima; het ligt centraal in de wijk, aan een belangrijke ontsluitingsweg. De compactheid van het winkelcentrum is goed; de meeste winkels liggen vlakbij elkaar, alleen de fietsenzaak zit erbuiten. Het centrum is min of meer haaks om het tankstation heen gebouwd, waardoor de zichtbaarheid en herkenbaarheid vanuit zuidelijke richting beperkt is. Ook de route vanaf het P-terrein bij de fietsenzaak (en ook voor Lidl bestemd) is onduidelijk. De inrichting van de openbare ruimte ziet er goed verzorgd en onderhouden uit. Er is bij de aanpassingen in de openbare ruimte 10 jaar geleden gebruik gemaakt van veel groen, en bij de aanpassing van het parkeerterrein is gebruik gemaakt van diverse kleuren. De parkeervakken en de rijbaan zijn goed herkenbaar. Het overdekte gedeelte van het centrum ziet er naar behoren uit. De (dag)horeca bestaat voornamelijk uit een (luxere) snackbar. Het centrum ziet er modern uit; het doet zeker niet ongezellig aan. Niettemin komen de meeste bezoekers om snel hun boodschappen te halen.

Het parkeren is 10 jaar geleden geoptimaliseerd. Kwalitatief zien de parkeerlocaties er goed uit en de afmetingen van de parkeervakken zijn redelijk. Het probleem van het centrum zit vooral in het aantal parkeerplaatsen en de verdeling van de parkeerplaatsen over het noordelijk en zuidelijk deel. Met straks twee grote supermarkten zal dit probleem zo mogelijk nog groter worden. Bezoekers zullen vaak moeten zoeken naar een plaats, waarbij het manoeuvreren niet altijd even makkelijk gaat binnen het zo efficiënt mogelijk ingerichte parkeerterrein. Bij de sporthal/fietsenzaak (zuidzijde) liggen ook parkeerplaatsen, maar de afstand hier naartoe is met een winkelkarretje best lang, en ook de sporthal heeft parkeerplaatsen nodig. Fietsenklemmen zijn volop aanwezig bij de entree van het winkelcentrum en bij de overige winkels.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Smallingerland is aanwezig; in 2015 heeft nog een actualisatie plaats gevonden. De gemeente is voornemens om in 2019 te starten met de opstelling van een nieuwe visie voor de komende jaren. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. Voor wijkcentrum De Drait is geen sprake van echte monitoring van het

parkeren. Wel wordt de situatie in de gaten gehouden. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn in Drachten niet aanwezig, dus ook niet in de Drait.

In de Drait is geen ondernemers- of winkeliersvereniging actief. Er is evenmin een centrum-manager aanwezig.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in de Drait dan herkent Google het winkelcentrum en geeft vervolgens een Google Mijn Bedrijf-profiel weer. Dit profiel wordt evenwel niet beheerd, de website verwijst naar jachtcharterbedrijf De Drait. Diverse verzamelsites geven een overzicht van de openingstijden van enkele hier gevestigde winkels. Foto's, beschrijvingen en logo's ontbreken. Er is derhalve geen gezamenlijke website. Op de vraag wat er zoal te doen is in of bij het winkelcentrum vindt Google geen activiteitenkalender van het winkelcentrum. Google toont eerst resultaten van Tripadvisor en Dagjeweg.nl met algemene bezienswaardigheden in en om Drachten. Daarna volgt de website van de gelijknamige jachthaven en de evenementenkalender van geheel Drachten op dwjm.nl. Er is nog een oude gezamenlijke Facebookpagina met 5 likes uit 2012 en een meer recente pagina met 99 likes. Ook deze laatste wordt nauwelijks gebruikt. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig. De winkels zijn evenmin individueel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van de Drait in Drachten weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Fullservice en discount supermarkt aanwezig	Online niet zichtbaar
Goed bereikbaar	Parkeergelegenheid
Volledig dagelijks en beperkt aanvullend pakket aanwezig	Geen winkeliersvereniging

<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Website en/of social media accounts van winkeliers samen	Groei online aankopen
Jonge bevolking, toename	Te weinig onderlinge samenwerking

---

Wijkcentrum de Drait is een functioneel winkelcentrum. Het aanbod is goed afgestemd op de omgeving, en met de uitbreiding van Lidl nog beter. Het succes van het centrum legt veel druk op de parkeersituatie; dit kan een lastig punt worden op termijn. Voor een boodschappencentrum is parkeren heel belangrijk. Het aanvullende pakket biedt de bezoeker van het centrum ook de mogelijkheid om andere vaak benodigde goederen aan te schaffen; wel zal naar verwachting het accent meer richting de dagelijkse sector verschuiven. Het is opvallend is dat het centrum niet over een eigen website beschikt. Het zou goed zijn om het Google Mijn Bedrijf-profiel te claimen om het dan ook volledig in te vullen. Het is te overwegen om een gezamenlijke website te ontwikkelen om zo een compleet beeld van het winkelaanbod, met o.a. openingstijden, te kunnen geven. Juist in een jonge buurt is dit van belang. De social media kan hier dan ook aan gekoppeld worden. Door het ontbreken van een vereniging komt dit lastig van de grond; ook acties kunnen zo niet gecommuniceerd worden.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente actualisatie dateert van 2015; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen. Mogelijk dat hiermee in 2019 een aanvang wordt genomen.
- Met de vergroting van Lidl kennen de supermarkten een moderne oppervlakte. De bereikbaarheid is in principe goed, maar de entree van Lidl ligt op relatief grote afstand van het parkeerterrein.
- Het parkeren is niet optimaal; het totale aantal rondom het centrum is wel redelijk voldoende, maar de verdeling is niet goed. Hierdoor ligt de druk op het hoofdterrein al snel te hoog. Ook de looproute vanaf het terrein voor de fietsenzaak naar de entree van het winkelcentrum is niet logisch, en slecht zichtbaar. Met een vergroting van Lidl zal de druk verder toenemen. Niet duidelijk is in hoeverre bij de nieuwe plannen het parkeren ook wordt verbeterd. Parkeermonitoring, gericht op parkeer-bezettingsgraden, is wenselijk.
- Er is geen winkeliersvereniging aanwezig. Dit zal deels de oorzaak zijn van het ontbreken van een goede website en social media accounts. Zowel samenwerking als online zichtbaarheid zijn erg belangrijk, en dit belang zal de komende tijd alleen maar toenemen. Het online weergeven van minimale informatie als openingstijden is een must; daarnaast biedt het de ondernemers ook een meerwaarde door gezamenlijk te opereren.

DRACHTEN - DE DRAIT							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	15	15	100%				
m2 wvo winkels	4.825	4.825	100%				
Aantal inwoners	11.635	stijgend/ gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	16,5%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	30,6%	Drachten-West		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v	v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				school, sporthal, apothek			
Parkeergelegenheid kwantitatief	v			onevenredig verdeeld			
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	2		2				
Fullservice/discount	1/1		Jumbo, Lidl				
% dagelijks aanbod	60%						
Trekkers niet-dagelijks	DA, TerStal						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR % (2019)</b>	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2015				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v					
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Herkenning winkelcentrum, geen gegevens					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 2/5	Verzamelsites met info over Drachten					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	2.873	387	106	1.459	0	0	4.825
vkp	9	2	1	3	0	0	15
per 1.000 inwoners	247	33	9	125	0	0	415
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564



# DRACHTEN – DE WIKEN

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Drachten is de hoofdkern van de gemeente Smallingerland, en een van de vier grote kernen van Friesland. Smallingerland telt bijna 56.900 inwoners, het inwonertal van Drachten ligt op 45.350. De komende jaren zullen er vooral aan de noord- en westkant van Drachten (Vrijburgh en Boornbergum) nog woningen gebouwd worden. De wijk waarin winkelcentrum de Wiken ligt, ligt in het oostelijke deel van Drachten. Hier heeft de afgelopen jaren renovatie van woningen plaatsgevonden. Het winkelcentrum ligt op de hoek van de Middewijk en Dwarswijk. Het vervult een functie voor de wijken De Wiken en De Venen. Hier wonen nu ca. 8.400 mensen; dit aantal zal de komende jaren vrijwel stabiel blijven. Mede door de renovatie zijn er veel jongeren in de wijken (met name de Wiken) komen wonen. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt met 28,3% vrijwel op het Fries en Nederlands gemiddelde; het aandeel 65+'ers is in deze wijken kleiner dan gemiddeld, namelijk 18,5%; in Drachten is dit 20,9%.

De belangrijkste trekkers voor het wijkwinkelcentrum zijn de supermarkten; er zijn twee fullservice-supermarkten gevestigd, een AH en een Poiesz. In totaal is in het winkelcentrum de Wiken een winkelaanbod van ruim 2.600 m<sup>2</sup> wvo aanwezig, verdeeld over 9 winkelpanden. Bijna 90% van het aanbod wordt ingenomen door de dagelijkse sector. Het is dan ook een echt boodschappencentrum. In de Wiken is dit nog sterker het geval dan in de andere wijkcentra van Drachten, te weten de Noorderpoort en de Drait. Het winkelcentrum bestaat in feite uit een oud en een nieuw gedeelte; Poiesz, de bakker en apotheek zien er prima uit, de overkant (met o.a. Kruidvat) is sterk verouderd.

Het winkelaanbod van de Wiken zit vooral in de dagelijkse sector, inclusief een Kruidvat, maar aanvullend zijn er ook nog enkele winkels aanwezig. Dit zijn geen ketens; het betreft onder andere een bloemenwinkel. Er staan in totaal 2 panden leeg, waaronder het pand waar Bike Totaal

gevestigd was. Het leegstandspercentage is gemeten naar het aantal meters uiterst gering, namelijk 1,9%. Vanwege het geringe aantal aanwezige verkooppunten ligt het percentage gemeten naar aantal panden juist heel hoog, op ruim 16%. De leegstand valt wel op. Het betreft overigens frictieleegstand; ze staan nog relatief korte tijd (< 1 jaar) leeg.

## GEBIEDSASPECTEN

De Poiesz-supermarkten heeft zich de afgelopen jaren versterkt; deze is meer up-to-date gemaakt en ziet er goed uit. Hierbij is ook de parkeergelegenheid uitgebreid en vernieuwd. De AH-supermarkt ligt aan de andere zijde bij het tweede parkeerterrein; dit deel oogt erg gedateerd. Het verdere aanbod is heel beperkt. Zo is er nog een bakker, bloemenzaak en kaartenwinkel aanwezig. Op dagelijks gebied heeft de bezoeker voldoende aanbod, hoewel een discounter ontbreekt. Het dagelijks aanbod is verantwoordelijk voor 89% van het totale aanbod. Het aanbod van winkels in de niet-dagelijkse sector is met name gericht op de frequent benodigde goederen. De looproutes en zichtlijnen zijn duidelijk; de te lopen afstanden zijn niet groot. Via een kleine overdekte passage/gang kan de bezoeker van de ene naar de andere kant lopen. Het is een van oorsprong naar binnen gericht winkelgebied; de zichtbaarheid van de winkelpanden bij aankomst is dan ook beperkt.

De bereikbaarheid van het winkelcentrum is prima; het ligt redelijk centraal in de wijk, bij een ontsluitingsweg. Bovendien is er een school vlakbij. De compactheid van het winkelcentrum is prima; alles zit vlakbij elkaar. De inrichting van de openbare ruimte aan de buitenzijde van het winkelcentrum is aan de oostzijde met de parkeergelegenheid aangepakt en ziet er vernieuwd en goed uit. De west- en binnenzijde van het centrum is hiermee sterk in contrast; dit oogt verouderd, evenals de doorgangssteeg naar het parkeren. Deze steeg is niet schoon. Afgezien van een cafetaria – in eveneens een gedateerd gebouw - is er geen andere (dag)horeca aanwezig.

Sfeer en gezelligheid is lastig voor een boodschappencentrum als de Wiken. Door het gebruik van de lichte straatstenen aan de zuidkant, het aanwezige groen en de terrasmogelijkheid bij de cafetaria is het maximale gedaan. Het oogt deels vriendelijk en fris.

De parkeergelegenheid was lange tijd verouderd en te beperkt, zowel kwantitatief als kwalitatief. Sinds de vernieuwing zijn de nodige plaatsen toegevoegd. Het aantal lijkt voldoende te zijn en ook kwalitatief is (deels) sprake van een verbetering. Fietsenklemmen zijn volop aanwezig bij de entrees van de supermarkt en het winkelcentrum.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Smallingerland is aanwezig; in 2015 heeft nog een actualisatie plaats gevonden. De gemeente is voornemens om in 2019 te starten met de opstelling van een nieuwe visie voor de komende jaren. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie over

het detailhandelsbeleid. Voor wijkcentrum De Wiken is geen sprake van echte monitoring van het parkeren, maar sinds de vernieuwing van de parkeerplaats functioneert deze goed. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn in Drachten niet aanwezig, dus ook niet in de Wiken.

In de Wiken is geen ondernemers- of winkeliersvereniging actief. Er is evenmin een centrum-manager aanwezig.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in de Wiken dan herkent Google het winkelcentrum wel. Google laat een kaartvenster zien met enkele hier gevestigde winkels en het Ecoparkje. Er is geen gezamenlijke website; Google toont enkele nieuwsberichten en verzamelsites zoals Funda en Drimble. Op de vraag wat er zoal te doen is in of bij het winkelcentrum vindt Google geen activiteitenkalender van het winkelcentrum. Bovenaan staan resultaten van Tripadvisor en Dagjeweg.nl met algemene bezienswaardigheden in en om Drachten. Een gezamenlijke Facebook- of Instagramaccount is evenmin aanwezig. De meeste winkels zijn individueel wel actief op Facebook, op Instagram niet.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van de Wiken in Drachten weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Twee supermarkten aanwezig	Geen discounter aanwezig
Goed bereikbaar	Uitstraling 'oude' deel
Deels verbeterde parkeersituatie	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Website en/of social media accounts van winkeliers samen	Groei online aankopen
Stabiel inwonertal, geen vergrijzing	Toenemende leegstand

---

---

Wijkcentrum de Wiken is een boodschappencentrum, dat als zodanig goed functioneert en tegemoetkomt aan de verwachtingen van de bezoeker. Het accent ligt sterk op de dagelijkse boodschappen. De aanwezigheid van twee grote supermarkten en de uitbreiding en vernieuwing van de parkeergelegenheid zijn ook voor de toekomst erg belangrijk. Het is jammer dat er geen discounter aanwezig is, maar tussen de AH en Poiesz zijn wel duidelijke verschillen in formule. Het winkelcentrum is dankzij de centrale ligging in de wijken uitstekend bereikbaar. Kansen voor het winkelcentrum liggen in een goede onderlinge samenwerking tussen de ondernemers, waardoor hun zichtbaarheid op het web sterk kan verbeteren. Op dit moment zijn de winkels online slecht te vinden; eventuele activiteiten en acties worden ofwel niet georganiseerd ofwel niet gezamenlijk gecommuniceerd. De dreiging van toenemende leegstand (met name in het oude deel) is aanwezig; in de niet-dagelijkse sector (zoals een fietsenzaak) is het lastig in een wijk als De Wiken.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente actualisatie dateert van 2015; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen. De gemeente is voornemens om in 2019 te starten met een nieuwe visie.
- Er is sprake van een grote discrepantie tussen het 'oude' en het 'nieuwe' deel van het winkelcentrum. Het nieuwe deel, inclusief bakker, ziet er goed uit; het oude mist sfeer en uitstraling. Bovendien zit hier leegstand. Een heroverweging van de toekomstige mogelijkheden zullen deel moeten uitmaken van een toekomstige detailhandelsvisie.
- In de inrichting van de openbare ruimte en het parkeerterrein komt het verschil in uitstraling ook naar voren. Een moderniseringsslag is hier gewenst.
- Een website, social media accounts en een ondernemersvereniging ontbreken. Het is hier ieder voor zich. Op een plek waar twee (concurrerende) supermarkten de belangrijkste winkels zijn met verder een beperkt aanbod is het lastig om gezamenlijk iets op te pakken. Toch is dit juist voor het overige aanbod van groot belang; online kan de consument geprikkeld worden om naar een winkel in de buurt te gaan.

DRACHTEN - DE WIKEN							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	9	9	100%				
m2 wvo winkels	2.657	2.657	100%				
Aantal inwoners	8.395	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	18,5%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,3%	De Wiken en De Venen		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v	v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving	v						
Inrichting openbare ruimte	v		v	verschil oost- en westzijde			
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				apotheek, school			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief	v		v	verschil oost- en westzijde			
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	2		2				
Fullservice/discount	2/0		AH, Poiesz				
% dagelijks aanbod	89%						
Trekkers niet-dagelijks	Kruidvat						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR % (2019)</b>	
m2 wvo	243	243	100%	1,9%	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	16,7%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	100%	0%	0%				
m2 wvo	100%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2015				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v					
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	het winkelcentrum wordt herkend					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Geen resultaten					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detaalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	2.352	0	0	62	0	243	2.657
vkp	6	0	0	1	0	2	9
per 1.000 inwoners	280	0	0	7	0	29	316
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detaalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# DRACHTEN – MLK BOULEVARD

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

De Woonboulevard aan de MLK-singel in Drachten vervult een functie voor Drachten, Smallingerland en de regio. Smallingerland telt bijna 56.900 inwoners, het inwonertal van Drachten ligt op 45.350. De komende jaren zullen er nog woningen gebouwd worden, zodat het inwonertal voorlopig nog iets kan toenemen. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) in Drachten ligt met 28% net iets onder het Fries en Nederlands gemiddelde; het aandeel 65+'ers ligt in Drachten nagenoeg op het Fries gemiddelde, en iets hoger dan het Nederlands gemiddelde. Grote verschillen met het landelijke beeld zijn er niet.

De Woonboulevard is opgezet als een grootschalig perifeer winkelgebied, met winkels van grote omvang in met name de hoofdbranche In/Om Huis, zoals de DHZ-branche en de woonbranche. Ook nu nog bestaat het aanbod vrijwel uitsluitend uit aanbieders in deze groepen. In totaal is het winkelaanbod ruim 31.000 m<sup>2</sup> wvo groot, verdeeld over 21 winkelpanden. De Woonboulevard ligt met de achterzijde aan de A-7, en is daarvandaan ook redelijk goed zichtbaar. De winkels liggen allen naast elkaar in een lang lint, met parkeermogelijkheden over de volle breedte aan de voorzijde.

Zelfstandige ondernemers zijn nauwelijks aanwezig, het gaat vooral om ketenbedrijven. Bekende namen zijn onder meer Praxis, Gamma, Welkoop, Beter Bed, en Kwantum. In een losstaand gebouw op de hoek met de Burg. Wuiteweg is onlangs Baby Planet geopend. Volgens Locatus zou er nog sprake zijn van 3 leegstaande panden, maar deze zijn inmiddels gevuld (waaronder Baby Planet). Er is dus geen sprake van leegstand.

## GEBIEDSASPECTEN

Het aanbod van de Woonboulevard is strikt binnen de afgesproken PDV-branches gebleven. Daardoor is meteen duidelijk wat er zit, en wat de bezoeker kan verwachten. De benaming is inmiddels ook **woon**-boulevard geworden. Niettemin zijn er ook nog aanbieders in andere branches van de groep In/Om huis aanwezig, maar het merendeel van de aanbieders is actief in de woonbranche. In het aanbod is sprake van behoorlijke variatie, maar veel winkels bewegen zich in het midden- en lagere segment.

De bereikbaarheid van het winkelgebied is in orde; het ligt aan de MLK-singel, die in feite de zuidelijke ringweg om Drachten is. Zoals vaak bij dit type winkelgebieden ligt het aan de rand van de bewoning. Vanaf de snelweg ligt de Woonboulevard niet direct bij een afslag. De route ernaar toe is prima aangegeven, maar vanaf de oost- en westzijde is het een eindje doorrijden. De zichtbaarheid is uitstekend. Het winkelgebied ligt over de volle breedte, zodat alle winkels optimaal te zien zijn. Bovendien is vanaf de snelweg ook duidelijke signing te zien. De compactheid van dit doelgericht te bezoeken winkelgebied is eveneens goed; alle winkels zitten direct aansluitend aan elkaar. De inrichting van de openbare ruimte is bij dit type winkelgebieden vaak niet goed verzorgd, maar hier is dat anders. Het is goed onderhouden en de auto's zijn door groene hagen veelal aan het zicht onttrokken. Op diverse plaatsen zijn fietsenklemmen aanwezig. Ter ondersteuning is in beperkte mate enige horeca aanwezig. Overdag is Subway geopend; 's avonds ook Yankee Doodle. Parkeren kan over de hele breedte, zodat een bezoeker de auto altijd vlakbij de winkel kwijt kan. De parkeervakken zijn van voldoende afmeting en in totaal zijn er maar liefst 650 gratis parkeerplaatsen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Smallingerland is aanwezig; in 2015 heeft nog een actualisatie plaats gevonden. De gemeente is voornemens om in 2019 te starten met de opstelling van een nieuwe visie voor de komende jaren. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid, inclusief het grootschalige aanbod. Monitoring van het parkeren aan de MLK-singel vindt niet plaats; er is geen noodzaak toe. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn in Drachten niet aanwezig, dus ook niet op de Woonboulevard.

Na enige tijd van afwezigheid is er momenteel weer een winkeliersvereniging op de Woonboulevard; deze is niet erg actief. Er is evenmin een centrummanager aanwezig; de eigenaar van het hele complex coördineert vooral.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is op de Woonboulevard, dan komt men bij de gezamenlijke website terecht. Er staat een slider op de website, waarin de logo's van de hier gevestigde winkels continu roteren, zonder doorklikmogelijkheid. Een duidelijk overzicht van het winkelaanbod, met naam, beschrijving, contactgegevens, openingstijden en foto van de zaak ontbreekt. Er is ook geen activiteitenkalender vindbaar; wel een melding dat vanaf 1 juli de boulevard elke zondagmiddag geopend is (zonder tijden). Gezamenlijke Facebook- of Instagramaccounts ontbreken. Enkele bedrijven zijn lokaal wel individueel actief op Facebook, maar niet op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de Woonboulevard in Drachten weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Groot aanbod In/Om Huis	Zwakke winkeliersvereniging
Goed zichtbaar	
Goed parkeren	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Website en/of social media accounts van winkeliers samen	Groei online aankopen
Gezamenlijke acties	Te weinig samenwerking

Woonboulevard Drachten is een grootschalig winkelgebied dat een groot aanbod in uitsluitend de groep In/Om Huis aanbiedt. Het winkelgebied is uitstekend zichtbaar, mede doordat het in de breedte is gebouwd. Parkeerplekken zijn volop aanwezig, maar met hagen redelijk uit het zicht gehouden. In de basis is het dan ook een prima aankoopgebied, dat tegemoet komt aan de wensen van de bezoeker. Het feit dat de website weinig informatie geeft is een gemiste kans. Het ook op de digitale snelweg zichtbaar zijn is nu al erg belangrijk, en neemt alleen maar toe in belang. Het opzetten van gezamenlijke acties kan bezoekers een duidelijke meerwaarde geven bij een bezoek; deze acties dienen dan op de juiste wijze gecommuniceerd te worden. Door actieve samenwerking kan de bezoeker een extra reden geboden worden om naar de Woonboulevard te gaan, in plaats van vanuit huis artikelen te bestellen.



## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente actualisatie dateert van 2015; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Het winkelgebied ziet er als compacte PDV-locatie goed uit. Op het vlak van de fysieke aanwezigheid zijn weinig aanbevelingen te geven. Online ligt dit anders, al is wel een gezamenlijke website aanwezig. Vooral ook door de aanwezigheid van veel ketenbedrijven op dit type winkelgebieden is het lastig om tot goede samenwerking te komen. Elk bedrijf profileert zich op zijn eigen website. Toch is het aan te bevelen om op het gebied van een website en social media meer samen te doen. De bedreiging van online aankopen doet zich ook sterk voor bij de hier aanwezige branches. Met fraaie foto's en juiste informatie online kan een bezoeker extra geprikkeld worden om naar een fysieke winkel te gaan.

DRACHTEN - MLK BOULEVARD							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	21	21	100%				
m2 wvo winkels	31.284	31.284	100%				
Aantal inwoners	45.353	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	20,9%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,0%	kern Drachten		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid		v	v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v	v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?		v	0				
Fullservice/discount	0						
% dagelijks aanbod	0%						
Trekkers niet-dagelijks	Praxis, Gamma, Welkoop, Jysk, Kwantum, Seats&Sofas						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v				
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR % (2019)</b>	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>fictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2015				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v					
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Gezamenlijke website, weinig info					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Geen activiteiten vindbaar					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	0	0	0	27.228	0	4.056	31.284
vkp	0	0	0	18	0	3	21
per 1.000 inwoners	0	0	0	600	0	89	690
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

# DRACHTEN - NOORDERPOORT

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Drachten is de hoofdkern van de gemeente Smallingerland, en een van de vier grote kernen van Friesland. Smallingerland telt bijna 56.900 inwoners, het inwonertal van Drachten ligt op 45.350. De komende jaren zullen er vooral aan de noordkant van Drachten (Vrijburgh) en aan de westzijde bij Boornbergum nog woningen gebouwd worden. De wijk waarin winkelcentrum de Noorderpoort ligt, ligt in het noordelijke deel van Drachten, en inwoners van Vrijburgh zullen primair naar dit winkelcentrum gaan. De noordelijke wijken van Drachten zijn relatief jong; het aandeel 65+'ers in deze wijken is dan ook beperkt, namelijk 16,2%; in Drachten ligt het op 20,9%. Dit aandeel ligt ook duidelijk onder het Fries en Nederlands gemiddelde. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) is juist iets groter. Het winkelcentrum ligt centraal tussen een aantal wijken in, zoals De Swetten, Noordoost, Fennepark en De Folgeren. Hier wonen ongeveer 14.850 mensen. De afstand tot het centrum van Drachten is gering.

De belangrijkste trekkers voor het winkelcentrum zijn de supermarkten; er is een Jumbo en een Aldi aanwezig. Beide supermarkten wensen te vergroten. Jumbo gaat een stuk aanbouwen, in zuidelijke richting. Ook Aldi gaat fors in oppervlakte toenemen. In totaal is in het winkelcentrum de Noorderpoort een winkelaanbod van ruim 6.000 m<sup>2</sup> wvo aanwezig, verdeeld over 26 winkelpanden. Ongeveer de helft van het aanbod wordt ingenomen door de dagelijkse sector. Het is dan ook een echt boodschappencentrum. De Noorderpoort is als wijkcentrum gebouwd; alle winkels zitten in het centrum. Het is gebouwd als een hoek, met parkeren aan de voorzijde. De Aldi is er later aan de achterzijde bij gekomen. Voor de winkels ligt parkeergelegenheid, terwijl onder de Jumbo ook nog een parkeergarage gelegen is.

Het winkelaanbod van de Noorderpoort zit vooral in de dagelijkse sector, maar aanvullend zijn diverse andere winkels aanwezig. De bekendste ketens zijn o.a. Primera, Zeeman, Etos en Kruidvat.

Leegstand is in beperkte mate aanwezig in het winkelcentrum. Er staan in totaal 3 panden leeg van relatief geringe oppervlakte. Hoewel niet storend in het winkelbeeld, ligt het leegstandspercentage wel iets boven het gemiddelde van Nederland en Friesland. Vooral aan de zijde van de Ringweg zitten de leegstaande pandjes. Een derde van de leegstand is structureel (langer dan 3 jaar leeg).

## GEBIEDSASPECTEN

Behalve de supermarkten (fullservice en discount) zijn in de dagelijkse sector ook een bakker, slager en drogisterijen gevestigd in het winkelcentrum. Op dagelijks gebied heeft de bezoeker een voldoende gevarieerd aanbod. Het aanbod van winkels in de niet-dagelijkse sector is met name gericht op de frequent benodigde goederen, zoals dat geldt voor winkels als Primera en een bloemist. Het accent in het winkelcentrum ligt op ketenbedrijven; het aantal zelfstandige ondernemers is beperkt. Het winkelcentrum voldoet redelijk tot goed aan de wensen en verwachtingen van de bezoekers. De looproutes en zichtlijnen zijn helder; de te lopen afstanden zijn niet groot. Wel is het zo, dat je slechts één kant van het centrum ziet; je kunt niet om de hoek kijken. Bovendien zit Aldi aan de achterkant, ook buiten het zicht. De zichtbaarheid van de winkelpanden zelf is prima.

Ook de bereikbaarheid van het wijkcentrum is uitstekend; het ligt bij een kruispunt van belangrijke (doorgaande) wegen. De inrichting van de openbare ruimte is met aandacht voor groen uitgevoerd. Bij de parkeerplaatsen zijn groene hagen en bomen geplaatst. De looproutes vanaf de parkeerplaats zijn duidelijk aanwezig, en door de overstekende appartementen boven de winkels is het mogelijk om deels droog te winkelen. Hoewel elders aan de Stationsstraat nog enkele winkels gevestigd zijn is de compactheid van het winkelcentrum uitstekend.

De sfeer en gezelligheid in een boodschappencentrum als de Noorderpoort is altijd lastig. De bezoeker komt met name doelgericht om zo snel mogelijk de boodschappen te halen. Bij o.a. Bakker Bart en de zelfstandige bakker is het wel mogelijk om een broodje met koffie te nuttigen. Overige voorzieningen zijn niet aanwezig, geen cafetaria, maar ook geen wijkgebouw of bibliotheek. Alles is verder in en om het nabijgelegen centrum van Drachten te vinden.

Het parkeren en de routing zijn lang een probleem geweest voor het winkelcentrum. Inmiddels is het parkeerterrein aan de zijde van Jumbo fors uitgebreid, waardoor de capaciteit flink is toegenomen. Dit heeft ook te maken met de geplande vergroting van de Jumbo en verplaatsing van Aldi, waardoor het zwaartepunt gaat verschuiven naar de zijde van de Stationsstraat. Tijdens de topdrukte van de supermarkten zullen wellicht nog krappe momenten ontstaan, maar verder zal het geen problemen meer geven. Het betreft hier gratis parkeren. Nietjes of andere stallingen voor fietsen zijn bij de supermarkten en op de hoek aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Smallingerland is aanwezig; in 2015 heeft nog een actualisatie plaats gevonden. De gemeente is voornemens om in 2019 te starten met de opstelling van een nieuwe visie voor de komende jaren. Regionale afstemming met omliggende gemeenten over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie over het detailhandelsbeleid. Het parkeren bij het winkelcentrum is het afgelopen jaar uitgebreid. Voor het centrum is geen sprake van echte monitoring, maar de gemeente volgt de bezetting van de parkeerplaatsen wel. Een evaluatie van het parkeerbeleid vindt plaats. Specifieke regelingen voor de detailhandel zijn in Drachten niet aanwezig, dus ook niet in de Noorderpoort.

In de Noorderpoort is geen officiële ondernemers- of winkeliersvereniging actief. Wel is sprake van regelmatig informeel overleg, waarbij momenteel Bakker Bart de kartrekker is. Er is geen centrummanager aanwezig.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in de Noorderpoort krijgt hij/zij hiervan geen goed beeld. Er is geen gezamenlijke website. Google vindt enkele individuele winkels, zoals Zeeman en Primera. In het kaartvenster suggereert Google zelfs het winkelcentrum De Drait. Op de vraag wat er zoal te doen is in of bij het winkelcentrum komen helemaal geen zinvolle resultaten. Google toont algemene resultaten voor Drachten van Tripadvisor en Dagjeweg.nl. Er is geen activiteitenkalender van het winkelcentrum. Een gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount is evenmin aanwezig. De meeste winkels zijn individueel wel actief op Facebook, op Instagram niet.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor winkelcentrum de Noorderpoort in Drachten weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Gevarieerd dagelijks aanbod	Geen overzicht heel winkelcentrum
Goed bereikbaar	
Verbeterde parkeersituatie	
Sterke supermarkten	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Website en/of social media accounts van winkeliers samen	Parkeren

Winkelcentrum de Noorderpoort is vooral een boodschappencentrum, met het accent op de dagelijkse boodschappen. De aanwezigheid van twee sterke (en straks nog weer verder versterkte) supermarkten – fullservice en discount – en overige verszaken en drogisterijen geeft een volledig dagelijks aanbod. Met de vergroting van de supermarkten is ook de parkeersituatie verbeterd. Bij verdere doorgroei van de supermarkten kunnen opnieuw problemen met het parkeren ontstaan. Het inwonertal van het verzorgingsgebied zal nog iets verder gaan toenemen. Er wonen relatief veel jonge gezinnen. Het winkelcentrum is dankzij de centrale ligging tussen de wijken uitstekend bereikbaar. Kansen voor het winkelcentrum liggen in een verdere onderlinge samenwerking tussen de ondernemers, waardoor hun zichtbaarheid op het web sterk kan verbeteren. Op dit moment zijn de winkels online onvindbaar; eventuele activiteiten en acties worden ofwel niet georganiseerd ofwel niet gezamenlijk gecommuniceerd.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente actualisatie dateert van 2015; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen. Nog in 2019 zal een nieuwe visie worden opgestart.
- Het winkelcentrum heeft een sterke aantrekkingskracht, en na de vergrotingen van de twee supermarkten zal dit zo mogelijk nog meer het geval zijn. Het accent van het centrum ligt op de dagelijkse goederen.
- De grootste bedreiging voor het winkelgebied is gelegen in de parkeergelegenheid. Deze is het afgelopen jaar al sterk verbeterd, maar met de vergrotingen van de supermarkten zal de druk mogelijk ook weer verder gaan toenemen. Dit zal een punt van zorg blijven voor het winkelcentrum; dit geldt dan niet alleen voor de supermarkten zelf maar juist ook voor de overige winkels. Een parkeermonitoringsysteem is wenselijk.
- Opvallend aan dit relatief grote winkelcentrum is het volledig ontbreken van een gezamenlijke website, social media accounts en een ondernemersvereniging. Dit laatste is waarschijnlijk ook de oorzaak van het ontbreken van enige online zichtbaarheid. Het online weergeven van minimale informatie als openingstijden is een must; daarnaast biedt het bezoekers een meerwaarde door gezamenlijk te opereren. De winkels kunnen aantrekkelijk in beeld gebracht worden, het totaalpakket van het winkelgebied kan onder de aandacht komen. Steeds meer mensen starten een winkelbezoek online. Juist in een relatief jonge en groeiende wijk is de ontwikkeling van social media aan te bevelen.



DRACHTEN - NOORDERPOORT							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	26	26	100%				
m2 wvo winkels	6.047	6.047	100%				
Aantal inwoners	14.835	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	16,2%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	29,7%	Drachten Noord		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v	v	verbeterd			
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	v		2				
Fullservice/discount	1/1		Jumbo en Aldi				
% dagelijks aanbod	51%						
Trekkers niet-dagelijks	Primera, Zeeman, Kruiwat, Etos						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie	v						
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR % (2019)</b>	
m2 wvo	639	639	100%	7,3%	6,8	6,3	
# vkp	3	3	100%	6,5%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	<b>fictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	33%	33%	33%				
m2 wvo	55%	12%	33%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2015				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?		v					
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Slechts enkele individuele winkels					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	Algemene resultaten Drachten					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	3.078	175	182	1.549	424	639	6.047
vkp	9	1	2	9	2	3	26
per 1.000 inwoners	207	12	12	104	29	43	408
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019



# NOORDWOLDE

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Noordwolde is na de hoofdkern Wolvega de tweede kern van de gemeente Weststellingwerf. Weststellingwerf telt ongeveer 25.750 inwoners, het inwonertal van Noordwolde ligt op 3.600, en is licht dalend. Nadat er enige tijd niet gebouwd is, is dat de afgelopen tijd wel gebeurd in twee wijkjes. Hierdoor is het inwonertal nu constant, maar de komende 5 jaar zal het naar verwachting weer gaan dalen. Het aandeel 65+'ers ligt met 25,2% in Noordwolde namelijk beduidend hoger dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt het boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van forse vergrijzing. Bovendien is sprake van ontgroening; het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt in Noordwolde op 24,4% en het Fries gemiddelde op 28,5%. De kern Noordwolde ligt geografisch gezien zo'n 10 kilometer ten oosten van Wolvega, vrijwel tegen de grens met Drenthe aan. Rondom Noordwolde zijn geen andere dorpen van enige omvang met veel voorzieningen te vinden.

In Noordwolde is sprake van een relatief groot aanbod gezien de omvang van de plaats. Er is ruim 9.800 m<sup>2</sup> wvo aan winkelruimte aanwezig, verdeeld over 45 winkelpanden. Het overgrote deel hiervan is aanwezig in het centrumgebied van Noordwolde, namelijk rond de 80%. In totaal gaat het om bijna 7.800 m<sup>2</sup> wvo in het centrum. Het centrum bestond oorspronkelijk vooral uit winkels aan de Weemstraat en de Hoofdstraat. De belangrijkste trekkers zitten nu op andere locaties, waardoor het huidige centrum vooral bestaat uit het Manaplein, de Meulepassage en de Industriestraat. Op de oorspronkelijke plekken is nu sprake van functiewijziging, leegstand en onderbroken winkelfronten. De grote trekkers zijn vooral de supermarkten Jumbo en Lidl. Jumbo zit in de Meulepassage, waarvandaan er een doorsteek is naar het Manaplein. Aan dit plein zitten onder meer Kruidvat, DA en een bakker. Lidl zit samen met Kluswijs aan de Industrieweg. Primera zit in het 'oude' centrum en Fietsplus zit vrijwel solitair aan de Hoofdstraat Oost. Alle branchegroepen zijn goed vertegenwoordigd in Noordwolde; het aanbod is zelfs fors. Dankzij de verzorgingsfunctie voor een beperkt regiogebied is sprake van een bovenlokale functie, waar het aanbod ook op

afgestemd lijkt te zijn. Er is sprake van aanzienlijke leegstand, die zich vooral in het oorspronkelijke centrumgebied manifesteert. Het ingezette beleid om een compacter centrum te realiseren is tot op bepaalde hoogte succesvol gebleken; de laatste stappen blijken in de praktijk lastig uitvoerbaar. In de Hoofdstraat West zitten nog relatief veel winkels, waardoor een versnipperd beeld ontstaat. Gemeten in vierkante meters staat 11% van het aanbod leeg, gemeten naar aantal verkooppunten zelfs 18%; deze percentages liggen ver boven het Fries en Nederlands gemiddelde.

## GEBIEDSASPECTEN

In het centrum van Noordwolde is een volledig pakket aan dagelijkse goederen aanwezig, aangevuld met frequent benodigde non-food artikelen. Naast 2 supermarkten zijn ook er ook versspecialzaken, drogisterijen, een Primera en een Kluswijs te vinden. Bij de supermarkten gaat het om een fullservice supermarkt (Jumbo) en een discounter (Lidl). Dit alles betekent dat de inwoners van Noordwolde en directe omgeving in principe alle boodschappen in hun plaats kunnen halen. Het gaat zowel om ketenbedrijven als om lokale ondernemers. De bereikbaarheid van het centrum is in principe goed, de winkels liggen redelijk centraal in het dorp. De doorgaande weg (N353) loopt langs de supermarkten; deze route gaat om het centrum heen. Het centrum staat vanuit het zuiden niet aangegeven, zodat je om het centrum heen rijdt. Vanaf het noordoosten wordt de bezoeker naar de Weemstraat geleid en niet via de supermarkten. Terugkeren is lastig door het eenrichtingverkeer in de Hoofdstraat-Oost in dit gedeelte.

De zicht- en looplijnen zijn niet geheel duidelijk, doordat de winkels behoorlijk verspreid liggen. Vanuit de Meulepassage is niet duidelijk waar de overige winkels te vinden zijn. Ook het Manaplein ligt redelijk verstopt. De compactheid van het centrum is dan ook beperkt. Omdat de plaats klein is, is het wel redelijk snel te overzien, maar diverse winkels zitten toch op behoorlijke afstand van het Manaplein. Horeca is in het hart vooral bij de bakker aanwezig (met terras), terwijl in het 'oude' centrum de grotere terrassen te vinden zijn. De muziekkoepeel op het Manaplein zorgt wel voor de nodige sfeer. Verder zorgt het vele groen voor een prettig verblijfsgebied. De weekmarkt van Noordwolde (op vrijdagmiddag) wordt eveneens op het Manaplein gehouden.

De inrichting van de openbare ruimte ziet er goed uit. Met name de Hoofdstraat Oost en in de richting van het Manaplein zijn de straten recentelijk vernieuwd. Hoewel het in de rest van Noordwolde erg groen is, is de Hoofdstraat Oost nogal stenig. De drie grootste parkeerterreinen zijn fraai middels struiken aan het zicht onttrokken. Overige voorzieningen zijn niet direct in het centrum aanwezig, maar het buurthuis, de bibliotheek en de school liggen op relatief korte afstand. Het gezondheidscentrum ligt verder weg. Dat geldt ook voor het Vlechtmuseum en het Spoorwegmuseum; de gemeente wil graag een betere relatie met het centrum tot stand brengen.

In het centrumgebied is overal sprake van vrij parkeren, in de Hoofdstraat Oost en de Weemstraat is sprake van kort (3 uur) parkeren. De parkeerterreinen bij Jumbo, Lidl en het Manaplein bieden aan voldoende auto's plek om te parkeren. Ook kwalitatief voldoen de parkeerplaatsen en -terreinen. Fietsenklemmen zijn bij de supermarkten aanwezig en worden volop gebruikt. Wellicht is uitbreiding van het aantal gewenst.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Weststellingwerf van recente datum is niet aanwezig. Het beleid voor Noordwolde is met name vastgelegd in het bestemmingsplan. Regionale afstemming over het beleid vindt niet plaats, behalve binnen de eigen gemeente. In Noordwolde wordt nagedacht over de invoering van reclamebelasting om zo te komen tot een ondernemersfonds, maar dit is nog niet ingevoerd.

In Noordwolde is een ondernemersvereniging actief, Ondernemersvereniging Noordwolde (OVN). Deze is er voor alle ondernemingen in het dorp en directe omgeving. De OVN is actief aanwezig op Facebook. Verder is in de gemeente nog de Commerciële club Weststellingwerf (CCW) actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in het centrum van Noordwolde, komt de bezoeker terecht bij verschillende verzamelsites en bij de lokale TIP Noordwolde. Geen van deze websites toont het volledige winkelaanbod of geeft daarvan een impressie. Wanneer een bezoeker wil weten wat er verder zoal te doen is in Noordwolde komt hij/zij terecht bij de website TIP Noordwolde; deze heeft een complete en overzichtelijke agenda. TripAdvisor geeft een volledig beeld van permanente recreatiemogelijkheden.

Er is in Noordwolde geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. De meeste winkels zijn wel actief op Facebook, maar een gezamenlijke pagina of Facebook-groep, die informatie over winkelen in Noordwolde verschaft, is er niet. Slechts enkele lokale ondernemingen zijn actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Noordwolde weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sterk dagelijks aanbod	Winkels deels verspreid over centrum
Behoorlijk aanvullend pakket	Social media
Parkeren	Leegstand
Weekmarkt	Winkeldeel Hoofdstraat Oost en West
Inrichting openbare ruimte en sfeer	Presentatie en profilering winkels

KANSEN	BEDREIGINGEN
Online aanwezig zijn	Groei online winkelen
Instagram en Facebook verbeteren	Verdere leegstand
Musea aanwezig	
Samenwerking	

Noordwolde is een dorp, waar het hart oorspronkelijk enerzijds aan de Hoofdstraat Oost en West en anderzijds aan de Weemstraat en Dr. Mulderstraat lag, maar waar dit verschoven is naar de supermarkten en het Manuplein. In het oorspronkelijke deel is sprake van forse leegstand, die hinderlijk aanwezig is. De aanwezigheid van twee sterke supermarkten is erg belangrijk voor het functioneren van de rest van de winkels. Deels bevinden deze zich geconcentreerd in de omgeving van de Jumbo, maar er is ook sprake van versnippering. Niettemin is Noordwolde een aantrekkelijk dorp, dat veel te bieden heeft voor de eigen inwoners en de directe omgeving. In het dorp is veel groen aanwezig, de inrichting van de openbare ruimte is goed verzorgd. Alleen het winkeldeel van de Hoofdstraat Oost is erg stenig, terwijl dit voor velen wel de entree van het dorp is. De presentatie en profilering van de winkels is over het algemeen matig en verdient een kwalitatieve opwaardering.

Het online doen van boodschappen zit nog altijd in de lift. Het is dan ook erg belangrijk om zichtbaar te zijn op het web en op social media in het algemeen. Hier liggen nog mogelijkheden tot verbetering. Wellicht is het handig om aansluiting bij TIP Noordwolde te zoeken, om alle winkels in één overzicht te kunnen presenteren. De musea en dergelijke komen hier ook goed aan bod. Voor promotie van het winkelgebied blijft een gezamenlijke account op social media heel belangrijk.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Noordwolde is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied te versterken is. De compactheid is op dit moment onvoldoende; er is sprake van een verschuiving in het winkelgebied, maar deze is nog onvoldoende doorgezet.

- De leegstand in het centrum ligt op een te hoog niveau, en bovendien hinderlijk aanwezig voor bezoekers. Hieraan dient prioriteit gegeven te worden. Mogelijk kan een stimuleringsregeling helpen om zowel de leegstand terug te dringen als om verplaatsingen te ondersteunen. Het transformeren van (voormalige) winkelpanden naar een andere bestemming kan hier eventueel ook deel vanuit maken. De functiewijziging kan dan in het bestemmingsplan aangepast worden, zodat op termijn geen ongewenste ontwikkelingen ontstaan. Vooral voor de Hoofdstraat speelt dit.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn. Ook hierin kan een stimuleringsregeling, en dan in de vorm van een gevelfonds, behulpzaam zijn.
- Noordwolde heeft een bezoeker meer te bieden dan alleen winkels. Samenwerking tussen winkeliers, maar ook van winkeliers met overige sectoren (o.a. cultuur) kan de basis vormen voor een aantrekkelijk totaalpakket voor bezoekers. Hierin ligt een stuk meerwaarde. Het mogelijk invoeren van een reclamebelasting kan de ondernemers meer armslag geven.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verbeterd worden; de website TIP Noordwolde kan uitgebreid worden met alle winkels. Daarnaast is het goed om gezamenlijk social media accounts op te zetten voor promotie van het winkelgebied.

NOORDWOLDE							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	45	37	82%				
m2 wvo winkels	9.824	7.778	79%				
Aantal inwoners	3.601	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	25,2%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	24,4%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied	v	v					
Sfeer en gezelligheid			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten			v	molen, muziekoepel, musea			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	v		2	Jumbo, Lidl			
Fullservice/discount	1/1						
% dagelijks aanbod	34%						
Trekkers	Kruidvat, DA						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		bovenlokaal					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	1.491	1.316	88%	10,7	6,8	6,3	
# vkp	14	13	93%	17,9	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	15%	46%	38%				
m2 wvo	11%	46%	44%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVN				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Vooral verzamelites					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	TIP Noordwolde goede agenda					
Facebookpagina aanwezig?	nee						
Instagram aanwezig?	nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	3.361	1.647	682	2.305	338	1.491	9.824
vkp	8	9	2	8	4	14	45
per 1.000 inwoners	935	458	190	641	94	415	2.733
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# WOLVEGA - CENTRUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Wolvega is de hoofdkern van de gemeente Weststellingwerf. Weststellingwerf telt ongeveer 25.750 inwoners, het inwonertal van Wolvega ligt op 12.850, en is licht stijgend. De groei van de gemeente komt vooral voor rekening van de hoofdkern Wolvega. De komende jaren zullen er nog zo'n 300 à 400 woningen gebouwd worden, zodat het inwonertal rond de 13.000 zal komen te liggen. Het aandeel 65+'ers ligt met 24,9% in Wolvega beduidend hoger dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van forse vergrijzing. Op den duur zal naar verwachting het inwonertal dan ook beperkt gaan dalen. De kern Wolvega ligt geografisch gezien dichtbij Drenthe en Overijssel. Het ligt zo'n 10 kilometer van Heerenveen.

In totaal is in Wolvega sprake van een groot aanbod van ruim 83.600 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 156 winkelpanden. Een aanzienlijk deel hiervan is te vinden in het Home Center (zie andere rapportage), een grootschalig winkelgebied met name op het gebied van woninginrichting. In oppervlakte gerekend is slechts een kwart te vinden in het centrum, maar gerekend in het aantal winkelpanden 61%. In totaal gaat het om ruim 21.500 m<sup>2</sup> wvo in het centrum. Dit centrum is zeer langgerekt, bestaande uit de Hoofdstraat West en Oost, met daar tussenin de Van Harenstraat. De afstand van oost naar west bedraagt ruim 800 meter. Aan zowel de west- als oostzijde van het centrum zijn de supermarkten (6 stuks) te vinden, die een moderne oppervlakte hebben. In Wolvega is verder vooral de groep Mode & Luxe sterk vertegenwoordigd. Het gaat dan zowel om landelijke ketens als ook om lokale ondernemers. Als trekkers zijn naast de supermarkten een HEMA, een Action, een Expert en een Zeeman aanwezig. Blokker is gesloten; Action zit bijna als enige winkel niet in het lint, maar aan de Sportlaan achter het lint. Boersma en Reykjavik zijn enkele van de winkels van lokale ondernemers. Er is dus sprake van een compleet aanbod, met een mix van keten- en lokale bedrijven. Het centrum van Wolvega heeft een bovenlokale en beperkt regionale verzorgingsfunctie.

Het complete aanbod is in omvang fors; het is aanzienlijk groter dan op grond van het inwonertal verwacht zou worden. Ruim 80% van de leegstand in Wolvega ligt in het centrumgebied. Hoewel op totaal niveau de leegstand een laag percentage kent (vanwege het grote aanbod in het Home Center), is dit in het centrum niet het geval. In het centrum staat ruim 3.300 m<sup>2</sup> vwo leeg, verdeeld over 13 panden. In het centrum bedraagt het leegstandspercentage dan ook 11% gemeten naar m<sup>2</sup> vwo en 14% naar het aantal panden. Deze percentages liggen ruim boven het Nederlands gemiddelde.

## GEBIEDSASPECTEN

In het winkelcentrum is een flinke variatie aan winkels te vinden, met veel ketenbedrijven en lokale ondernemers. Bovendien is er sprake van een behoorlijke variatie in het aanbod. In alle branches is een groter aanbod voorhanden dan elders; bezoekers kunnen van alles vinden in Wolvega. De bereikbaarheid van het centrum is in principe goed, zowel vanuit het westen als het oosten. Het centrale deel van het centrum is echter afgesloten voor autoverkeer (het deel bij de HEMA), en de twee andere delen zijn éénrichtingsverkeer (in tegenovergestelde richting). Verwijzing naar de andere zijde of naar een parkeerterrein ontbreekt veelal, waardoor het voor onbekenden zoals toeristen lastig is om de weg te vinden. In het centrumgebied is grotendeels sprake van kort (3 uur) parkeren; op iets grotere afstand kan men vrij parkeren, zoals bij de supermarkten (m.u.v. Aldi en Budget Food). Het aantal parkeerplaatsen is kwantitatief gezien wel voldoende, mede dankzij de blauwe zone; kwalitatief zijn de meeste terreinen prima. Bij Aldi is sprake van iets krappere plaatsen.

De compactheid van het centrum is gering; de afstand van het ene naar het andere eind is lang, ook al is er sprake van enige horeca onderweg, en staan er bankjes. De looplijnen zijn zeer duidelijk, en ook de zichtlijnen zijn redelijk goed. Toch is door de afstand, de leegstaande panden en de onderbreking van het winkelfront geen sprake van een ideale situatie. Het is lastig om snel een overzicht te krijgen van het winkelgebied. Hierbij is het bovendien een nadeel dat de Action buiten het winkellint is gevestigd, buiten het zicht ligt. Mede om deze reden wordt er gewerkt om het centrumgebied compacter te maken; het oostelijke deel zal meer ingevuld worden met dienstverlening en kantoren. Dit proces is al in gang gezet.

De inrichting van de openbare ruimte in het centrum van Wolvega is over het algemeen goed verzorgd, waarbij ook gedacht is aan bezoekers die af en toe even ergens willen zitten. Verder is zowel bij de pleinen als in delen van de winkelstraat veel groen aanwezig. Terrassen zijn vooral op de pleinen te vinden. De (vrij uitgebreide) weekmarkt op woensdag geeft het centrum de nodige gezelligheid. De markt wordt in de Hoofdstraat gehouden. De aanwezigheid van fietsenklemmen is beperkt, met uitzondering van de supermarktlocaties. De stoepen zijn niet erg breed, waardoor fietsen vaak in de weg staan. Overige voorzieningen die het centrum verder kunnen ondersteunen zijn onder meer de bibliotheek; ook het gemeentehuis ligt vlakbij, op loopafstand. Het NS-station ligt iets verder weg. In feite is het Home Center ook een 'attractie' voor Wolvega. Home Center ligt aan de rand van Wolvega; de bewegwijzering vanuit het centrum ernaartoe is matig. De ondernemers hebben samen met de gemeente een schouw uitgevoerd; de hieruit naar voren gekomen gewenste aanpassingen zullen in een actieplan worden meegenomen.



## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Weststellingwerf van recente datum is niet voorhanden. Wel wordt gewerkt aan een omgevingsvisie, waarvan de detailhandel deel gaat uitmaken. Ook wordt samen met de ondernemers gewerkt aan een actieplan voor het centrum. Wolvega heeft als pilot ook deelgenomen aan de Nieuwe Winkelstraat (DNWS). Belangrijk doel was onder meer om het winkelgebied toekomstbestendig te maken, met alle betrokken partijen samen. Van regionale afstemming over het detailhandelsbeleid is nauwelijks sprake; dit geschiedt vooral incidenteel. Met het in de provincie Overijssel liggende Steenwijkerland had men wel graag meer overleg gewenst vanwege de daar geplande ontwikkelingen met een grensoverschrijdend effect. In Wolvega is geen sprake van parkeermonitoring, maar het parkeerbeleid is wel geëvalueerd. Hieruit is naar voren gekomen, dat het beleid van twee parkeerpleinen met een blauwe zone goed functioneert. Verdere aanpassingen zijn op dit moment nog niet gewenst, hoewel het parkeren en het mogelijk tijdens een deel van de week afsluiten van een straatdeel, wel onderwerp van gesprek zijn. Een centrummanager is (nu) nog niet aanwezig, maar ook dat is een actueel onderwerp van gesprek, waaraan wel behoefte bestaat. De kans is groot, dat binnen afzienbare tijd inderdaad een centrummanager door de ondernemers zal worden aangenomen. De middelen daarvoor komen dan uit het aanwezige ondernemersfonds; middels reclamebelasting wordt dit fonds gevuld. Andere specifieke regelingen voor de detailhandel zijn niet aanwezig in Wolvega.

In Wolvega is een ondernemersvereniging actief, Winkeliers- en Ondernemersvereniging Wolvega (WOW). Deze is voor de hele plaats bedoeld, niet specifiek voor het centrum of de detailhandel. Verder is in de gemeente nog de Commerciële club Weststellingwerf (CCW) actief. Het functioneren van de WOW kan beter; er zijn nog te veel ondernemers geen lid. Ook de samenhang kan verbeterd worden; het actieplan kan hierin mogelijk ook een rol gaan spelen.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in het centrum van Wolvega, komt hij/zij terecht bij verschillende verzamelsites, die een onvolledig beeld geven van het winkelaanbod. Kleine initiatieven zijn helaas onder de maat; Wolvega-touristinformation.nl toont geen winkels, en de site Hoofdstraat-Oost Wolvega is sterk verouderd. Wie zoekt naar wat er verder zoal te doen is voor een bezoeker in Wolvega-centrum komt eveneens terecht bij verzamelsites, zoals Dagjeweg.nl. Deze geven inzicht in enkele permanente lokale recreatiemogelijkheden. Er is nergens een activiteitenkalender te vinden.

De winkels van Wolvega hebben geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. Een groot deel van de winkels is wel actief op Facebook, maar op Instagram zijn de lokale winkels nauwelijks actief.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Wolvega weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sterk dagelijks aanbod	Lastig oriënteren in het centrum
Goed en gevarieerd niet-dagelijks aanbod	Social media
Centrum zelf goed bereikbaar	Leegstand
Weekmarkt	Onderbrekingen winkelfront
Parkeerregime	Presentatie en profilering winkels

<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Online aanwezig zijn	Groei online winkelen
Instagram en Facebook verbeteren	Langgerektheid winkelgebied
Beleving versterken	Leegstand
Samenwerking (o.a. met Home Center)	Verspreid liggende 'trekkers'

Wolvega heeft een goed winkelaanbod, groot en gevarieerd. Het is – gezien de leegstand – de vraag of het aanbod intact gehouden kan worden. De leegstand ligt op een hoog niveau in het centrum, de trekkers zitten erg verspreid, en de afstand is te groot om het hele centrum te bewandelen. Er zijn veel onderbrekingen in het winkelfront. De supermarkten zitten gegroepeerd aan beide zijden van het centrum, en trekken uiteraard veel bezoekers. De HEMA zit centraal tussen de beide uiteinden in, terwijl de Action - uit het zicht - bij de Aldi zit. Het gevaar dreigt, dat de verschillende delen los van elkaar gaan functioneren. Dit is dan ook meteen de belangrijkste reden dat men werkt aan het compacter maken van het centrum; het oostelijk deel zal minder een winkelfunctie gaan vervullen. De presentatie en profilering van de winkels is over het algemeen matig en verdient een kwalitatieve opwaardering. De parkeersituatie is door het invoeren van de blauwe zone verbeterd; niettemin is de situatie nog niet optimaal. De meeste parkeerplaatsen zijn bij de supermarkten gelegen. Met goede bewegwijzering naar het centrum en herkenbare parkeerlocaties kan de (onbekende) bezoeker beter de weg vinden in het centrum. Ook van en naar het Home Center kan de bewegwijzering beter, zodat ook hier wederzijdse versterking kan optreden.

Op het gebied van social media liggen er nog diverse kansen. Het als een geheel naar buiten treden, en duidelijk het totaalaanbod van Wolvega laten zien biedt een meerwaarde. Afgezien van enkele individuele ondernemers komt een bezoeker op internet vooral verzamelsites tegen. Een activiteitenkalender is iets wat zeker gemist wordt. Facebook en Instagram zijn zeker voor jongeren

een zeer veelvuldig geraadpleegde sites; wanneer hier niet of nauwelijks mee gewerkt wordt, dreigen ondernemers de boot te gaan missen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Voor Wolvega is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Het ingezette traject met ondernemers om het actieplan uit te werken is een belangrijke stap. Het winkellint is nu erg lang, met veel onderbrekingen.
- De leegstand in het centrum ligt op een te hoog niveau. Hieraan dient altijd prioriteit gegeven te worden. Voor een bezoeker is een onderbroken winkelfront niet interessant. Mogelijk kan een stimuleringsregeling en /of een strategisch vastgoedsaneringsfonds helpen om zowel de leegstand terug te dringen als om verplaatsingen naar het hart te ondersteunen. Het transformeren van (voormalige) winkelpanden naar een andere bestemming (zoals deels al ingezet) kan hier eventueel ook deel vanuit maken. De functiewijziging kan dan in het bestemmingsplan aangepast worden, zodat op termijn geen ongewenste ontwikkelingen ontstaan.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn. Ook hierin kan een stimuleringsregeling, en dan in de vorm van een gevelfonds, behulpzaam zijn.
- De routing in het centrumgebied en tussen centrum en Home Center is niet eenduidig. Het is lastig oriënteren voor onbekenden. Hierin kunnen verbeteringen doorgevoerd worden.
- Het centrumgebied en Home Center opereren vooral als los van elkaar staande entiteiten. Er liggen nog volop mogelijkheden tot samenwerking voor deze twee winkelgebieden. Beide hebben bezoekers veel te bieden; dit wordt nog onvoldoende benut.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid sterk verbeterd worden met een goede collectieve website. Op dit moment is de online zichtbaarheid, die steeds belangrijker wordt, onder de maat voor een plaats als Wolvega. Een website met een volledig overzicht van de winkels met de nodige informatie en foto's zal een goed startpunt kunnen zijn. Social media kunnen daarna ook opgepakt worden.

WOLVEGA - CENTRUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	156	95	61%				
m2 wvo winkels	83.642	21.587	26%				
Aantal inwoners	12.850	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,9%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,4%	kern Wolvega		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied	v						
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v	v				
Ondersteuning daghoreca		v	v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten		v		Bibliotheek aan begin			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v	v				
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	6		6				
Fullservice/discount	4/2	Budget food					
% dagelijks aanbod	10%						
Trekkers	HEMA, Action, Kruidvat, Expert			Action niet in Van Harenstraat			
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		bovenlokaal					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leeg totaal	% leeg centraal	NL %	FR %
m2 wvo	4.077	3.355	82%	3,3%	10,9%	6,8	6,3
# vkp	16	13	81%	5,7%	13,7%	6,6	5,6
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	23%	38%	38%				
m2 wvo	9%	61%	30%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v	wel evaluatie				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		WOW, CCW				
aanwezigheid centrummanager of id.		v	bijna				
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Onvolledig overzicht					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	Geen activiteitenkalender					
Facebookpagina aanwezig?	nee						
Instagram aanwezig?	nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	8.257	6.166	1.139	60.750	3.253	4.077	83.642
vkp	26	31	8	68	7	16	156
per 1.000 inwoners	644	481	89	4.735	254	318	6.521
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
<b>010000 &lt;= Inwklasse &lt;015000</b>	<b>470</b>	<b>375</b>	<b>80</b>	<b>977</b>	<b>86</b>	<b>232</b>	<b>2.220</b>
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# WOLVEGA - HOMECENTER

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Wolvega is de hoofdkern van de gemeente Weststellingwerf. Weststellingwerf telt ongeveer 25.750 inwoners, het inwonertal van Wolvega ligt op 12.850, en is licht stijgend. De groei van de gemeente komt vooral voor rekening van de hoofdkern Wolvega. De komende jaren zullen er nog zo'n 300 à 400 woningen gebouwd worden, zodat het inwonertal rond de 13.000 zal komen te liggen. Het aandeel 65+'ers ligt met 24,9% in Wolvega beduidend hoger dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van forse vergrijzing. Op den duur zal naar verwachting het inwonertal dan ook beperkt gaan dalen. De kern Wolvega ligt geografisch gezien dichtbij Drenthe en Overijssel. Het ligt zo'n 10 kilometer van Heerenveen.

In totaal is in Wolvega sprake van een groot aanbod van ruim 83.600 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 156 winkelpanden. Een aanzienlijk deel hiervan is te vinden in het centrum (zie andere rapportage), maar in vierkante meters gemeten is het grootste aanbod bij het Home Center te vinden. In totaal gaat het hier om 32 winkels, die een gezamenlijke oppervlakte (wvo) hebben van ruim 38.400 m<sup>2</sup>. Het gaat uitsluitend om grootschalig aanbod. De winkels zijn allemaal gelegen aan de Frisaxstraat of Om den Noort. Een aanzienlijk deel is gevestigd in het overdekte Home Center, maar ook daarbuiten zijn winkels gevestigd. Winkels en merken als Kapenga, Trendhopper, Montel, Leolux en Pronto zijn grote trekkers. De bezoeker ziet het gebied, dat vooral op woninginrichting is georiënteerd, maar tevens een bouwmarkt en tuincentrum bevat, als een geheel. Het Home Center van Wolvega heeft een provinciale verzorgingsfunctie; de uitkomsten van het koopstromenonderzoek (2017) gaven aan dat ook van buiten de eigen regio en provincie bezoekers naar Wolvega komen.

Het aanbod is fors en de afgelopen jaren nog iets verder toegenomen. Van leegstand is nauwelijks sprake. Op het moment van meten (Locatus februari 2019) stond slechts 1 klein pand leeg.

Gemeten in m<sup>2</sup> vwo betekent dat minder dan 1% leegstand. Gemeten naar het aantal panden gaat het om 3%; dit kan beschouwd worden als frictieleegstand.

## GEBIEDSASPECTEN

In het winkelgebied is een flinke variatie aan winkels te vinden, met veel bekende namen, zowel landelijk als regionaal, en in verschillende prijsklassen. In de loop der jaren heeft het Home Center een grote naam opgebouwd. Met name voor de regionale en lokale bezoekers zijn aanvullend ook de bouwmarkt en het tuincentrum van belang. De bereikbaarheid van het winkelgebied is in principe goed; via een afslag van de A32 en de ringweg ben je snel bij het Home Center. Op de borden staat het winkelgebied echter pas op het laatste moment (bij de spoorlijn) aangegeven. Ook bij het centrum of het station is geen verwijzingsbord. De looproute van het Home Center naar de Outlet is prima aangegeven; de zichtlijn is ook goed. Naar de andere winkels is dit minder. Tuindorado ligt buiten het zicht en is verder ook niet aangegeven. Praxis is wel goed zichtbaar, aangezien de bezoeker hier eerst langskomt. Al met al is de compactheid van het woninginrichtingsdeel prima; en ook de overige winkels liggen direct aansluitend.

De inrichting van de openbare ruimte is goed verzorgd, met een royale opzet, maar zeker niet ongezellig. Er is veel groen, en het oogt schoon. Horeca is zoals meestal bij dit type winkelgebieden nauwelijks aanwezig, maar wel in de winkels zelf. Binnen is het schoon en licht. De waardering van bezoekers was dan ook uitstekend tijdens het koopstromenonderzoek. Voor een grootschalig winkelgebied zijn naast de bereikbaarheid de parkeermogelijkheden heel belangrijk. Vrijwel alle bezoekers komen met de auto. De parkeerterreinen liggen direct bij de verschillende winkels voor de deur. Piekmomenten daargelaten is de capaciteit voldoende, en de kwaliteit van de parkeerplaatsen is ook goed. Bij het Home Center zijn bovendien diverse laadpunten voor elektrische auto's te vinden. Verder zijn er fietsenklemmen bij de verschillende winkels aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor Weststellingwerf van recente datum is niet voorhanden. Wel wordt gewerkt aan een omgevingsvisie, waarvan de detailhandel deel gaat uitmaken. Ook het gebied bij het Home Center zal hierin aan bod komen. De eigenaar van Home Center vaart vooral een eigen koers, maar heeft hierover regelmatig overleg met de gemeente. Het gebied als zodanig functioneert goed. Samenwerking met het centrum is nauwelijks aanwezig; ook de bewegwijzering naar en van het Home Center is voor verbetering vatbaar.

In Wolvega is een ondernemersvereniging actief, Winkeliers- en Ondernemersvereniging Wolvega (WOW). Deze is voor de hele plaats bedoeld, niet specifiek voor het centrum, het Home Center of voor de detailhandel. Specifiek voor het Home Center is er geen specifieke vereniging, wel is sprake van overleg tussen de ondernemers. Verder is in de gemeente nog de Commerciële Club Weststellingwerf (CCW) actief.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in het Home Center van Wolvega, komt hij/zij direct terecht bij het Home Center. De site wordt als eerste gevonden. Het Home Center wordt ook duidelijk als een geheel gepresenteerd. Praktische informatie over o.a. de openingstijden en het parkeren kan nog iets duidelijker. Wat er verder zoal te doen is, is niet van toepassing voor dit gebied (zie centrum Wolvega). Feest- en speciale dagen staan bij de openingstijden vermeld. Zowel de speciale dagen, de openingstijden als het parkeren zouden nog iets makkelijker toegankelijk gemaakt kunnen worden.

Het Home Center beschikt over zowel een Facebook- als een Instagramaccount. De Facebookpagina van het Center is actief en staat vol met kwalitatief hoogwaardige en enthousiaste berichten. Het Instagramaccount sluit goed aan op de activiteiten op Facebook en presenteert het Home Center aantrekkelijk met stijlvolle foto's.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het Home Center weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sterk en gevarieerd aanbod	Bewegwijzering
Goede naam opgebouwd	Uit zicht liggen Tuindorado
Social media	
Parkeren, incl. groene stroom	
Nauwelijks leegstand	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIDINGEN</b>
Beleving	Groei online winkelen
Verbinding met centrum	

Wolvega heeft met het Home Center een belangrijke trekker binnen de kern. Het winkelgebied staat goed bekend en heeft een grote variatie aan met name woninginrichtingszaken. Bovendien is zowel de website als het Facebook- en Instagramaccount prima op orde. Niet voor niets gaven bezoekers ook tijdens het koopstromenonderzoek het gebied een uitstekende waardering. Dat het gebied goed functioneert blijkt ook uit het niet of nauwelijks aanwezig zijn van leegstaande panden; juist woninginrichting heeft een lastige tijd doorgemaakt, mede door de groei van de internetaankopen. Ook in de toekomst zal hier de belangrijkste dreiging blijven liggen.

Het winkelgebied ligt dicht bij de snelweg, en is daardoor goed en snel te bereiken vanuit Friesland en de andere noordelijke provincies. Helaas is de bewegwijzering in en rondom Wolvega zeer beperkt. Ook de onderlinge relatie met het centrum is gering; hierin liggen nog kansen voor de toekomst. Op dit moment is de beleving voldoende op peil, maar deze factor wordt de komende tijd steeds belangrijker en blijft dus voortdurende aandacht vragen. Het gaat dan onder meer om de aanwezigheid van horeca, maar ook om de hele sfeer in een centrum, inclusief vermaak voor kinderen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de groei van het online shoppen, aan te bevelen. Over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie op te stellen.
- Het Home Center functioneert als een solitair winkelgebied. Meer samenwerking met het centrumgebied kan voor beide winkelgebieden voordelen opleveren.
- De routing naar het Home Center en tussen centrum en het Home Center is niet optimaal. De bewegwijzering kan verbeterd worden.



WOLVEGA - HOME CENTER							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	32	32	100%				
m2 wvo winkels	38.403	38.403	100%				
Aantal inwoners	12.850	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,9%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,4%	kern Wolvega		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v	nauwelijks verwijzing			
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				geen			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?		v	nvt				
Fullservice/discount							
% dagelijks aanbod	0%						
Trekkers	A-merken woninginrichting						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie				v			
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	414	414	100%	0,7%	6,8	6,3	
# vkp	1	1	100%	3,1%	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	fictie	langdurig	structureel				
vkp	100%	0%	0%				
m2 wvo	100%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v	eigenaar zelf				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 5/5	direct bovenaan te vinden					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	nvt						
Facebookpagina aanwezig?	ja						
Instagram aanwezig?	ja						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	0	0	0	37.667	322	414	38.403
vkp	0	0	0	30	1	1	32
per 1.000 inwoners Wolvega	644	481	89	4.735	254	318	6.521
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
<b>010000 &lt;= Inwklasse &lt;015000</b>	<b>470</b>	<b>375</b>	<b>80</b>	<b>977</b>	<b>86</b>	<b>232</b>	<b>2.220</b>
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

# BALK

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Balk is qua inwonertal de derde kern van de gemeente De Fryske Marren, na Joure en Lemmer. De Fryske Marren telt bijna 52.000 inwoners, het inwonertal van Balk ligt op 4.205 en is de afgelopen jaren licht gestegen. Het dorpje Harich, met 475 inwoners, ligt vrijwel tegen Balk aan. Het aandeel 65+'ers in de gemeente is beduidend groter dan landelijk (18,8%) het geval is; in Balk ligt het hier nog ruim boven (27,0%). Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van forse vergrijzing. Op den duur zal naar verwachting het inwonertal dan ook beperkt gaan dalen. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt marginaal hoger dan het Fries en landelijk gemiddelde. In Balk zijn watersport en toerisme van groot belang. De plaats ligt direct aan het Slotermeer, en geografisch gezien op relatief grote afstand van grotere kernen. Lemmer ligt op zo'n 10 kilometer afstand en Sneek hemelsbreed op ca. 15 kilometer. Balk is de hoofdkern van de voormalige gemeente Gaasterlân-Sleat.

In totaal is in Balk sprake van een aanbod van 11.200 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 47 winkelpanden. Een aanzienlijk deel hiervan is te vinden in het centrumgebied, rondom de Luts. In oppervlakte gerekend is 84% van het winkelaanbod te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 91%. In totaal gaat het om ruim 9.400 m<sup>2</sup> wvo in het centrum. Het aanbod in Balk is de afgelopen jaren gegroeid. Het centrum van Balk ligt centraal in het dorp, aan en rondom de Luts. De van Swinderenstraat heeft duidelijk de meeste winkels; de supermarkten liggen er pal achter, aan het Hoekstraplein (Poiesz) en de Bogermanstraat (Plus). De Poiesz is momenteel aan het vernieuwen. Enige jaren geleden heeft zich op een solitaire locatie, op iets grotere afstand van het centrum, een supermarkt van Lidl gevestigd. Deze ligt aan een invalsroute naar het centrum. In Balk is vooral de groep Mode & Luxe sterk vertegenwoordigd. Het betreft hierbij zowel landelijke ketens als lokale ondernemers. Als trekkers zijn naast de supermarkten onder meer een HEMA, en een Blokker aanwezig. Mede door het toerisme is de modebranche sterk vertegenwoordigd, en dat geldt ook

voor de horeca. Er is zowel dag- als avondhoreca aanwezig langs het water. Er is in Balk sprake van een compleet aanbod, met een mix van keten- en lokale bedrijven. Het centrum van Balk heeft een lokale en beperkt bovenlokale verzorgingsfunctie, en dan vooral voor de inwoners van de voormalige gemeente Gaasterlân-Sleat.

Het complete aanbod is evenwel fors in omvang; het is aanzienlijk groter dan op grond van het inwonertal verwacht zou worden. Dit kan verklaard worden door de toeristisch recreatieve functie van de kern. De bestedingen van de toeristen zijn nodig voor een goed functioneren van het aanwezige aanbod. Een positief teken is de relatief beperkte leegstand in Balk. In Balk bedraagt het leegstandspercentage slechts 3,6 gemeten naar m<sup>2</sup> vwo en 3,5 gemeten naar het aantal panden. Deze percentages liggen ruim onder het Nederlands en Fries gemiddelde.

## GEBIEDSASPECTEN

In het winkelgebied is een flinke variatie aan winkels te vinden, met veel ketenbedrijven en lokale ondernemers. Bovendien is sprake van een behoorlijke variatie in het aanbod. In nagenoeg alle branches is er een groter aanbod dan elders; bezoekers kunnen van alles vinden in Balk. Dit grote aanbod kan worden verklaard door het toerisme. De ambiance in het centrum, waar sprake is van een combinatie van water, winkels en horeca, is prima. In het centrum kan men gebruik maken van gratis Wifi. Langs de Luts staan enkele bankjes, zodat de bezoeker ook zonder consumptie te hoeven nuttigen kan genieten van het uitzicht op het water. Verder zorgt ook de weekmarkt voor extra gezelligheid en keuzemogelijkheden. De bereikbaarheid van het centrum is in principe goed, zowel vanuit het westen als het oosten. Verwijzing van de ene naar de andere zijde is middels een parkeerroute aanwezig, maar deze is niet overal optimaal ingevuld. In Balk is sprake van vrij parkeren, zowel bij de supermarkten als langs de Luts. Het aantal parkeerplaatsen is buiten het seizoen kwantitatief gezien voldoende; dit is uit een onderzoek uit 2017 nog eens naar voren gekomen. Tijdens het seizoen kan het nog wel eens lastig zijn om een parkeerplaats te vinden, en zal de bezoeker iets verder moeten lopen. Over het algemeen levert dit nog geen grote problemen op. Kwalitatief gezien zijn de meeste terreinen prima, hoewel de rijroutes niet geheel duidelijk zijn. Bij weinig drukte is dit geen probleem, maar bij enige drukte loopt men regelmatig vast.

De compactheid van het centrum is overwegend goed; de winkels (m.u.v. de Lidl en Hubo) zijn allemaal op loopafstand van elkaar gelegen. De afstand van het ene naar het andere eind is behoorlijk, maar niet te lang. De looproute is aantrekkelijk, waardoor de lengte ervan geen problemen oplevert. De looplijnen zijn zeer duidelijk, en ook de zichtlijnen zijn redelijk goed. Alleen de routes naar de supermarkten zijn niet zichtbaar of aangegeven. Vanaf Poiesz is er wel een doorsteek naar de Van Swinderenstraat.

De inrichting van de openbare ruimte in het centrum van Balk is over het algemeen goed verzorgd, waarbij ook aandacht is geschonken aan het even kunnen zitten op een bankje. Ook fietsenklemmen zijn ook in voldoende mate aanwezig. Verder staan langs de Luts veel bomen, die de aantrekkelijkheid en sfeerbeleving nog verder versterken. De weekmarkt op vrijdagmiddag geeft het centrum ook de nodige gezelligheid. Overige voorzieningen die het centrum verder kunnen ondersteunen zijn onder meer de bibliotheek en een sociaal-cultureel centrum. Een school, een huisarts en een zorgcentrum liggen op iets grotere afstand.

Tijdens het koopstromenonderzoek van 2017 is de bezoekers ook gevraagd naar de waardering voor diverse aspecten van het centrumgebied. Deze waarderingen lagen op een relatief hoog niveau, ruim boven het gemiddelde van andere onderzochte kernen in Friesland.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor de gemeente De Fryske Marren is aanwezig. Deze visie is van 2012 en is daarmee enigszins gedateerd. Mede naar aanleiding van de gemeentelijke detailhandelsvisie en het koopstromenonderzoek zijn diverse acties door de ondernemers in gezamenlijkheid met de gemeente opgepakt. In 2017 is verder een parkeeronderzoek gepubliceerd; de uitkomsten hiervan gaven aan dat buiten het seizoen geen sprake is van grote bezettingsproblemen. Verdere monitoring vindt niet plaats. Van regionale afstemming over het detailhandelsbeleid is wel sprake, doch niet op een gestructureerde wijze. Met de gemeente Súdwest-Fryslân is er wel regelmatig afstemming.

In Balk is een winkeliersvereniging actief, de WHI. Deze is er voor de hele plaats; het aantal leden ligt redelijk hoog, en de vereniging is actief bezig. Zij hebben regelmatig overleg met de gemeente, ondernemen diverse activiteiten en hebben een eigen website. De (toeristische) bedrijven zijn o.a. verenigd in het Ondernemers Netwerk Gaasterland e.o. Specifiek voor de toeristisch-recreatieve sector is er de overkoepelende ondernemersvereniging Recreatie en Toerisme de Friese Meren. Een centrummanager is in Balk niet aanwezig, en evenmin is er sprake van speciale retail-regelingen. Op dit moment is men in Balk druk bezig met het opzetten van een BIZ.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in het centrum van Balk, komt hij/zij terecht bij de gezamenlijke website [WinkeleninBalk.nl](http://WinkeleninBalk.nl); deze toont een duidelijk overzicht van de aanwezige winkels. De winkels hebben geen eigen pagina. Openingstijden, contactgegevens en een introductietekst ontbreken. Wanneer een bezoeker wil zien welke evenementen te bezoeken zijn in en om Balk, verwijst de evenementenkalender op [WinkeleninBalk.nl](http://WinkeleninBalk.nl) naar de eigen Facebookpagina. Op Google wordt ook Plaatselijk Belang Balk Vooruit getoond; deze bevat een onaantrekkelijk vormgegeven, maar volledige agenda. Bezienswaardigheden werden niet gevonden; juist voor toeristen kan dit een duidelijke meerwaarde geven.

De winkels van Balk hebben een gezamenlijke Facebookpagina Winkelen in Balk. Hierop is ten tijde van schrijven al drie maanden geen bericht meer geplaatst. In eerdere berichten kwamen winkels en winkeliers nauwelijks in beeld. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig. Vooral de lokale horeca is wel op Instagram actief.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Balk weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sterk dagelijks aanbod	Lidl op afstand en solitair
Goed en gevarieerd niet-dagelijks aanbod	Social media
Gezellige sfeer langs de Luts	Onderbrekingen winkelfront
Gratis parkeren	Presentatie en profilering winkels
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Online beter profileren	Groei online winkelen
Instagram toevoegen	Afhankelijkheid toerisme
Invoeren BIZ	Dalend inwonertal omgeving

Balk heeft een goed aanbod, groot en gevarieerd. Gezien de beperkte leegstand lijken vraag en aanbod redelijk in evenwicht te zijn. Voor een kern als Balk zijn kwalitatief volwaardige supermarkten erg belangrijk. Met drie supermarkten, en een Poiesz die zich aan het versterken is, is er sprake van een groot aanbod. De afhankelijkheid van het toerisme is wel groot. Het toerisme is absoluut een positief aspect, maar vraagt ook om een specifieke benadering en productinvulling. De combinatie van winkels met horeca is goed verzorgd. De zichtbaarheid op social media wordt steeds belangrijker. Hier is nog wel enige winst te behalen.

Balk neemt als voormalige gemeentelijke hoofdkern een sterke positie in binnen het verzorgingsgebied. Maar op termijn zal in Balk en directe omgeving het inwonertal naar verwachting gaan dalen. Met name buiten het toeristenseizoen zal de druk op de bestaande ondernemers hierdoor gaan toenemen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe trends en ontwikkelingen, zoals het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2012; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie of een actualisatie op te stellen.

- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- Voor Balk is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Juist omdat verschillende functies door elkaar aanwezig zijn aan de Van Swinderenstraat is de kans op te grote onderbrekingen van het winkelfront aanwezig.
- De ondernemers zijn bezig met het instellen van een BIZ; dit zal de vereniging duidelijk meer armslag gaan geven. Het versterken van de eigen website door iedere winkel een eigen pagina op [WinkeleninBalk.nl](http://WinkeleninBalk.nl) te geven maakt het aanbod voor bezoekers veel aantrekkelijker. De evenementenkalender kan ook op de eigen website worden uitgewerkt. Ook op het gebied van social media – met name Instagram – liggen kansen.

BALK							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	47	43	91%				
m2 wvo winkels	11.200	9.437	84%				
Aantal inwoners	4.205	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	27,0%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	29,0%	kern Balk		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v	v	supermarkten niet zichtbaar			
Compactheid winkelgebied		v	v	Lidl erbuiten			
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten			v	watersport			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v	buiten seizoen			
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	3		2				
Fullservice/discount	2/3						
% dagelijks aanbod	32%						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Blokker, Kruidvat, Sake Store, Stee						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v			toerisme		
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	591	591	100%	3,6	6,8	6,3	
# vkp	3	3	100%	3,5	6,6	5,6	
aandeel kern	frictie	langdurig	structureel				
vkp	33%	67%	0%				
m2 wvo	19%	81%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2012				
regionale afstemming?	v		niet gestructureerd				
parkeermonitoring?		v	wel onderzoek				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		WHI				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	bezig met BIZ				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	wel gezamenlijke website, geen eigen pagina's					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	wel evenementenkalender, geen bezienswaardigheden					
Facebookpagina aanwezig?	ja						
Instagram aanwezig?	nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	3.545	4.044	227	2.760	33	591	11.200
vkp	12	16	3	12	1	3	47
per 1.000 inwoners	867	989	56	675	8	145	2.740
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# JOURE

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Joure is qua inwonertal de grootste kern van de gemeente De Fryske Marren, bovendien de hoofdkern van de voormalige gemeente Skarsterlân. De Fryske Marren telt bijna 52.000 inwoners, het inwonertal van Joure ligt op ruim 13.000, en is sinds 2015 vrijwel constant gebleven. Het aandeel 65+'ers in Joure ligt met 24,6% ruimschoots boven het landelijk (18,8%) en Fries (20,8%) gemiddelde. Er is derhalve sprake van forse vergrijzing. Op den duur zal naar verwachting het inwonertal dan ook beperkt gaan dalen. Niettemin zal indien mogelijk de meeste nieuwbouw in Joure plaatsvinden. Hoewel Joure niet direct aan een van de Friese Meren gelegen is, is de watersport ook voor Joure van belang. Joure is een plaats waar veel toeristen komen. De naam van Douwe Egberts is sterk verbonden aan Joure, maar ook het water is niet ver weg. In het centrum van Joure staan diverse historische panden. Joure ligt aan een kruispunt van snelwegen, de A7 en de A6 lopen langs de plaats. Verder ligt Joure tussen Sneek en Heerenveen in; naar Sneek is het ongeveer 12 kilometer, naar Heerenveen slechts 9 kilometer.

In totaal is in Joure sprake van een aanbod van ruim 36.600 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 132 winkelpanden. Een aanzienlijk deel hiervan is te vinden in het centrumgebied van Joure. In oppervlakte gerekend is 56% te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 76%. In totaal gaat het dan om bijna 20.500 m<sup>2</sup> wvo in het centrum. Het aanbod in Joure is de afgelopen jaren iets gedaald, zowel in meters als in aantal winkels. Het winkelen in Joure speelt zich met name af aan de Midstraat. Parallel hieraan gelegen ligt de Sinnebuorren; behalve parkeergelegenheid zijn hier ook nog enkele andere trekkers te vinden. De Midstraat is grotendeels voetgangersgebied; alleen de uiteinden zijn toegankelijk voor de auto vanuit één richting. De Midstraat ligt centraal in de plaats, en is via De Merk het verlengde van de Geert Knolweg, een belangrijke aanvoerrote binnen Joure.



De inwoners van Joure hebben de beschikking over 6 supermarkten in de plaats, waarvan er 4 in of aan de rand van het centrum zijn gevestigd. AH heeft als enige een entree aan de Midstraat; Aldi en Budget Food zijn aan de Sinnebuorren gevestigd. Lidl zit net buiten het centrumgebied, naast de bibliotheek, achter De Merk. De grootste supermarkt (Jumbo) ligt solitair buiten het centrum. De trekkers in de niet-dagelijkse sector zitten redelijk verspreid over de Midstraat, hoewel het centrale deel (met onder meer de Hema) het sterkst is. Behalve de Hema zijn in Joure onder meer Blokker, Zeeman, Expert, Action en Kruidvat vertegenwoordigd. Maar in Joure zijn ook zijn vele niet-ketengebonden zaken gevestigd; zij geven Joure een eigen gezicht. Action is ook gevestigd in Joure, aan de Midstraat, maar vóór het voetgangersgedeelte, aan de zuidzijde. Aan de noordkant van de Midstraat is een concentratie van horeca te vinden. Traditioneel kent Joure een sterk aanbod op het gebied van mode; dat is duidelijk terug te zien in het straatbeeld. Het centrum van Joure kent dan ook een bovenlokale verzorgingsfunctie. Overigens is in de Midstraat een mix van verschillende functies aanwezig; het accent ligt op het winkelen, maar ook horeca, wonen, dienstverlening en andere centrumvoorzieningen (o.a. een kerk) zijn aanwezig. Hierdoor ontstaat een aantrekkelijk en afwisselend straatbeeld, waarin voor het winkelen wel enige gevaren schuilen. Het winkelbeeld wordt onaantrekkelijk wanneer de afstand tot het volgende winkelpand te groot wordt. Vooral het deel tussen de Roggemolenstraat en de kerk met de doorsteek naar de Aldi zijn kwetsbaar. Momenteel overheersen de positieve aspecten, mede door de trekkracht van de Action aan de zuidkant.

In Joure bedraagt het leegstandspercentage 8,0% gemeten naar aantal winkels, en bijna 10% gemeten naar m<sup>2</sup> vwo. De meeste leegstaande panden (90%) bevinden zich in het centrum. Bovendien staat een aanzienlijk deel hiervan structureel leeg (langer dan 3 jaar). Deze percentages liggen boven het Nederlands en Fries gemiddelde. Enige jaren geleden lag het percentage hoger; een dalende trend is wel ingezet. De koopkrachtbinding ligt in Joure op een relatief hoog niveau; voor zover er sprake is van afvloeiing komt dit vooral in Heerenveen en Sneek terecht.

## GEBIEDSASPECTEN

Zoals hiervoor al aangegeven is in het centrum van Joure een flinke variatie aan winkels te vinden, met veel ketenbedrijven en lokale ondernemers. Ook diverse kwaliteitsniveaus zijn aanwezig. Verder liggen de supermarkten op één na tegen het centrum aan, of er middenin. Hierdoor kunnen alle winkels optimaal van elkaar profiteren. Hoewel het winkelgebied c.q. de Midstraat behoorlijk lang is, is er wel sprake van de nodige afwisseling. De zichtbaarheid van de winkels is goed, en de looproute is duidelijk voor het recreatief winkelen. Voor het doen van (dagelijkse) boodschappen gaat de bezoeker vooral naar de achterzijde van de Midstraat; maar de verbinding tussen dit gedeelte en de Midstraat is duidelijk en kort. Het parkeren is hoofdzakelijk aan de achterzijden; ook de winkelende bezoeker parkeert hier de auto.

De sfeer in het centrum, met een combinatie van winkels en horeca, is prima. Het voetgangersgebied geeft een rustig straatbeeld, waardoor men ook aangenaam kan winkelen en verblijven. De inrichting van de openbare ruimte is sfeervol en kwalitatief hoogwaardig uitgevoerd, en passend voor een plaats als Joure. Op verschillende plekken staan bankjes om te gaan zitten. Op

woensdagmiddag wordt een weekmarkt gehouden in de Midstraat. De bereikbaarheid van het centrum is in principe goed; het eenrichtingverkeer staat goed aangegeven. Het centrum staat ook duidelijk aangegeven vanaf diverse richtingen. Tevens is sprake van een P-route. Het parkeren in het centrum van Joure is gratis; wel is grotendeels sprake van een blauwe zone (1,5 uur). Zowel achter AH, bij de Lidl en Budget Food zijn relatief grote parkeerterreinen gelegen, die tevens bedoeld zijn voor centumparkeren. Het Waagplein is een kleiner, drukbezet parkeerterrein. Uit onderzoek is gebleken, dat het aantal parkeerplaatsen voor het centrum voldoende is. Kwalitatief zijn de locaties goed te bereiken en zijn de plaatsen ook groot genoeg. Het parkeerterrein bij Lidl ligt buiten het zicht; deze wordt vooral voor bezoekers van Lidl (en Action) gebruikt. Fietsenklemmen zijn in beperkte mate aanwezig in de Midstraat zelf. Bij de supermarkten zijn evenmin klemmen, met uitzondering van Budget Food.

Tijdens het koopstromenonderzoek kreeg Joure van de bezoekers een goede waardering voor de verschillende aspecten van het winkelgebied; vooral de bereikbaarheid en het parkeren scoorden hoog. Maar ook de gezelligheid en het horeca-aanbod werden hoog gewaardeerd. De horeca bevindt zich vooral geconcentreerd aan het begin van de Midstraat, maar met name de detailhandel-ondersteunende horeca zit ook verspreid over de Midstraat. Overige voorzieningen die het centrum verder kunnen ondersteunen, zoals de VVV, een museum en de bibliotheek, zijn in het centrum aanwezig. Juist ook voor het toerisme en de recreatie zijn dit aantrekkelijke elementen, in combinatie met het shoppen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor de gemeente De Fryske Marren is aanwezig en dateert van 2012. Mede naar aanleiding van de visie en het koopstromenonderzoek zijn diverse acties door de ondernemers in gezamenlijkheid met de gemeente opgepakt. Op het gebied van parkeren is in 2016 onderzoek verricht naar onder meer de bezettingsgraad. In Joure is in 2018 het onderzoek herhaald, waarna besloten is om de blauwe zone iets aan te passen. Van regionale afstemming over het detailhandelsbeleid is wel sprake, doch niet op een gestructureerde wijze. Met name met de gemeente Súdwest-Fryslân vindt wel regelmatig overleg plaats.

In Joure is een ondernemersvereniging actief, de WIH. Verder is er een overkoepelende organisatie, Ondernemersvereniging Skarsterlân, aanwezig. De WIH is een actieve club, waar diverse acties zijn opgepakt. Zo is hard gewerkt aan het opzetten van een BIZ voor het kernwinkelgebied; deze is inmiddels gerealiseerd. Ook is er sinds april 2019 een centrummanager aangesteld. De WIH heeft regelmatig overleg met de gemeente en onderneemt diverse activiteiten. Specifiek voor de toeristisch-recreatieve sector is de overkoepelende ondernemersvereniging Recreatie en Toerisme de Friese Meren.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in het centrum van Joure, dan blijken zowel TeJoure.nl als VVV Waterland van Friesland redelijk hoog te staan bij Google. De VVV-site is uiteraard niet primair voor winkels bedoeld. Op TeJoure.nl staan duidelijk de winkels vermeld, maar een kaart, foto's, contactgegevens en openingstijden ontbreken, en de winkels staan er niet gesorteerd. Evenmin staan ze direct onder de kop "Winkelen" vermeld. Na enkele malen doorklikken komt men uiteindelijk wel bij winkels, maar ongesorteerd, terecht. Deze vermelding is voor verbetering vatbaar. Wanneer een bezoeker/toerist wil ontdekken wat er zoal te doen is in Joure, dan komen verzamelsites als TripAdvisor, Dagjeweg en Zoover bovenaan bij Google, met bezienswaardigheden in o.a. Joure, Sneek en Heerenveen. Daaronder komen dan TeJoure.nl en de VVV, waarbij vooral de eerste een duidelijke en aantrekkelijke agenda heeft.

De winkels van Joure hebben een gezamenlijk Facebook- en Instagram-account TeJoure. Het geheel is goed op elkaar afgestemd. De Facebookpagina deelt vooral evenementen. De pagina Winkels Joure (WinkelsInDeMid) brengt winkels en winkeliers op een aantrekkelijke wijze in beeld. het Instagramaccount TeJoure toont algemene evenementen en kalenders van activiteiten in de Midstraat. Berichten over winkeliers kunnen nog meer gedeeld worden op de social media accounts van TeJoure.nl.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Joure weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Compact winkelgebied	Veel onderbrekingen in winkelfront
Sfeervolle Midstraat	Leegstand
Combi fun- en runshopping	Presentatie en profilering winkels
Veel diverse horeca	
Parkeren	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Winkels op de website	Groei online winkelen
Aanwezigheid BIZ en centrummanager	Vergrijzing
Samenwerking	Nabijheid Heerenveen en Sneek

Joure heeft een goed aanbod, groot en gevarieerd. Zowel op gebied van de dagelijkse voorzieningen als voor het shoppen zijn diverse winkels aanwezig. De combinatie van de winkels met het horeca-aanbod, toeristische voorzieningen, een gezellige inrichting en voldoende parkeerplaatsen verspreid over het centrum, maken dat Joure veel te bieden heeft. De randvoorwaarden zijn goed ingevuld. Helaas is er wel sprake van enige leegstand, maar deze is (nog) niet dermate groot, dat het erg opvalt tijdens het winkelen. Het winkelfront in de Midstraat wordt vanwege de combinatie van functies, inclusief wonen, regelmatig onderbroken. Wanneer de leegstaande panden juist hier in de buurt zitten wordt de afstand naar het volgende pand al snel te groot. De aanwezigheid van een BIZ en het aanstellen van een centrummanager geven aan dat de ondernemers actief bezig zijn met het centrumgebied. Hierdoor kan snel actie worden ondernomen wanneer de noodzaak aanwezig is. De bedreigingen voor Joure komen vooral van externe factoren. De groei van het online winkelen maakt dat ondernemers zich goed moeten profileren, ook op social media; hier zijn al flinke stappen gezet, maar op de website kan het nog beter. De presentatie en profilering van de winkels is over het algemeen matig en verdient een kwalitatieve opwaardering.

De nabijheid van Heerenveen en Sneek maakt het voor Joure lastig om voor de shoppende bezoeker aantrekkelijk te blijven. Het aanbod in de modebranche is gevarieerd, maar is de afgelopen jaren wel afgenomen. Hierin loopt Joure mee met de landelijke trend. In vergelijking met de andere twee kernen zijn de bereikbaarheid en het gratis parkeren sterke pluspunten.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe trends en ontwikkelingen, zoals het online winkelen, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2012; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie of een actualisatie op te stellen.
- Het oplossen van de structurele leegstand is altijd en overal een prioriteit. Het is op dit moment (nog) niet hinderlijk aanwezig in het straatbeeld, maar de dreiging is er wel degelijk.
- Voor Joure is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. Enige aanscherping is hier wellicht nog mogelijk.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.

- Het uitbouwen van het sterke DNA-profiel voor Joure kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid van met name de winkels en winkeliers verhoogd worden op de website TeJoure. In het geval van Joure liggen hier nog kansen ter verbetering.

JOURE							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	132	100	76%				
m2 wvo winkels	36.673	20.465	56%				
Aantal inwoners	13.068	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,7%	kern Joure		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				Museum Joure, bibliotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	4		4	AH, Aldi, Lidl, Budget Food			
Fullservice/discount	1/3						
% dagelijks aanbod	23%						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Action, Expert, Blokker						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		bovenlokaal					
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	5.182	1.775	34%	9,9	6,8	6,3	
# vkp	20	18	90%	8	6,6	5,6	
aandeel kern	fictie	langdurig	structureel				
vkp	28%	39%	33%				
m2 wvo	14%	35%	51%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2012				
regionale afstemming?		v	wel overleg met SWFr				
parkeermonitoring?	v		2016, 2018				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.	v						
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel BIZ				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	TeJoure.nl hoog in lijst, maar winkels niet duidelijk genoeg					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	Verzamelsites komen bovenaan					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Ja						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	8.489	8.059	983	12.789	1.171	5.182	36.673
vkp	24	38	6	37	7	20	132
per 1.000 inwoners	649	616	75	977	89	396	2.802
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
<b>010000 &lt;= Inwklasse &lt;015000</b>	<b>470</b>	<b>375</b>	<b>80</b>	<b>977</b>	<b>86</b>	<b>232</b>	<b>2.220</b>
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# LEMMER

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Lemmer is qua inwonertal de tweede kern van de gemeente De Fryske Marren, na Joure. De Fryske Marren telt bijna 52.000 inwoners, het inwonertal van Lemmer ligt op ruim 10.300, en is sinds 2015 met ongeveer 200 inwoners licht gestegen. Het aandeel 65+'ers is in Lemmer duidelijk hoger dan landelijk het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van vergrijzing. Op den duur zal naar verwachting het inwonertal beperkt gaan dalen. Het aandeel van jongeren (< 25 jaar) ligt ook iets hoger; ontgroening speelt hier niet. In Lemmer zijn de watersport en het toerisme van groot belang. De plaats ligt direct aan het IJsselmeer en de Grote Brekken, met een directe verbinding naar het Tjeukemeer. Geografisch ligt Lemmer in de zuidelijke hoek van de provincie, op de grens met de provincie Flevoland. Grotere kernen liggen op relatief grote afstand. De afstand tot Emmeloord bedraagt zo'n 15 kilometer, naar Sneek is het ruim 20 kilometer. De afstand tot Heerenveen is eveneens zo'n 20 kilometer.

In totaal is in Lemmer sprake van een aanbod van 26.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 95 winkelpanden. Een aanzienlijk deel hiervan is te vinden in het historische centrumgebied van Lemmer. In oppervlakte gerekend is 60% van het aanbod te vinden in het centrum, terwijl in het aantal winkelpanden gerekend dat percentage 76 is. In totaal gaat het dan om ruim 15.700 m<sup>2</sup> wvo in het centrum. Het aanbod in Lemmer is de afgelopen jaren iets gedaald. Het winkelen in Lemmer speelt zich met name af rondom de sluis/Het Dok, alle kanten op. Zo zijn de Lange- en Kortestreek, de Oudesluis, de Nieuwedijk, de Gedempte Gracht en Het Burgemeester Krijgerplein traditioneel straten met veel winkels. Als belangrijke aanvoerroute was en is de Vissersburen eveneens een winkelstraat. De Korte- en Langestreek en de Oudesluis hebben daarnaast een sterke functie voor de horeca, door de ligging aan het water.

Voor supermarkten waren de panden in dit gedeelte al snel te klein; daardoor zijn deze veel meer aan de rand van het winkelgebied terecht gekomen, waar tevens meer parkeergelegenheid te vinden is. De Jumbo, de Aldi en de Lidl liggen vlakbij elkaar aan de Stationsstraat/Tramstraat. De Spar bevindt zich als enige aan de noordzijde van het centrum, terwijl de Poiesz net buiten het centrum aan de oostzijde te vinden is. De combinatie van de 3 supermarkten (van bescheiden omvang) aan de zuidzijde, met een passage naar de Nieuwedijk, samen met onder meer een Action, heeft het zwaartepunt van het boodschappen doen duidelijk naar deze zijde doen verplaatsen. Toch zit een deel juist ook aan de Vissersburen. Het recreatieve en toeristische deel zit meer bij de sluis en aan het water. Hier zijn diverse vooral lokaal/regionaal bekende ondernemers te vinden. Aan de Vissersburen zit onder meer de Hema. In Lemmer zijn vooral de groepen 'Dagelijks' en Mode & Luxe dus sterk vertegenwoordigd. Dag- en avondhoreca is volop aanwezig langs het water en bij de sluis. Er is in Lemmer sprake van een compleet aanbod, met een mix van keten- en lokale bedrijven. Het centrum van Lemmer heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie, met een sterke plus vanwege het toerisme.

Het complete aanbod is fors in omvang; dit geldt met name voor het dagelijkse aanbod en voor de branche Mode en Luxe. Toch hebben de supermarkten geen grote oppervlakte, naar moderne maatstaven. Alleen de twee supermarkten van Poiesz kennen een passende oppervlakte. De onderlinge concurrentiestrijd in deze branche is groot. Voor het aanbod Mode & Luxe zorgt het toerisme voor de gewenste aanvulling in bestedingen. Dankzij een licht gestegen inwonertal en een dalend winkelaanbod de afgelopen jaren functioneren de winkels weer iets beter dan tijdens de economische crisis. In Lemmer bedraagt het leegstandspercentage slechts 5,8% gemeten naar m<sup>2</sup> vvo en 5,5% naar het aantal panden. Deze percentages liggen onder het Nederlands en Fries gemiddelde. Enige jaren geleden waren ze beduidend hoger.

## GEBIEDSASPECTEN

In het centrum is een flinke variatie aan winkels te vinden, met zowel veel ketenbedrijven als ook veel lokale ondernemers. Niet alle bedrijven zijn direct zichtbaar. Het winkelgebied is redelijk uitgestrekt. Het recreatieve en toeristische deel speelt zich vooral af langs het water (het middengedeelte), en in mindere mate aan de Vissersburen. Voor het doen van (dagelijkse) boodschappen moet de bezoeker via de passage (lastig te vinden vanuit het centrum) naar de Stationsstraat, waar de supermarkten en bijvoorbeeld de Action zijn gevestigd. Ook aan de Vissersburen bevindt zich een deel van het dagelijks aanbod. Buiten het seizoen zullen inwoners vooral met de auto beide delen afzonderlijk bezoeken. In het centrum zijn de zichtlijnen en looproutes prima.

De ambiance in het centrum is door de combinatie van water, winkels en horeca, prima. Langs het water staan diverse bankjes en er zijn vele terrassen aanwezig. Bij de sluis is altijd iets te zien. Op donderdagmiddag wordt een weekmarkt gehouden op het Fedde Schurerplein en de Gedempte Gracht. De bereikbaarheid van het centrum is in principe goed. Inwoners kennen de routes. Tijdens het toeristenseizoen is het vinden van de weg iets lastiger. Weliswaar is sprake van een P-route (niet overal, en geen centrumaanduiding), maar de route van de noord- naar de zuidzijde en vice versa is



niet helder. De mogelijkheden voor kort en lang parkeren zijn niet duidelijk weergegeven. In het centrum van Lemmer (inclusief de supermarkten) is sprake van kort parkeren (2 uur). Op enkele locaties buiten het centrum kan men lang en gratis parkeren. In juni 2015 is een verkeersstudie in het centrum van Lemmer uitgevoerd. De druk op de plekken met een blauwe zone bleek erg hoog te zijn, met name bij de iets grotere parkeerterreinen. Buiten het seizoen is het geen probleem, maar de toegangswegen lopen snel vol. In het seizoen is de dubbelfunctie van het Stationsplein (boodschappen doen en centumparkeren) een lastige. Kwalitatief zijn de meeste parkeerplaatsen prima, hoewel het terrein aan de Schoolstraat nog geen schoonheidsprijs verdient. Busroutes lopen niet direct door het centrum; één halte zit op relatief korte loopafstand.

De inrichting van de openbare ruimte in het centrum van Lemmer is over het algemeen goed verzorgd; hier is volop in geïnvesteerd. Tijdens het koopstromenonderzoek kreeg Lemmer hier nog geen optimale waardering voor; mogelijk dat de 'stenige' uitstraling hier nog debet aan is. Het ziet er verder kwalitatief goed uit. De horeca kreeg een hoge waardering. Fietsenklemmen zijn vooral bij de supermarkten aanwezig. Verder staan langs het water veel bomen, plantenbakken en bankjes, die de aantrekkelijkheid en sfeerbeleving nog verder versterken. Overige voorzieningen die het centrum verder kunnen ondersteunen zijn niet zozeer in het centrum aanwezig. De bibliotheek zit buiten het centrum, evenals de scholen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor de gemeente De Fryske Marren is aanwezig en dateert van 2012. Mede naar aanleiding van de visie en het koopstromenonderzoek zijn diverse acties door de ondernemers in gezamenlijkheid met de gemeente opgepakt. Monitoring van het parkeren vindt niet structureel plaats, maar via de ondernemersvereniging houdt de gemeente de vinger aan de pols. Van regionale afstemming over het detailhandelsbeleid is wel sprake, doch niet op een gestructureerde wijze. Met name met de gemeente Súdwest-Fryslân is wel regelmatig afstemming.

In Lemmer is een ondernemersvereniging actief, de Ondernemersvereniging Lemmer (OvL). Dit is een actieve club met relatief veel jonge ondernemers. Zij zijn op dit moment bezig met het mogelijk instellen van een BIZ. De OvL heeft regelmatig overleg met de gemeente, ze onderneemt diverse activiteiten en heeft een eigen website. Een centrummanager is in Lemmer niet aanwezig, en evenmin speciale detailhandelsregelingen. De bedrijven zijn o.a. verenigd in de Vereniging van Bedrijven Lemsterland (VvBL). Specifiek voor de toeristisch-recreatieve sector is er de overkoepelende ondernemersvereniging Recreatie en Toerisme de Friese Meren.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in het centrum van Lemmer, komt hij terecht bij de sites [WaterlandvanFriesland.nl](http://WaterlandvanFriesland.nl) (van de VVV) en [HartvanLemmer.nl](http://HartvanLemmer.nl). De VVV-site is uiteraard niet primair voor winkels bedoeld. HartvanLemmer toont een link naar de aanwezige bedrijven, waaronder de winkels; foto's, contactgegevens en openingstijden staan niet

direct vermeld. Het betreft geen beveiligde verbinding. Wel bevat deze site een uitgebreide en aantrekkelijke evenementenkalender. Bezienswaardigheden worden hier niet vermeld, waardoor men is aangewezen op o.a. TripAdvisor en Dagjeweg.nl, die op dezelfde pagina ook attracties in andere plaatsen aanbieden.

De winkels van Lemmer hebben een gezamenlijke Facebookpagina Hart van Lemmer. Deze laat leuke evenementen en momenten in Lemmer zien. Vaak worden meerdere evenementen in één bericht aangekondigd, waardoor een deel niet in beeld komt. Er is geen gezamenlijke Instagram-account. Wel zijn diverse winkels actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Lemmer weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Sterk dagelijks aanbod	Onevenwichtig dagelijks aanbod
Gevarieerd niet-dagelijks aanbod	Verspreid aanbod dagelijks
Goede ambiance langs het water	Onbeveiligde website
Veel diverse horeca	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Parkeeraanduiding en verwijzing	Groei online winkelen
Instagram toevoegen	Afhankelijkheid toerisme
Invoeren BIZ	Vergrijzing
	Omvang en trekkracht supermarkten

Lemmer kent een goed aanbod, dat groot is en gevarieerd. Gezien de beperkte leegstand lijken vraag en aanbod redelijk in evenwicht te zijn. Het hart van Lemmer zit rond het water en de sluis. De sfeerbepalende elementen zijn vooral hier te vinden. Wel is de afhankelijkheid van het toerisme groot. Winkelaanbod en horeca zijn hier goed op afgestemd. Het zwaartepunt van het boodschappen doen ligt vooral in en om de Stationsstraat. Hier zitten 3 van de 4 supermarkten, waarvan met name de discounters een kleine oppervlakte hebben. Ook de Action is hier gevestigd, alsmede Scapino en Zeeman. Mede door de aanwezigheid van deze trekkers is de druk op dit parkeerterrein erg hoog. De verwijzing naar en van parkeerlocaties kan nog beter verzorgd worden.

De ondernemersvereniging in Lemmer is heel actief; de mogelijke invoering van de BIZ is een hele klus, maar is voortvarend aangepakt. Dit zal de vereniging duidelijk meer armslag geven. Het verder versterken van de social media zal hier een onderdeel van moeten worden, zoals gezamenlijke communicatie.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe trends en ontwikkelingen, zoals het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2012; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie of een actualisatie op te stellen.
- Om het straatbeeld ook in de toekomst zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. De winkels hebben elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken. Op dit moment zit het aanbod behoorlijk ver van elkaar, zowel het dagelijks als niet-dagelijks aanbod.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn. Mogelijk kan volgend hierop een stimuleringsregeling gericht op de aanpak van winkelpanden in beeld gebracht worden.
- De ondernemers zijn bezig met het instellen van een BIZ; dit zal de vereniging duidelijk meer armslag gaan geven. Het beveiligen van de eigen website, het versterken van de website en het toevoegen van Instagram kunnen dan opgepakt worden.
- De zichtbaarheid van de afzonderlijke delen in het centrum is niet optimaal; hierin is niet direct veel te veranderen, maar met verwijzing en goede looproutes kan het wel zoveel mogelijk gefaciliteerd worden.
- Ook de aanduiding van en de verwijzing naar de parkeerlocaties kan nog verder versterkt worden om onnodig zoekverkeer te voorkomen.

LEMMER							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	95	72	76%				
m2 wvo winkels	26.001	15.724	60%				
Aantal inwoners	10.313	<i>stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	22,5%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,0%	kern Lemmer		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v	v					
Compactheid winkelgebied	v	v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten			v	sluis, jachthavens, Woudagemaal			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	6		4				
Fullservice/discount	4/2			randen centrum en wijk			
% dagelijks aanbod	26%						
Trekkers niet-dagelijks	Action, Hema, Zeeman, Scapino						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		bovenlokaal					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	2.188	1.202	55%	5,8	6,8	6,3	
# vkp	13	8	62%	5,5	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	25%	50%	25%				
m2 wvo	7%	65%	28%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2012				
regionale afstemming?		v	niet gestructureerd				
parkeermonitoring?		v	wel onderzoek				
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVL				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	bezig met BIZ				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	hoog in de lijst					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	Uitgebreide evenementenkalender					
Facebookpagina aanwezig?	ja						
Instagram aanwezig?	nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	6.865	6.636	792	7.778	1.742	2.188	26.001
vkp	23	31	3	20	5	13	95
per 1.000 inwoners	671	649	77	761	170	214	2.542
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
<b>010000 &lt;= Inwklasse &lt;015000</b>	<b>470</b>	<b>375</b>	<b>80</b>	<b>977</b>	<b>86</b>	<b>232</b>	<b>2.220</b>
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# SINT NICOLAASGA

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Sint Nicolaasga is qua inwonertal de vierde kern van de gemeente De Fryske Marren, na Joure, Lemmer en Balk. De Fryske Marren telt bijna 52.000 inwoners, het inwonertal van Sint Nicolaasga ligt op ruim 3.300, en is sinds 2015 redelijk constant. In het verleden (2012) telde Sint Nicolaasga wel meer inwoners, ruim 3.600. Het aandeel 65+'ers is in het dorp groter dan landelijk het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van aanzienlijke vergrijzing. Op den duur zal naar verwachting het inwonertal beperkt gaan dalen. In Sint Nicolaasga zijn watersport en toerisme weliswaar van belang - er is een jachthaven - maar niet dominant aanwezig. De afstand tot het water (Tjeukemeer) is tamelijk groot. In het hart van het dorp is geen water aanwezig. Even buiten Sint Nicolaasga (Legemeer) is een golfbaan gelegen. Sint Nicolaasga ligt ten zuidwesten van Joure, op slechts 5 kilometer afstand. Sint Nicolaasga is vooral op Joure georiënteerd. Op iets grotere afstand liggen de kernen Sneek en Heerenveen, met een veel groter aanbod.

In totaal is in Sint Nicolaasga sprake van een aanbod van bijna 8.700 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 17 winkelpanden. Slechts een beperkt deel hiervan is te vinden in het centrumgebied van Sint Nicolaasga. In oppervlakte gerekend is dat slechts 20%, en in aantal winkelpanden gerekend 41%. In totaal gaat het dan om ruim 1.700 m<sup>2</sup> wvo in het centrum. Het winkelen in Sint Nicolaasga bestaat hoofdzakelijk uit het gericht boodschappen doen. De supermarkt van Jumbo aan de Molewei is hierin heel bepalend. Deze supermarkt heeft een echte dorpsfunctie; een PostNL-punt en de VVV zijn in de Jumbo aanwezig. Daarnaast is dagelijks aanbod aanwezig aan de Gaastweg, om de hoek van de Jumbo. Hier zijn de drie versspecialzaken geconcentreerd bij elkaar te vinden, en ook de drogist zit ernaast. Verder is er nog een modezaak en enige horeca aanwezig in dit deel van het dorp. Elders is een tweewielerzaak gevestigd.

Aan de doorgaande weg (N927 en Industrieweg) langs Sint Nicolaasga zitten enkele grootschalige aanbieders, zoals een woninginrichtingszaak en een badkamer/tegelzaak.

In Sint Nicolaasga bedraagt het leegstandspercentage 7,4% gemeten naar m<sup>2</sup> wvo en 7,9% naar aantal panden. Deze percentages liggen iets boven het Nederlands en Fries gemiddelde. Twee van de drie leegstaande panden zitten in het centrum.

De verzorgingsfunctie van Sint Nicolaasga is lokaal verzorgend en voor de woninginrichting een bovenlokale functie.

## GEBIEDSASPECTEN

Het aantal winkels in het centrum van Sint Nicolaasga is beperkt, maar het aanbod dagelijks is met een supermarkt van voldoende omvang en met de verszaken en drogist goed voor elkaar. Voor een dorp als Sint Nicolaasga is dat het belangrijkste. De overige winkels, zoals kleding- en fietsenzaken, zorgen voor een prima aanvulling. Het parkeren is zowel bij de supermarkt als op het terreintje er tegenover als in de straat voldoende geregeld, en ook kwalitatief naar behoren. Hoewel het toerisme in Sint Nicolaasga beperkt is, zal in het seizoen het 'straat'-parkeren wel eens lastiger zijn. De zichtlijnen en looproutes zijn prima. De meeste winkels concentreren zich vooral rondom het kruispunt van de Molewei en Gaastweg. Hoewel enkele winkels elders zitten, is de compactheid hiermee naar behoren.

Ook de meeste horecagelegenheden zijn gevestigd in het centrum. Hierin is bovendien nog enige variatie aanwezig, van snackbar tot eetcafé. Verder is ook dienstverlening (een kapper, een makelaar) te vinden. In de supermarkt zijn voorzieningen zoals een VVV opgenomen; hiermee krijgt de supermarkt nog meer een dorpsfunctie. Overige voorzieningen (bibliotheek, school, zorgcentrum) zitten net iets verder van het centrum.

De sfeer in het centrum is goed, waarbij de horeca met de terrassen (en het toerisme) net voor dat extra stukje beleving zorgen. De inrichting van de openbare ruimte is passend voor een plaats als Sint Nicolaasga. De bereikbaarheid van de winkels is door de centrale ligging in het dorp prima. Ook loopt er een busroute door het centrum. Fietsenklemmen zijn vooral bij de supermarkten te vinden.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor de gemeente De Fryske Marren is niet aanwezig. Van regionale afstemming over het detailhandelsbeleid is wel sprake, doch niet op een gestructureerde wijze. Met name met de gemeente Súdwest-Fryslân is wel regelmatig afstemming. Voor Sint Nicolaasga is vooral de interne afstemming binnen De Fryske Marren van belang.

In Sint Nicolaasga is een ondernemersvereniging actief, de Ondernemersvereniging Sint Nicolaasga (OVS). De OVS heeft regelmatig overleg met de gemeente, ze onderneemt diverse activiteiten en

heeft een eigen website. Het ledental bedraagt zo'n 120. Een centrummanager is in Sint Nicolaasga niet nodig en niet aanwezig, en evenmin zijn er speciale detailhandelsregelingen. De bedrijven zijn o.a. verenigd in de Vereniging van Bedrijven Lemsterland (VvBL). Specifiek voor de toeristisch-recreatieve sector is er de overkoepelende ondernemersvereniging Recreatie en Toerisme de Friese Meren.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in het centrum van Sint Nicolaasga, komt hij/zij terecht bij verzamelsites als [Openingstijden.nl](http://Openingstijden.nl) en [123Shoppennl.nl](http://123Shoppennl.nl). Een gezamenlijke website ontbreekt. De genoemde websites tonen een onaantrekkelijk, maar wel vrij volledig beeld van het winkelaanbod. Om te achterhalen wat er zoal te doen is in Sint Nicolaasga komt de bezoeker via Google wederom terecht bij diverse verzamelsites zoals [TripAdvisor](http://TripAdvisor.nl) en de [VvV Waterland van Friesland](http://VvVWaterland.nl). Deze laatstgenoemde bevat een aantrekkelijke evenementenkalender, waar geselecteerd kan worden op de plaats.

De winkels van Sint Nicolaasga hebben geen gezamenlijk Facebook- of Instagramaccount. De meeste winkels zijn individueel wel op Facebook actief. Dit is niet het geval bij Instagram; hier is men nauwelijks op actief.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Sint Nicolaasga weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Sterk dagelijks aanbod	Beperkt consumenten draagvlak
Parkeergelegenheid	
Goede sfeer	
Aanvullende horeca	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Instagram toevoegen	Groei online winkelen
Gezamenlijke website	Vergrijzing
	Verdere daling inwonertal

---

---

Sint Nicolaasga heeft een goed dagelijks aanbod, met een supermarkt van voldoende omvang. Ook is nog sprake van enige aanvullende winkels. De parkeergelegenheid is voor de deur of direct bij de supermarkt. De winkels zitten redelijk geconcentreerd in het centrum. Een verdere concentratie is wellicht het onderzoeken waard. Wel is sprake van enige leegstand. Met name de horeca met terrasvorming zorgt voor de nodige sfeer. Toch is het consumentendraagvlak beperkt voor de winkels in Sint Nicolaasga; bovendien ligt Joure vlakbij. Het inwonertal zal op termijn gaan dalen, te meer daar sprake is van behoorlijke vergrijzing. Het toerisme zorgt in Sint Nicolaasga voor meer drukte in het dorp en hogere bestedingen, maar het blijft beperkt in omvang. Juist voor bezoekers van de jachthaven is het wel van belang dat ook de social media goed verzorgd zijn. Daar is op dit moment zeker nog winst te behalen. Een gezamenlijke website waarop winkels worden gepresenteerd en social media met gezamenlijke accounts zijn aan te bevelen.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe trends en ontwikkelingen, zoals het online shoppen, aan te bevelen. De meest recente dateert van 2012, voordat Sint Nicolaasga bij deze gemeente hoorde; over het algemeen is het goed om eens per 5 jaar een nieuwe visie of een actualisatie op te stellen.
- Voor Sint Nicolaasga is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. Onderzoek naar verdere concentratie van voorzieningen is aan te bevelen.
- De online zichtbaarheid en vindbaarheid kan verhoogd worden met een goede collectieve website. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt. In het geval van Sint Nicolaasga liggen hier nog kansen ter verbetering. Hierin kan ook de samenwerking gezocht worden met de horeca en dienstverlening, waarbij ook aandacht is voor het toerisme.



SINT NICOLAASGA							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	17	7	41%				
m2 wvo winkels	8.687	1.756	20%				
Aantal inwoners	3.321	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	22,4%			18,8%	20,8%		
Percentage <20 jaar	28,3%	St. Nicolaasga		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v	dagelijks			
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte		v					
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				VVV in Jumbo			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen		v					
<b>ja nee aantal centrum</b>							
Supermarkt aanwezig?	1			1			
Fullservice/discount	1/0						
% dagelijks aanbod	15%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
<b>wijk lokaal regionaal provinciaal</b>							
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	935	485	52%	7,4	6,8	6,3	
# vkp	3	2	67%	7,9	6,6	5,6	
<b>aandeel kern</b>							
	fictie	langdurig	structureel				
vkp	50%	0%	50%				
m2 wvo	84%	0%	16%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v					
regionale afstemming?	v			niet gestructureerd			
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v			OVS			
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Geen gezamenlijke website					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Verzamelsites en Waterland van Friesland					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	4.487	1.031	147	3.218	1.510	1.321	11.714
vkp	5	1	0	7	1	3	17
per 1.000 inwoners	404	16	0	1.860	65	283	2.628
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# BOLSWARD

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Bolsward is na Sneek de tweede kern van de gemeente Súdwest-Fryslân. Súdwest-Fryslân telt bijna 90.000 inwoners, het inwonertal van Bolsward ligt op ruim 10.100. Het inwonertal is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven. Er is in de gemeente net een nieuwe Woonvisie opgesteld; hierin komt naar voren dat met name de stedelijke zone (waaronder Bolsward) de komende jaren nog enige nieuwbouw zal kennen. De verwachting voor de komende jaren is dan ook dat het inwonertal van Bolsward in ieder geval op peil zal blijven. Het aandeel 65+'ers in Bolsward ligt met 22,9% hoger dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van vergrijzing. Van ontgroening is geen sprake van een sterke afwijking; dit percentage ligt vrijwel gelijk aan het Fries en Nederlands gemiddelde. De stad Bolsward ligt geografisch gezien in het westen van de provincie, met een tamelijk omvangrijk regiogebied tot aan het IJsselmeer. De afstand tot de grotere kern Sneek bedraagt ongeveer 10 kilometer, terwijl Leeuwarden op zo'n 25 kilometer afstand ligt.

Als een van de Friese Elfsteden kent Bolsward een historisch centrum en ontvangt vele toeristen. Het grootste (recreatieve) winkelaanbod is in het centrum te vinden, terwijl direct buiten het centrum de supermarkten gevestigd zijn. De bewinkeling van Bolsward bevindt zich met name aan de Appelmarkt, de Marktstraat en de Dijkstraat. Hier is een aantrekkelijke mix van ketenbedrijven en lokale ondernemers te vinden. Zo zijn hier Hema, Blokker en Expert gevestigd, maar ook Hendriksen en Intence. Het winkel- en horeca-aanbod loopt via de Jongemastraat nog door tot aan het Broereplein. In totaal is in Bolsward sprake van een aanbod aan ruim 25.600 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 106 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is bijna de helft hiervan te vinden in het centrum, en gerekend in het aantal winkelpanden 77%. Het gaat dan om bijna 11.800 m<sup>2</sup> wvo verdeeld over 82 winkels. Net buiten de gracht liggen aan de oostzijde (aan de Snekeweg) de supermarkten van Jumbo en Aldi; aan de noordwestzijde ligt de Poiesz. In Bolsward als geheel is het grootste aanbod

te vinden in de groep Mode & Luxe, en dan vooral in het centrum. De binnenstad van Bolsward heeft een bovenlokale, beperkt regionale verzorgingsfunctie.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 7,9. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage slechts 4,9. De leegstand is voor tweederde deel in het centrumgebied te vinden. Het gaat vooral om langdurige (tussen de 1 en 3 jaar leeg) en frictieleegstand (minder dan 1 jaar leeg). Het aantal leegstaande panden ligt boven het Nederlands en Fries gemiddelde, en valt ook op in het straatbeeld. Bovendien zorgen het voormalige gemeentehuis en de bibliotheek als grote gebouwen voor een onderbreking van het winkelfront, maar gelukkig heeft het gemeentehuis een andere aantrekkelijke functie gekregen, namelijk die van cultuur-historisch centrum.

Parkeren is zowel in de binnenstad als op diverse parkeerterreinen rondom het centrumgebied mogelijk. In het centrum is sprake van betaald parkeren.

## GEBIEDSASPECTEN

Bolsward kent een behoorlijke variatie aan winkels van diverse kwaliteitsniveaus. Zowel ketens (o.a. Expert, Hema, Blokker) als eigen ondernemers zijn te vinden in de binnenstad. Verder is in het hart ook de (dag)horeca vertegenwoordigd. Vooral langs het water is sprake van een gezellige, historische ambiance. Tijdens het seizoen komen diverse toeristen naar Bolsward, maar ook buiten het seizoen heeft Bolsward van oudsher een behoorlijke trekkracht op de inwoners van het regiogebied. Het accent ligt in het centrum vooral op het niet-dagelijks aanbod, aangevuld met o.a. drogisten en versspeciaalzaken. De supermarkten bevinden zich buiten de gracht. Aan de Snekerstraat zit een grote sterke Jumbo; hier tegenover zit sinds enige jaren een volwaardige Aldi. Bij deze supermarkten liggen veel parkeerplaatsen. De Poiesz zit aan de andere kant van de binnenstad, met ook een eigen parkeergelegenheid.

Bolsward is goed bereikbaar vanuit de omgeving; de A7 loopt langs Bolsward, en ook de N359 (Leeuwarden – Workum) loopt er direct langs. De belangrijkste winkelstraat van Bolsward is tevens een doorgaande route door het centrum; hierdoor is het tijdens het toeristenseizoen behoorlijk druk. Buiten het seizoen zijn de winkels ook in het centrum goed bereikbaar per auto. Op de fiets is alles uiteraard goed bereikbaar; fietsenklemmen zijn volop aanwezig aan de Marktstraat, maar niet aan de kant van de Appelmarkt. Op donderdagochtend wordt de weekmarkt gehouden aan de Appelmarkt. De belangrijkste zicht- en looproutes in het centrum zijn duidelijk, maar een zichtrelatie met de supermarkten buiten het centrum ontbreekt. De compactheid van het centrumgebied is prima; weliswaar zitten de supermarkten op afstand, maar de overige winkels liggen vlakbij elkaar. De inrichting van de openbare ruimte ziet er goed uit, met groen, bloemen en passende verlichting. Bankjes (zonder verplichte consumptie) zijn niet aanwezig. Het voormalige gemeentehuis op de kop van de Appelmarkt krijgt een andere invulling; hier worden drie musea, de bibliotheek en het archief samengevoegd tot een cultuurhistorisch centrum.

In het centrum van Bolsward is sprake van betaald parkeren. Dit kan met name langs de weg of op het Broereplein. De capaciteit is beperkt. Aan de Harlingerstraat bestaat de mogelijkheid voor kort parkeren (blauwe zone). Op het Plein 1455 en bij de supermarkten is volop parkeergelegenheid te

vinden. Deze gelegenheid is bestemd voor lang parkeren en is gratis. Hoewel er sprake is van een P-route staat de route naar het lang parkeren niet optimaal aangegeven. Kwantitatief lijkt het aantal plaatsen buiten het seizoen voldoende te zijn; ook kwalitatief is dit het geval. Op de piekmomenten van de supermarkten is het lastig om er een parkeerplek te vinden (met name bij de Jumbo). Dit parkeerterrein heeft dan ook een dubbelfunctie: voor het centrum en voor de supermarkt. Zeker in het seizoen is de druk op het terrein hoog. Vooral Plein 1455 is in de drukke zomerperiode een opvangplek voor lang parkeren.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente gemeentelijke detailhandelsvisie voor Súdwest-Fryslân dateert van 2013, maar op dit moment wordt gewerkt aan een update. Deze zal in 2019 afgerond worden. De verschillende kernen van de gemeente, waaronder Bolsward, komen hierin aan bod. In de vigerende visie staat opgenomen, dat het recreatieve aanbod zoveel mogelijk geconcentreerd blijft in het hart van Bolsward, en dat men een sterke sfeervolle binnenstad nastreeft. Regionale afstemming over de visie of over retail in het algemeen vindt niet plaats. Wel is sprake van overleg met provincie en bijvoorbeeld gemeente De Fryske Marren, wanneer daartoe aanleiding bestaat. In de gemeente is een nieuw parkeerbeleid ingesteld; voor Bolsward houdt de gemeente de parkeermogelijkheden goed in beeld.

In Bolsward is een ondernemersvereniging actief, Vereniging Ondernemend Bolsward (VOB), voor de middenstand en het bedrijfsleven. Deze vereniging is in 2016 ontstaan door een fusie van de Bedrijven Vereniging Bolsward en Bolsward Promotion. De verenigingsgraad ligt niet erg hoog. Sinds 2016 bestaat verder het Platform Bolsward, dat kernbreed diverse problemen bespreekbaar maakt en aanspreekpunt is voor inwoners en instanties. Dit heeft betrekking op de hele plaats, niet specifiek voor het centrum of de detailhandel. In Bolsward is geen centrummanager actief en evenmin is er sprake van specifieke detailhandelsregelingen. Wel is er binnen de gemeente een team bezig met leegstand in het algemeen, waarbij ook o.a. de bibliotheek in Bolsward onderwerp van studie is.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Bolsward, dan staat bij Google 123Shoppin.in bovenaan, met een onoverzichtelijke weergave van het winkelaanbod. Hierna volgt de eigen website Bolsward.nl. Het winkelaanbod is niet direct in beeld, hiervoor moet de gebruiker even zoeken. De winkels zijn vervolgens wel duidelijk weergegeven, met foto, maar zonder eigen pagina, openingstijden, beschrijving of link naar de eigen website. Hetzelfde gaat op voor de activiteiten in Bolsward. De onbeveiligde website van de VVV Bolsward (TIP) komt bovenaan in Google. Deze website is niet geschikt voor mobiele telefoons en bevat een beknopt overzicht van bezienswaardigheden. De evenementenagenda van Bolsward.nl is aantrekkelijk vormgegeven, maar staat lager in Google.

De winkels van Bolsward hebben een gezamenlijke Facebookpagina; deze bevat evenementen, veel acties van winkeliers en leuke algemene inhoud. Het Instagramaccount van Bolsward.nl is nog ongebruikt.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Bolsward weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Goede trekkers niet-dagelijks	Winkelfront onderbrekingen
Supermarkten van juiste oppervlakte	Parkeren in seizoen, bewegwijzering
Sfeervol centrum	Presentatie en profilering winkels
Weekmarkt	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Instagram gaan gebruiken en website verbeteren	Groei online winkelen
Invulling voormalig gemeentehuis	Te veel gaten in winkelfront

Bolsward heeft een aantrekkelijke binnenstad, met een goed aanbod aan niet-dagelijkse en recreatieve winkels. Het dagelijkse aanbod van de supermarkten aan de rand van het centrum is ook sterk; de afstand tot het centrum is goed te doen, maar er zijn geen zichtrelaties. Van oudsher heeft Bolsward een sterke verzorgingsfunctie in de regio, waardoor het een fors aanbod kan hebben. De regionale verzorgingsfunctie wordt versterkt door de toeristische component. Behalve winkels is in het centrum ook een aanbod aan (dag)horeca en overige voorzieningen aanwezig, waardoor het totaalaanbod voor gezelligheid zorgt. De leegstand vormt op dit moment nog geen bedreiging, maar is wel iets om goed in de gaten te houden. Niet alle panden hebben een centrumfunctie; hierdoor is sprake van de nodige onderbrekingen. Een versterkte ondernemersvereniging zou hier uitstekend een rol van betekenis kunnen spelen. De presentatie en profilering van de winkels is over het algemeen matig en verdient een kwalitatieve opwaardering.

Parkeren is vooral bij de supermarkten en op Plein 1455 mogelijk; de bewegwijzering hier naartoe zou nog verbeterd kunnen worden.

Op het gebied van social media liggen er nog diverse kansen, vooral op het gebied van Instagram. Op social media kunnen ondernemers bijvoorbeeld beter in beeld gebracht worden. De pagina "must sees" van Bolsward.nl kan zodanig aangepast worden, dat beter te vinden is wat er te doen is en welke bezienswaardigheden er zijn.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De gemeente werkt momenteel aan een update van de detailhandelsvisie. Deze zal in 2019 afgerond worden.
- Om het centrum zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact(er) centrum nodig. Het winkelgebied vertoont de nodige onderbrekingen. In sommige delen is (actieve) functiewijziging of verplaatsing wellicht een optie. Een stimuleringsregeling en /of een strategisch vastgoedfonds kan hierbij ondersteuning bieden.
- Voor Bolsward is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of een sterkere compactheid van het winkelgebied te realiseren is.
- Daarnaast kan de presentatie en profilering van de winkels en de dag-ondersteunende horeca verbeterd worden. Het aanreiken van een winkelscan, met adviezen voor zowel de fysieke winkel als de profilering in de social media kan hierbij zeer zinvol zijn.
- De bewegwijzering in en rondom het centrum voor het parkeren kan nog versterkt worden. Voor onbekenden, waaronder de toeristen, is het lastig om van de ene kant naar de andere kant te geraken.
- Op de eigen website kan meer informatie over de winkels gegeven worden. De toevoeging van Instagram kan de potentiële bezoeker nog extra stimuleren tot een bezoek.

BOLSWARD							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	106	82	77%				
m2 wvo winkels	25.654	11.779	46%				
Aantal inwoners	10.145	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	22,9%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,4%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v		v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten			v	musea, bibliotheek			
Parkeergelegenheid kwantitatief	v	v					
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	3		0				
Fullservice/discount	2/1		rand centrum				
% dagelijks aanbod	22						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, Blokker, Zeeman						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v beperkt				
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	1.825	1.160	64%	4,9	6,8	6,3	
# vkp	15	10	67%	7,9	6,6	5,6	
aandeel kern	<b>fictie</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	50%	50%	0%				
m2 wvo	35%	65%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013	SW Fryslan, update 2019			
regionale afstemming?		v		ongestructureerd met De Fryske Marren			
parkeermonitoring?	v						
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v			Ver. Ondernemend Bolsward			
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v		Team leegstand wel actief in gemeente			
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	Eigen website op 2e plek					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Onbeveiligde website bovenaan					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	5.698	6.257	724	9.431	1.719	1.825	25.654
vkp	20	32	5	25	9	15	106
per 1.000 inwoners	560	615	71	927	169	179	2.521
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
<b>010000 &lt;= Inwklasse &lt;015000</b>	<b>470</b>	<b>375</b>	<b>80</b>	<b>977</b>	<b>86</b>	<b>232</b>	<b>2.220</b>
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

# HEEG

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Berltsum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Drachten. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Heeg is een van de meer bekende toeristische plaatsen in Friesland, gelegen aan de Hegemer Mar en de Fluessen. Heeg maakt deel uit van de gemeente Súdwest-Fryslân. Súdwest-Fryslân telt bijna 90.000 inwoners, het inwonertal van Heeg ligt op 2.195. Het inwonertal is de afgelopen jaren licht gedaald, van 2.266 in 2015 naar 2.195 in 2018. Er is in de gemeente net een nieuwe Woonvisie opgesteld; hierin komt naar voren dat met name de kleinere kernen (waaronder Heeg) de komende jaren moeite zullen hebben om hun inwonertal op peil te houden. Het aandeel 65+'ers in Heeg (24,5%) ligt beduidend boven het landelijk gemiddelde (18,8%). Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van vergrijzing.

Heeg ligt midden in het waterrijke gebied van de Friese Meren. Watersport en toerisme zijn van groot belang voor Heeg. In en rondom Heeg liggen diverse verblijfsaccommodaties. De jachthavens, de scheepswerf en de zeilscholen maken Heeg tot een echt watersportcentrum. De dichtstbij liggende grotere plaats is Sneek. De afstand hier naartoe bedraagt zo'n 7,5 kilometer.

Het oude centrum van Heeg ligt dichtbij het water, met enkele smalle straatjes. De winkels en horeca waren hier oorspronkelijk ook gevestigd. Voor de supermarkt, in combinatie met het parkeren, was hier onvoldoende ruimte. De Coop zit nu vlakbij het centrum, op loopafstand. Voor de bewinkeling is de Harinxmastrjitte de belangrijkste straat; hier geldt éénrichtingverkeer. In totaal is in Heeg sprake van een aanbod van ruim 2.200 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 18 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 84% hiervan te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 78%. Het gaat dan om 1.859 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 14 winkels. De supermarkt van Coop aan de Koaldyk ligt ook nog net in het centrum. Deze supermarkt zal iets verderop nieuw gaan bouwen en vergroot worden. De verzorgingsfunctie van de winkels in Heeg is lokaal, aangevuld met een forse extra



omzet vanuit het toerisme. Naast de supermarkt bestaat het aanbod vooral uit aanbieders in de groep Vrije Tijd.

In Heeg is nauwelijks sprake van leegstand. Er staan slechts 2 pandjes in het centrum leeg; het leegstandspercentage ligt beduidend onder het Nederlands en Fries gemiddelde. De parkeermogelijkheden in het centrum van Heeg zijn zeer beperkt, het gaat dan vooral om langsparkeren en om enkele kleine parkeerterreintjes. De supermarkt heeft voor haar bezoekers een eigen parkeerterreintje. De route is overigens wel goed aangegeven. Afvloeiing van koopkracht vanuit Heeg gebeurt vrijwel uitsluitend naar Sneek.

## GEBIEDSASPECTEN

Heeg heeft een beperkt winkelaanbod; de supermarkt van Coop is de belangrijkste trekker. In de dagelijkse sector is verder onder meer een bakker aanwezig; deze is aan de Skatting gevestigd, niet al te ver van de supermarkt. De overige winkels zitten redelijk geconcentreerd bij elkaar aan de Harinxmastrjitte; zij zijn sterk gericht op en afhankelijk van het toerisme. Het aanbod in de groep Vrije Tijd is relatief groot; in absolute zin blijft het aanbod beperkt. De Coop gaat zich nog versterken. Het dagelijkse aanbod is dan ook voldoende gezien de omvang van de kern. Hoewel de loopafstand beperkt is, is er geen sprake van zicht- of looproutes tussen de winkels in de Harinxmastrjitte en de Coop. Ook na de nieuwbouw van Coop zal dat niet het geval zijn; de afstand wordt juist groter. Het niet-dagelijks aanbod is zeer beperkt. In een plaats met de omvang van Heeg is dit overigens een herkenbaar gegeven. De bereikbaarheid van een oude kern als Heeg is altijd enigszins lastig, vooral voor onbekenden. Er is sprake van smalle wegen, water en eenrichtingverkeer. In het seizoen is het dan druk en moeilijk om de weg te vinden. Niettemin staat het goed aangegeven. De supermarkt is redelijk goed bereikbaar; na vergroting en verplaatsing zal de bereikbaarheid nog beter zijn. Ook de parkeermogelijkheden, die nu erg beperkt zijn, zullen dan verbeteren.

Het hart van het winkelgebied ligt wat sfeer en gezelligheid betreft vooral aan en rondom het water, aan de Syl, bij de brug en bij de havens. Hier is de horeca te vinden, die zorgt voor de nodige gezelligheid. Waar het mogelijk is staan terrassen opgesteld. De inrichting van de openbare ruimte is passend bij een plaats als Heeg; ook voor de Harinxmastrjitte gaat dit op. Veel ruimte voor groen is niet aanwezig. Toeristische bezienswaardigheden zijn niet echt voorhanden; het water en de watersport zijn de belangrijkste attracties. Het VVV-informatiepunt is gevestigd aan de Harinxmastrjitte. Andere voorzieningen als een school en een gezondheidscentrum zijn elders in Heeg gevestigd.

In Heeg is de parkeermogelijkheid goed aangegeven. Richting de passantenhaven liggen relatief veel plaatsen. Veel bezoekers (niet de inwoners) zullen overigens lopend vanaf het vakantiepark of met een bootje komen. Buiten het seizoen is ook op korte afstand van de winkels beperkt parkeren mogelijk. Bij de supermarkt is het aantal parkeerplaatsen op dit moment beperkt; na de verplaatsing zal het aantal plaatsen gaan toenemen. Bij de supermarkt zijn fietsenklemmen aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente gemeentelijke detailhandelsvisie voor Súdwest-Fryslân dateert van 2013, maar op dit moment wordt gewerkt aan een update. Deze zal in 2019 afgerond worden. De verschillende kernen van de gemeente, waaronder Heeg, komen hierin aan bod. In de vigerende visie staat opgenomen, dat het accent zal liggen op behoud van het dagelijkse aanbod; het meewerken aan een versterking van de Coop past in dit beleid. Het accent blijft op de dagelijkse verzorgingsfunctie liggen. Waar mogelijk zal de toeristische functie verder versterkt worden. Regionale afstemming over de visie of over retail in het algemeen vindt niet plaats. In de gemeente bestaat een nieuw parkeerbeleid; voor Heeg houdt de gemeente de parkeermogelijkheden in beeld, zonder echte monitoring uit te voeren.

In Heeg is een ondernemersvereniging actief, Ondernemend Heeg, OVH 2000. De vereniging is er voor alle bedrijven in Heeg; de winkeliers zijn vooral toeristische ondernemers, zodat het accent ook hierop ligt. Er is vanuit de vereniging geen sprake van gestructureerd overleg met de gemeente. In Heeg is geen centrummanager actief. Evenmin is er sprake van specifieke retailregelingen.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Heeg, dan komen verzamelsites als 123Shoppen.in en Openingstijden.nl bij Google bovenaan; deze tonen het winkelaanbod niet volledig. De website van de VVV, met een compleet en aantrekkelijk bedrijvenoverzicht, wordt niet in de zoekresultaten getoond. Ook de website van de ondernemersvereniging met een compleet overzicht komt niet in het overzicht voor. Ook om te ontdekken wat er in Heeg te doen is komen de eerste resultaten bij Google van verzamelsites zoals o.a. TripAdvisor. Deze verwijst naar bezienswaardigheden buiten Heeg. Dagjeweg.nl toont diverse mogelijkheden in en om Heeg. Hierna volgt de VVV met een aantrekkelijk overzicht van evenementen en recreatiemogelijkheden.

De winkels van Heeg hebben geen gezamenlijke Facebook- of Instagrampagina. Diverse lokale ondernemingen zijn wel actief op Facebook. Op Instagram zijn slechts enkele ondernemers individueel actief. Gezamenlijke social media accounts kunnen bezoekers/recreanten aanzetten tot een bezoek aan Heeg en haar winkels. De zoekmachinepositie van de bedrijfspagina van de VVV kan verbeterd worden door meer content over het winkelen in Heeg toe te voegen.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Heeg weergegeven.



<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarkt, wordt vernieuwd	Websites
Watersport	Beperkt consumentendraagvlak/ achterland
Nauwelijks leegstand	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Social media accounts	Groei online winkelen
	Afnemend consumenten draagvlak

Heeg is een gezellig dorp aan het water, met veel watersport en recreatie in de directe omgeving. Het oude centrum zelf is sfeervol, en biedt de nodige horeca. Voor de nog aanwezige winkels is het toerisme van groot belang. De supermarkt is de belangrijkste winkel van het dorp. Deze gaat nog versterken, maar verhuist tevens naar een locatie iets verder van het centrum. De supermarkt wordt vooral gericht bezocht, combinatiebezoek met andere winkels zal beperkt zijn en blijven. Het draagvlak voor het niet-dagelijks aanbod wordt mede hierdoor dan ook steeds beperkter. Gunstig is, dat er nauwelijks leegstand te vinden is in het centrum. De ligging van Heeg, omgeven door water, op relatief korte afstand van Sneek, zorgt tevens voor een beperkt regiogebied. Bovendien daalt het inwonertal van de plaats.

Een positief aspect op het gebied van internet is het feit dat enkele sites een goed beeld geven van het aanbod in Heeg, inclusief de winkels. Maar helaas zijn deze sites nauwelijks te vinden. Bij het googelen op het web komen andere (verzamel)sites bovenaan te staan. Juist voor toeristen, veelal niet-regelmatige bezoekers, is het van belang om ook via het web of op social media goed vindbaar te zijn. Met behulp van gezamenlijke accounts voor social media kan het (winkel)aanbod van Heeg op een aantrekkelijke wijze gepresenteerd worden.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De gemeente werkt momenteel aan een update van de detailhandelsvisie. Deze zal in 2019 afgerond worden.
- De supermarkt ligt nu net iets buiten het centrum, en in de nabije toekomst nog iets verder. Dit betekent dat de overige winkels nog nauwelijks van de aanwezigheid van de supermarkt zullen kunnen profiteren; de loopafstand zal voor velen te groot worden. Ook toeristen zullen in beperkte mate een combinatiebezoek brengen. Met behulp van een slimme bebording en "signing" van de overige winkels bij de supermarkt locatie kunnen relaties tussen het centrum en de supermarkt gelegd worden.
- Het draagvlak voor de voorzieningen in het dorp staan om diverse redenen onder druk; het is dan juist van belang dat de ondernemers elkaar goed weten te vinden. Alleen dan kunnen ze gezamenlijk het totale aanbod goed laten zien. Hierbij zal ook de combinatie met onder meer de horeca gezocht kunnen worden. Op de website van de VVV kunnen ondernemers ook meer informatie over het winkelen toevoegen.

HEEG							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	18	14	78%				
m2 wvo winkels	2.225	1.859	84%				
Aantal inwoners	2.195	stijgend/gelijk/ <i>licht dalen</i>		NL	FR		
Percentage 65+	24,5%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,4%			28,4%	28,5%		
Aspect	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v						
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes	v						
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				water			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		1				
Fullservice/discount	1/0	Coop					
% dagelijks aanbod	41%						
Trekkers niet-dagelijks							
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v			Toerisme!		
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	130	130	100%	4,0	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	2,7	6,6	5,6	
aandeel kern	frictie	langdurig	structureel				
vkp	100%	0%	0%				
m2 wvo	100%	0%	0%				
Overige aspecten	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013, update 2019				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
Internet/social media							
Wat bij google: "Shoppen/winkelen in...."	Score 2/5	VVV site komt niet naar voren					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 3/5	VVV site geeft wel goed beeld					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
Overzicht branchering							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	915	340	422	418	0	130	2.225
vkp	6	3	3	4	0	2	18
per 1.000 inwoners	420	156	194	192	0	60	1.022
Aanbod per 1.000 inwoners	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
<b>002000 &lt;= Inwklasse &lt;002500</b>	<b>253</b>	<b>116</b>	<b>41</b>	<b>604</b>	<b>45</b>	<b>80</b>	<b>1.140</b>
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# IJLST

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

IJlst is een van de kleinere kernen van de gemeente Súdwest-Fryslân. Súdwest-Fryslân telt bijna 90.000 inwoners, het inwonertal van IJlst ligt op ruim 3.000. Het inwonertal is redelijk constant de afgelopen jaren. Er is in de gemeente net een nieuwe Woonvisie opgesteld; hierin komt naar voren dat met name de kleinere kernen (waaronder IJlst) de komende jaren moeite zullen hebben om hun inwonertal op peil te houden. Het aandeel 65+'ers in IJlst ligt hoger dan landelijk het geval is, maar binnen de gemeente betreft het een van de lagere percentages. Het ligt in IJlst op 22,4%, terwijl het landelijk gemiddelde op 18,8% ligt. Ook ligt dit aandeel nog wel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van vergrijzing. De stad IJlst ligt slechts enkele kilometers ten zuidwesten van Sneek. IJlst is een echte watersportkern; via de Geau bestaat er een directe vaarverbinding met het centrum van Sneek.

Als een van de Friese Elfsteden kent IJlst een historisch centrum, en ontvangt het vele toeristen, maar met name door de korte afstand tot Sneek is het winkelaanbod in IJlst – ook op toeristisch gebied – zeer beperkt. De belangrijkste winkel van het dorp is de supermarkt; deze ligt net buiten het hart van de plaats, aan de Dassenboarch. Hier zijn ook de school, een haventje en sportvoorzieningen aanwezig. Het oorspronkelijke hart van de plaats ligt vooral in het gedeelte tussen de brug over de Geau en het kruispunt van de Galamagracht met de Westergoleane. In dit gedeelte is vooral de horeca geconcentreerd en ook de overige nog aanwezige winkels, zoals een bakker en een kledingzaak. Verderop aan de Galamagracht is o.a. nog een tweewielerzaak gevestigd. In totaal is in IJlst sprake van een aanbod van ruim 2.300 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 7 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 36% hiervan te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 71%. Het gaat dan om 856 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 5 winkels. De verzorgingsfunctie van de winkels in IJlst is zuiver lokaal, aangevuld met toerisme in beperkte mate.

Zeer positief is het feit dat geen sprake is van leegstand in IJlst. Parkeren in IJlst is gratis (deels blauwe zone); de belangrijkste locaties zijn bij de supermarkt en de school/sportvelden en op het Frisiaplein. Deze zijn zonder blauwe zone.

Afvloeiing van koopkracht zal vanuit IJlst in de niet-dagelijkse sector vooral naar Sneek gaan; ook voor de dagelijkse sector speelt de nabijheid van Sneek een rol. Onder andere Tinga en Duinterven (Sneek-Zuid) zijn eenvoudig te bereiken.

## GEBIEDSASPECTEN

IJlst heeft een zeer beperkt winkelaanbod. Het gaat vooral om de supermarkt, zodat de inwoners hun dagelijkse boodschappen in eigen dorp kunnen halen. Ook een bakker is aanwezig. Voor een plaats als IJlst, ook in de detailhandelsvisie benoemd als een watersportkern, zou je wellicht meer aanbod verwachten, met name op toeristisch recreatief gebied. Het geringe aantal inwoners, en meer nog de nabijheid van Sneek, kunnen hier als oorzaak worden aangewezen. De bereikbaarheid van IJlst is prima, zowel per auto als met het openbaar vervoer (bus en trein). De supermarkt staat niet op de bewegwijzering aangegeven; voor de inwoners maakt dit niet uit, voor toeristen is het wellicht even zoeken. De horeca, ook de daghoreca, is vooral rond het water te vinden. Dit zorgt voor een prima sfeer; ook de rest van de inrichting van de openbare ruimte in het oude hart ziet er passend en aantrekkelijk uit.

Buiten het water is in IJlst geen sprake van andere toeristische trekkers. Overige voorzieningen voor de inwoners, zoals een school en sportvelden, zijn vlakbij de supermarkt aanwezig. Deze combinatie is voor de supermarkt prima; voor de overige winkels in het centrum is het daardoor wat lastiger. Zij kunnen niet profiteren van de nabijheid van de supermarkt. In het centrum van IJlst kan men vrij parkeren, voor maximaal 1 uur (blauwe zone). Hierbuiten, zoals bij de supermarkt, is geen sprake meer van een blauwe zone.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente gemeentelijke detailhandelsvisie voor Súdwest-Fryslân dateert van 2013, maar op dit moment wordt gewerkt aan een update. Deze zal in 2019 afgerond worden. De verschillende kernen van de gemeente, waaronder IJlst, komen hierin aan bod. In de vigerende visie staat opgenomen, dat het accent zal liggen op behoud van het dagelijkse aanbod en het beter benutten van de mogelijkheden, die het toerisme biedt. Regionale afstemming over de visie of over retail in het algemeen vindt niet plaats. Wel is in het algemeen sprake van overleg met de provincie, wanneer daartoe aanleiding bestaat. In de gemeente is een nieuw parkeerbeleid ingevoerd; voor de situatie in IJlst is geen sprake van monitoring.

In IJlst bestaat een ondernemersvereniging, de Ondernemers Vereniging IJlst. Deze vereniging is niet erg actief; dit kan deels gezien worden als een gevolg van het beperkte aantal winkels. Er is geen sprake van gestructureerd overleg met de gemeente. In IJlst is geen centrummanager actief. Evenmin is er sprake van specifieke detailhandelsregelingen.



## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in IJlst wordt duidelijk dat een gezamenlijke website ontbreekt. Bovenaan bij Google staat een kaartvenster met enkele lokale winkels en bedrijven. De eerste zoekresultaten laten 123Shopen.in en Openingtijden.nl zien; de kaart van 123Shopen.in toont ook resultaten in Sneek. De website van de VVV vermeldt bedrijven, maar komt niet in de zoekresultaten voor. Om te ontdekken wat er in IJlst te doen is komen de eerste resultaten bij Google van TripAdvisor, die voornamelijk activiteiten en bezienswaardigheden in Sneek laat zien. Hierna volgt Dagjeweg.nl met recreatiemogelijkheden in IJlst. De pagina van de VVV staat verder naar beneden; hier staan evenementen en bezienswaardigheden overzichtelijk weergegeven.

De winkels van IJlst hebben geen gezamenlijke Facebook- of Instagrampagina; wel zijn veel winkels individueel actief op Facebook. Er is een Facebook-community "IJlst"; deze toont vooral lokaal nieuws en enkele activiteiten. Enkele lokale ondernemers zijn individueel ook actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van IJlst weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Supermarkt van voldoende omvang	Supermarkt niet bij overige winkels
Watersport	Beperkt aanbod niet-dagelijks
Sfeervol centrum	
Geen leegstand	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Vindbaarheid IJlst op het web	Groei online winkelen
Toerisme	Sterker worden van grotere kernen als Sneek

IJlst is een aantrekkelijke stad, met veel watersport. Op het gebied van de detailhandel is vooral de supermarkt van groot belang. De aanwezigheid hiervan zorgt ervoor dat de eigen bevolking de

dagelijkse boodschappen in het dorp kan halen. Het is begrijpelijk, maar wel jammer, dat de supermarkt en de andere winkels niet van elkaars nabijheid kunnen profiteren. Bij het water is aanvullend horeca aanwezig, en verder zijn er nog enkele winkels. De kansen die de watersport biedt worden niet optimaal benut. De nabijheid van Sneek speelt hierin ook een rol, maar kan niet als enige reden worden aangewezen.

Op het gebied van social media liggen er nog diverse mogelijkheden, vooral op het gebied van de vindbaarheid op het web. Wanneer meer 'content' over winkelen in IJlst wordt toegevoegd, kan de vindbaarheid van de VVV-website sterk verbeterd worden. Verder zorgen gezamenlijke social media accounts voor het beter onder de aandacht brengen van de winkels en winkeliers van IJlst. Ook hier zijn verbeteringen mogelijk, juist om toeristen beter te informeren.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De gemeente werkt momenteel aan een update van de detailhandelsvisie. Deze zal in 2019 afgerond worden.
- De supermarkt ligt iets buiten het centrum. Het optimaal verzorgen en in stand houden van de verbinding tussen de supermarkt en het centrum is heel belangrijker voor de overige nog aanwezige winkels in het centrum. Met behulp van een slimme bebording en "signing" van de overige winkels bij de supermarkt locatie kunnen relaties tussen het centrum en de supermarkt gelegd worden.
- Juist in een plaats die sterk afhankelijk is van het toerisme is samenwerking tussen ondernemers en online zichtbaarheid van groot belang. In IJlst is online weinig te vinden over de winkels of over wat er zoal te doen is. Zowel voor de winkels als het toerisme liggen hier kansen voor IJlst.

IJLST							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	7	5	71%				
m2 wvo winkels	2.348	856	36%				
Aantal inwoners	3.066	stijgend/ <b>gelijk</b> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	22,4%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,4%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels	v						
Bereikbaarheid		v					
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				Water			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen		v					
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		formeel buiten centrum				
Fullservice/discount	1/0						
% dagelijks aanbod	43%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0,0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0,0	6,6	5,6	
aandeel kern	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013, update 2019				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	Geen gezamenlijke website					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Te laag in de lijst					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.017	84	0	1.247	0	0	2.348
vkp	3	1	0	3	0	0	7
per 1.000 inwoners	329	27	0	403	0	0	759
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019

# KOUDUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Koudum is een van de kleinere kernen van de gemeente Súdwest-Fryslân. Súdwest-Fryslân telt bijna 90.000 inwoners, het inwonertal van Koudum ligt op ruim 2.700. Het inwonertal is de afgelopen jaren licht gestegen, van 2.645 in 2015 naar 2.705 in 2018. Er is in de gemeente net een nieuwe Woonvisie ontwikkeld; hierin komt naar voren dat met name de kleinere kernen (waaronder Koudum) de komende jaren moeite zullen hebben om hun inwonertal op peil te houden. Het aandeel 65+'ers in Koudum ligt erg hoog. Dit percentage bedraagt 30,0% in Koudum, terwijl het landelijk gemiddelde op 18,8% ligt. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van hele sterke vergrijzing, ondanks enige nieuwbouw. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt iets lager dan het landelijk en Fries gemiddelde.

Koudum ligt in het zuidwesten van Friesland, op de nodige afstand van een grotere kern zoals Sneek. De route naar Sneek loopt ofwel via de westkant langs Bolsward, of via de oostkant langs Balk. De N359 is een belangrijke verbindende route; deze loopt om Koudum heen. Er is wel water te vinden in en om Koudum, maar Koudum zelf is geen echte watersportkern. Er is zeker wel sprake van toerisme, maar niet in die mate als in veel andere dorpen in de gemeente. Even buiten Koudum liggen de Galamadammen; via deze route kunnen de boten vanaf de Fluessen naar het IJsselmeer, via Stavoren. Vlakbij ligt een groot recreatiecomplex.

Koudum heeft een historisch en aantrekkelijk centrum, waar alle winkels zijn geconcentreerd. In feite zit het merendeel van de winkels aan de Hoofdstraat, tussen de Hoogstraat en de kerk. Aan de Verlengde Hoofdstraat zijn ook nog winkels gelegen, maar de route is minder 'doorgaand', waardoor het straatbeeld hier rustiger is. Zoals in de meeste kleinere kernen is ook hier de supermarkt (Poiesz) de belangrijkste trekker. Deze zit midden in het centrum. Dit is ook het echte hart van de plaats. In totaal is in Koudum sprake van een aanbod van ruim 4.500 m<sup>2</sup> vwo, verdeeld

over 21 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 46% hiervan te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 86%. Het gaat dan om 2.073 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 18 winkels. De verzorgingsfunctie van de winkels in Koudum is lokaal, in beperkte mate aangevuld met een toeristisch recreatieve functie.

Zeer positief is het feit dat er nauwelijks sprake is van leegstand in Koudum. Er staat slechts 1 pandje in het centrum leeg. Het parkeren in Koudum is gratis; de belangrijkste parkeerplaats ligt bij de supermarkt. Verder kan men in de straat parkeren.

Afvloeiing van koopkracht vanuit Koudum gebeurt vooral naar Workum (op zo'n 8 kilometer afstand) en naar Balk (op ongeveer 10 kilometer). Voor een meer grootschalig aanbod kan de inwoner van Koudum kiezen uit Lemmer, Bolsward en Sneek.

## GEBIEDSASPECTEN

Koudum heeft een behoorlijk compleet aanbod in de dagelijkse sector; de boodschappenfunctie kan hiermee goed ingevuld worden. Daarnaast is er aanvullend ook nog enig aanbod in de niet-dagelijkse sector; zowel de toeristisch recreatieve functie als de beperkte toevloeiing vanuit o.a. Stavoren en Hindeloopen is hierin terug te zien. De bereikbaarheid van Koudum is prima; de N359 loopt pal langs Koudum. De Hoofdstraat ligt centraal in de plaats. Door de historische setting is het centrum nogal krap, waardoor sprake is van eenrichtingsverkeer in de Hoofdstraat. Het winkelgebied is niet erg groot, en daardoor overzichtelijk. Toch staat bijvoorbeeld de supermarkt met het parkeerterrein niet aangegeven. Het P-terrein ligt buiten het gezichtsveld. De looproutes zijn verder duidelijk. Het winkelgebied is dan ook compact, met het zwaartepunt aan het begin van de Hoofdstraat, nabij de kruising met de Hoogstraat. De entree van de Poiesz is hierin ook weer bepalend. Het centrumgebied van Koudum doet gezellig aan; de kerk, de bomen en het 'podium' op de hoek van de Hoogstraat met de Nieuweweg (met zitmogelijkheden) zorgen voor sfeer. Bovendien is er sprake van enige ondersteunende daghoreca. Verder wordt hier nog een kleine weekmarkt gehouden op vrijdagochtend. Toeristische bezienswaardigheden worden middels bordjes volop aangegeven. Bij de boekhandel in de Hoofdstraat is weer een VVV-informatiepunt gevestigd.

Andere voorzieningen als scholen, de bibliotheek en de huisarts zijn elders in Koudum gevestigd, niet direct grenzend aan het centrum. Parkeren is vooral mogelijk in de Hoofdstraat, bij de kerk en bij de Poiesz. Over het algemeen is dit voldoende. Het parkeren is gratis. Bij de supermarkt zijn fietsenklemmen aanwezig. Direct langs het centrum loopt ook de regionale busverbinding.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente gemeentelijke detailhandelsvisie voor Súdwest-Fryslân dateert van 2013, maar op dit moment wordt gewerkt aan een update. Deze zal in 2019 afgerond worden. De verschillende kernen van de gemeente, waaronder Koudum, komen hierin aan bod. In de vigerende visie staat opgenomen, dat het accent zal liggen op behoud van het dagelijkse aanbod en het zo mogelijk nog verder concentreren van het aanbod. Regionale afstemming over de visie of over retail in het

algemeen vindt niet plaats. Wel is op gemeentelijk niveau in het algemeen sprake van overleg met de provincie, wanneer daartoe aanleiding bestaat. In de gemeente is een nieuw parkeerbeleid ingevoerd; de parkeersituatie in Koudum wordt niet gemonitord.

In Koudum is een ondernemersvereniging actief, de Businessclub Nijefurd, bestaande uit een tak voor de industrie en een tak voor de kern. De club maakt ook deel uit van het Ondernemers Netwerk Gaasterland e.o. Hierin zijn diverse kleinere, vooral toeristische plaatsen uit de zuidelijke rand van Friesland vertegenwoordigd. Er is vanuit de Businessclub Nijefurd geen sprake van gestructureerd overleg met de gemeente. In Koudum is geen centrummanager actief. Evenmin is er sprake van specifieke retailregelingen.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Koudum, dan blijkt dat de gezamenlijke website Koudum.nl bovenaan staat bij Google. De website presenteert de winkels op een aantrekkelijke wijze met omschrijvingen en links naar de eigen website. In plaats van een foto wordt een preview van de website getoond. Om te ontdekken wat er in Koudum te doen is komen de eerste resultaten bij Google van TripAdvisor, die voornamelijk recreatiemogelijkheden op afstand van Koudum laat zien. Hierna volgt Dagjeweg.nl met o.a. Pitch & Putt in Koudum als suggestie. Daarna komt de eigen website Koudum.nl; deze geeft geen inzicht in de mogelijkheden, maar adviseert een bezoek aan het VVV-informatiepunt. Ook is er een link naar de homepage van VVV Waterland van Friesland. De site Koudum.nl kan nog verder benut worden door er ook evenementen en recreatiemogelijkheden aan toe te voegen.

De winkels van Koudum hebben geen gezamenlijke Facebook- of Instagrampagina. Er is een lokale Facebookpagina met lokaal nieuws en activiteiten. Winkels worden hier niet getoond. De meeste lokale ondernemingen zijn wel actief op Facebook. Op Instagram zijn nauwelijks lokale ondernemers actief. Gezamenlijke social media accounts kunnen bezoekers/recreanten aanzetten tot een bezoek aan Koudum en haar winkels.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Koudum weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Redelijk compleet winkelaanbod	Attracties vooral buiten Koudum
Watersport	
Sfeervol centrum	
Nauwelijks leegstand	

KANSEN	BEDREIGINGEN
Social media accounts	Groei online winkelen
Samenwerking	Bevolkingsprognoses Koudum en omgeving

Koudum is een aantrekkelijk dorp, met veel watersport en recreatie in de directe omgeving. Het centrum is sfeervol, en heeft een behoorlijk compleet aanbod aan winkels. Er is nauwelijks leegstand te vinden. De supermarkt is niet heel erg groot, en het parkeren is beperkt. Het lijkt verstandig om nu al wel vast na te denken over de mogelijke doorgroei van de supermarkt in de toekomst. Het aanbod is vooral op de eigen bevolking gericht. Hoewel sprake zal zijn van enige toevloeiing door het toerisme en van inwoners van bv. Stavoren, gaan veel inwoners ook naar Workum en Balk voor het doen van hun aankopen. Niettemin functioneert het dorp goed.

Een positief aspect op het gebied van internet is de website Koudum.nl. Deze komt bij het zoeken op Google direct bovenaan. Deze site kan nog verder geoptimaliseerd worden. Het online winkelen zal de komende jaren blijven groeien; goede zichtbaarheid op het web is dan zeer belangrijk. Op het gebied van social media liggen er diverse kansen; met name de mogelijkheden van Instagram worden nog weinig benut door de ondernemers, noch individueel, noch gezamenlijk. Voor jongeren is dit medium sterk in opkomst. Juist voor toeristen liggen ook hier pluspunten in het verschiep.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De gemeente werkt momenteel aan een update van de detailhandelsvisie. Deze zal in 2019 afgerond worden.
- Voor Koudum is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft.
- Om het centrum zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een moderne supermarkt met de juiste randvoorwaarden nodig. Op dit moment voldoet de supermarkt nog; voor de toekomst is het goed om alvast mogelijkheden te onderzoeken, zowel wat de supermarkt zelf als het parkeren betreft.

- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden met een versterkte website. De winkels zijn momenteel goed te vinden op de website, maar zeker voor toeristen is het toevoegen van activiteiten en bezienswaardigheden een aanvulling. Uitbreiding naar Facebook en/of Instagram is het overwegen waard.



KOUDUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	21	18	86%				
m2 wvo winkels	4.540	2.073	46%				
Aantal inwoners	2.705	<i>licht stijgend</i> / gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	30,0%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	24,7%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten		geen		op afstand			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
<b>ja nee aantal centrum</b>							
Supermarkt aanwezig?	1		1				
Fullservice/discount	1/0	Poiesz					
% dagelijks aanbod	27%						
Trekkers							
<b>wijk lokaal regionaal provinciaal</b>							
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	50	50	100%	0,7	6,8	6,3	
# vkp	1	1	100%	2	6,6	5,6	
<b>aandeel kern</b>							
	frictie	langdurig	structureel				
vkp	100%	0%	0%				
m2 wvo	100%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013, update 2019				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		Businessclub Nijefurd				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 5/5	Op plek 1 en aantrekkelijk					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 2/5	verzamelites, op afstand van Koudum					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.214	240	131	2.164	741	50	4.540
vkp	8	2	1	6	3	1	21
per 1.000 inwoners	452	89	49	806	276	19	1.691
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# MAKKUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Drachten. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Makkum is een van de belangrijkste toeristische plaatsen direct aan het IJsselmeer. Makkum maakt deel uit van de gemeente Súdwest-Fryslân. Súdwest-Fryslân telt bijna 90.000 inwoners, het inwonertal van Makkum ligt op 3.574. Het inwonertal is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven. Er is in de gemeente net een nieuwe Woonvisie ontwikkeld; hierin komt naar voren dat met name de kleinere kernen (waaronder Makkum) de komende jaren moeite zullen hebben om hun inwonertal op peil te houden. Het aandeel 65+'ers in Makkum bedraagt 24,0% in Koudum, terwijl het landelijk gemiddelde op 18,8% ligt. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van vergrijzing. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt marginaal lager dan het landelijk en Fries gemiddelde.

Makkum ligt in het westen van Friesland, vlakbij de Afsluitdijk. De dichtstbij liggende grotere plaats is Bolsward. De afstand hier naartoe bedraagt hemelsbreed 7,5 kilometer; via de weg ca. 10 kilometer. Via het Makkumerdiep is het dorp Makkum direct verbonden met het IJsselmeer. Het Beach Resort Makkum en recreatiepark de Holle Poarte liggen westwaarts in feite voor de kust van Makkum, in het IJsselmeer. Het resort beschikt over een eigen strandwinkeltje. Makkum is vooral vanwege de watersport bekend, maar ook vanwege het oude centrum en Koninklijke Tichelaar, de keramiecfabriek. Deze laatste is niet meer open voor publiek. De ligging aan het water betekent evenwel ook dat slechts sprake is van een 'half' achterland.

Het centrum van Makkum ligt aan het water. De wijken zijn eromheen gebouwd. De straten in het centrum zijn smal, en de panden klein. De supermarkt ligt dan ook buiten het oude gedeelte, op een plek waar meer ruimte is, ook voor het parkeren. Het oude centrum is knus en gezellig; aan en rondom de Markt en Het Plein is de meeste bedrijvigheid te vinden. Hier is een menging van functies aanwezig; zowel winkels, horeca als dienstverlening zijn hier te vinden. Van oudsher zijn de

meeste winkels in dit deel en aan de toevoerweg naar het hart toe, de Kerkstraat, te vinden. In totaal is in Makkum sprake van een aanbod van ruim 4.700 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 36 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 57% van het aanbod te vinden in het centrum; in winkelpanden gerekend 67%. Het gaat dan om 2.671 m<sup>2</sup> wvo en 14 winkels. De supermarkt van Jumbo, aan de rand van het centrum, ligt (volgens Locatus) bij die berekening wel in het centrum. De verzorgingsfunctie van de winkels in Makkum is lokaal, in sterke mate aangevuld met een toeristische recreatieve functie.

Positief is het feit dat nauwelijks sprake is van leegstand in Makkum. Er staan 2 panden in het centrum leeg; het leegstandspercentage ligt beduidend onder het Nederlands en Fries gemiddelde. Voor het parkeren in het centrum van Makkum geldt een blauwe zone voor 1,5 uur. Veel parkeergelegenheid is er niet in het centrum; het gaat dan vooral om langsparkeren, en parkeren op de Markt en de Voorstraat. Buiten het seizoen is dit voldoende. Bij Jumbo is een groot en gratis parkeerterrein. Hier geldt geen regime van een blauwe zone. Middels een P-route is het parkeren goed aangegeven, waarbij onderscheid gemaakt wordt tussen kort en lang parkeren.

De afvloeiing van koopkracht vanuit Makkum is vooral naar Bolsward (op zo'n 10 kilometer afstand) en naar Sneek (op ongeveer 20 kilometer).

## GEBIEDSASPECTEN

Makkum kent een compleet aanbod in de dagelijkse sector; de supermarkt van Jumbo is onlangs nog fors vergroot. Verder is in de Kerkstraat onder meer een bakker en een slager te vinden. De boodschappenfunctie voor de eigen inwoners kan hiermee goed vervuld worden. Daarnaast is er aanvullend ook nog enig aanbod in de niet-dagelijkse sector; dit aanbod is de afgelopen jaren evenwel teruggelopen. Het gaat in Makkum steeds meer om het dagelijkse aanbod. Bij het overige aanbod gaat het primair om toeristisch aanbod, waarbij ook de bedrijven op de Holle Poarte een duidelijke rol spelen. Makkum heeft dan ook relatief gezien een groot aanbod in de groep Vrije Tijd. De supermarkt biedt ook steeds meer aanvullende producten aan. De variatie in winkels neemt af. De bereikbaarheid van de supermarkt en de winkels in het centrum van Makkum is prima; het aanbod ligt redelijk centraal in de kern. Van buitenaf is Makkum vooral via de Weersterweg goed te bereiken; veel dorpen liggen er niet om Makkum heen. In het centrum is de parkeerroute goed aangegeven. Hoewel deels sprake is van eenrichtingverkeer is dit duidelijk aangegeven. Ook vanaf de Holle Poarte en de jachthavens is de bereikbaarheid van het centrum prima. Het centrum is overzichtelijk; weliswaar zitten niet alle winkels direct bij elkaar, maar de Kerkstraat en de Markt liggen in elkaars verlengde. De looproutes en zichtlijnen zijn prima. De supermarkt is wel iets verder buiten het centrum gelegen, en heeft niet direct een relatie met het centrum. Niettemin zijn de afstanden kort in Makkum. Bovendien geldt het parkeerterrein bij Jumbo ook als parkeergelegenheid voor het centrum.

Het hart van het winkelgebied ligt wat sfeer en gezelligheid betreft nog altijd rondom de Markt. Hier is volop sprake van ondersteuning van detailhandel door de horeca met terrassen. De inrichting van de openbare ruimte is passend bij een plaats als Makkum; ook voor de Kerkstraat gaat dit op. Toeristische bezienswaardigheden zijn niet zozeer aanwezig; het water en de watersport zijn de belangrijkste attracties. Het VVV-informatiepunt is gevestigd op de Holle Poarte.

Andere voorzieningen als scholen, het multifunctioneel centrum en het gezondheidscentrum zijn elders in Makkum gevestigd, vlakbij de supermarkt. De bibliotheek is in de Kerkstraat gevestigd. In Makkum is onderscheid aangebracht tussen kort en lang parkeren. In het centrum kan men maximaal 1,5 uur parkeren (blauwe zone). Dit is duidelijk aangegeven. Buiten het centrum is vrij parkeren mogelijk, zoals bij de supermarkt. Bij de supermarkt zijn fietsenklemmen aanwezig.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente gemeentelijke detailhandelsvisie voor Súdwest-Fryslân dateert van 2013, maar op dit moment wordt gewerkt aan een update. Deze zal in 2019 afgerond worden. De verschillende kernen van de gemeente, waaronder Makkum, komen hierin aan bod. In de vigerende visie staat opgenomen, dat het accent zal liggen op behoud van het dagelijkse aanbod en het zo mogelijk nog verder uitbouwen van de toeristische functie. Regionale afstemming over de visie of over retail in het algemeen vindt niet plaats. In de gemeente is een nieuw parkeerbeleid; voor Makkum houdt de gemeente de parkeersituatie goed in beeld, maar er is geen sprake van reguliere monitoring.

In Makkum is een ondernemersvereniging actief, de Ondernemersvereniging Makkum. De leden zijn vooral toeristische ondernemers, zodat het accent ook op dit aanbod ligt. Er is vanuit de vereniging geen sprake van gestructureerd overleg met de gemeente. In Makkum is geen centrummanager actief. Evenmin is sprake van specifieke detailhandelsregelingen.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Makkum blijkt dat de gezamenlijke website Makkum.nl bovenaan staat bij Google. De website presenteert verschillende winkels volledig, met contactgegevens, kaart, beschrijving en foto. Openingstijden, maar bijvoorbeeld ook de supermarkt, ontbreken hier. De website is designtechnisch verouderd en geeft geen aantrekkelijke sfeerimpressie van Makkum. Om te ontdekken wat er in Makkum te doen is komen de eerste resultaten bij Google van verzamelsites zoals o.a. TripAdvisor en Zoover. Deze verwijzen naar attracties buiten Makkum. Lager in de zoekresultaten komt de Tourist Information Makkum. Deze website bevat nauwelijks bezienswaardigheden over Makkum en een bijna lege agenda.

De winkels van Makkum hebben geen gezamenlijke Facebook- of Instagrampagina. De meeste lokale ondernemingen zijn wel actief op Facebook. Op Instagram zijn nauwelijks lokale ondernemers actief. Een enkele ondernemer is individueel actief op Instagram. Gezamenlijke social media accounts kunnen bezoekers/recreanten aanzetten tot een bezoek aan Makkum en haar winkels.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Makkum weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Goed dagelijks aanbod	Website
Watersport	Beperkt draagvlak/achterland
Sfeervol centrum	
Nauwelijks leegstand	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Social media accounts	Groei online winkelen
Samenwerking	Aanvullend aanbod op recreatieterreinen en bij supermarkt

Makkum is een gezellig dorp aan het IJsselmeer, met veel watersport en recreatie in de directe omgeving. Het oude centrum zelf is sfeervol, en heeft de nodige horeca. Voor de nog aanwezige winkels is het toerisme van groot belang. Maar de toeristische complexen bieden ook zelf steeds meer aan voor de bezoekers. Het draagvlak voor het niet-dagelijks aanbod wordt mede hierdoor dan ook steeds beperkter. Gunstig is, dat er nauwelijks leegstand te vinden is in het centrum. De supermarkt en enkele speciaalzaken zorgen voor een goed dagelijks aanbod voor de eigen inwoners, en voor de toeristen.

Een positief aspect op het gebied van internet is het feit dat de website Makkum.nl direct bovenaan verschijnt. Op het gebied van winkels is het overzicht niet compleet, en bezienswaardigheden worden beperkt genoemd. Het moderniseren van Makkum.nl of het toevoegen van goede informatie op de site Tourist Information Makkum kan de bezoeker een beter beeld van Makkum geven. Met behulp van gezamenlijke accounts voor social media en door middel van meer samenwerking kan het (winkel)aanbod van Makkum op een aantrekkelijker wijze gepresenteerd worden.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De gemeente werkt momenteel aan een update van de detailhandelsvisie. Deze zal in 2019 afgerond worden.
- De supermarkt ligt net iets buiten het centrum. Het optimaal verzorgen en in stand houden van de verbinding tussen de supermarkt en het centrum is heel belangrijker voor de overige winkels in het centrum.
- Voor Makkum is het verstandig dat de ondernemers, op basis van het DNA van Makkum, zo maximaal mogelijk gaan samenwerken.
- Juist in een plaats die sterk afhankelijk is van het toerisme is samenwerking tussen ondernemers en online zichtbaarheid van groot belang. De website Makkum.nl dient gemoderniseerd te worden, of alle winkelinformatie kan op de website van de Tourist Information Makkum volledig gemaakt worden. Laat veel meer de winkels en ondernemers zien; Facebook en Instagram zijn hier goede media voor.

MAKKUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	36	24	67%				
m2 wvo winkels	4.705	2.671	57%				
Aantal inwoners	3.574	stijgend/ <i>gelijk</i> /dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,0%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	27,6%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				Water			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v	v	centrum en bij supermarkt			
Parkeergelegenheid kwalitatief		v	v				
Aanbod fietsenstallingen		v					
	<b>ja</b>	<b>nee</b>	<b>aantal centrum</b>				
Supermarkt aanwezig?	1		rand				
Fullservice/discount	1/0	Jumbo					
% dagelijks aanbod	38%						
Trekkers							
	<b>wijk</b>	<b>lokaal</b>	<b>regionaal</b>	<b>provinciaal</b>			
Verzorgingsfunctie		v			Toerisme		
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	276	276	100%	4,0	6,8	6,3	
# vkp	2	2	100%	2,0	6,6	5,6	
<b>aandeel kern</b>	<b>fRICTIE</b>	<b>langdurig</b>	<b>structureel</b>				
vkp	50%	50%	0%				
m2 wvo	28%	72%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	<b>ja</b>	<b>nee</b>					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013, update 2019				
regionale afstemming?		v	niet gestructureerd				
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v						
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Makkum.nl staat bovenaan, deel van de winkels					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 2/5	Vooral verzamelites					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.776	447	722	1.446	38	276	4.705
vkp	13	6	6	8	1	2	36
per 1.000 inwoners	500	126	203	407	11	78	1.325
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&luxe	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# SNEEK

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Leeuwarden. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Sneek is de grootste en hoofdkern van de gemeente Súdwest-Fryslân, en na Leeuwarden de tweede kern van Friesland. Súdwest-Fryslân telt bijna 90.000 inwoners, het inwonertal van Sneek ligt op ruim 33.000. Het inwonertal is de afgelopen jaren licht gestegen. Er is in de gemeente net een nieuwe Woonvisie opgesteld; hierin komt naar voren dat met name de stedelijke zone (waaronder Sneek valt) de komende jaren nog enige nieuwbouw zal kennen. De verwachting voor de komende jaren is dan ook dat het inwonertal van Sneek in ieder geval op peil zal blijven. Het aandeel 65+'ers in Sneek ligt met 21,3% hoger dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel iets boven het Fries gemiddelde. De vergrijzing is evenwel beperkt. Van ontgroening is geen sprake; dit percentage ligt marginaal onder het Fries en Nederlands gemiddelde. De stad Sneek ligt geografisch gezien in het zuidwesten van de provincie, met een omvangrijk merengebied rondom. Hieraan dankt Sneek een belangrijk deel van zijn bekendheid. De afstand tot Leeuwarden bedraagt zo'n 25 tot 30 kilometer.

Als één van de Friese Elfsteden heeft Sneek een historisch centrum en ontvangt het vele toeristen. Het grootste (recreatieve) winkelaanbod is in de historische binnenstad te vinden, terwijl direct buiten het centrum de supermarkten gevestigd zijn. De bewinkeling van Sneek bevindt zich met name aan de Oosterdijk, de Nauwe en Wijde Burgstraat en het Grootzand. Op het Grootzand wordt op dinsdag en zaterdag de weekmarkt gehouden. Verder is er nog sprake van diverse aanloopstraten met relatief veel winkels. Er is een aantrekkelijke mix van ketenbedrijven en lokale ondernemers te vinden. Zo zijn hier onder meer Sting, Hema, Blokker, C&A en Zeeman gevestigd, maar ook Open32, Boekhandel Van der Velde en Idenza. Het horeca-aanbod is vooral langs de grachten en bij de Schaapmarkt en de Marktstraat sterk aanwezig. In totaal is in Sneek sprake van een aanbod aan ruim 106.000 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 339 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 38% hiervan te vinden in het centrum, en gerekend in het aantal winkelpanden 71%. Het gaat in het



centrum om ruim 40.400 m<sup>2</sup> wvo verdeeld over 241 winkels. Net buiten het centrum liggen enkele grotere parkeerterreinen, waar tevens supermarkten gevestigd zijn. In Sneek als geheel is het grootste aanbod te vinden in de groep In/Om Huis; in de binnenstad is dit uiteraard de groep Mode & Luxe. De binnenstad van Sneek heeft een sterke regionale verzorgingsfunctie, voor een aanzienlijk deel voor het westelijk en zuidelijk deel van de provincie Friesland.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt 6,2. Gemeten naar winkelvloeroppervlak ligt het leegstandspercentage iets lager, namelijk op 5,8. De leegstaande panden zijn voor 85% in het centrumgebied te vinden. In ongeveer de helft van de gevallen gaat het om langdurige (tussen de 1 en 3 jaar leeg) en structurele leegstand (langer dan 3 jaar leeg). Het aantal leegstaande panden ligt iets onder het Nederlands en iets boven het Fries gemiddelde, maar de leegstand valt in enkele straten, zoals aan de Oosterdijk en het Grootzand, wel op.

## GEBIEDSASPECTEN

Sneek kent een behoorlijke variatie aan winkels van diverse kwaliteitsniveaus. Zowel ketens (o.a. Sting, Holland & Barrett, Only, Bruna) als eigen ondernemers zijn te vinden in de binnenstad. Verder is in het hart ook de (dag)horeca vertegenwoordigd. Op een aantal plekken is sprake van tamelijk eenzijdige (fastfood-) horeca. Vooral langs het water en op de pleinen is sprake van een gezellige, historische ambiance. Tijdens het inmiddels tamelijk lange seizoen komen diverse toeristen naar Sneek, maar ook buiten het seizoen heeft Sneek van oudsher een behoorlijke aantrekkingskracht op de inwoners van het regiogebied. Het accent ligt in het centrum vooral op het niet-dagelijks recreatieve aanbod. De supermarkten bevinden zich buiten de binnenstad. Aan het Normandialein zit een combinatie van Jumbo en Aldi, maar ook Action is hier gevestigd. Aan het Sint Antoniusplein is AH gevestigd, terwijl aan het Boschplein Poiesz en Aldi zijn gevestigd. Lidl zit op iets grotere (niet-loop) afstand van het centrum. Bij deze supermarkten liggen veel parkeerplaatsen.

Sneek is uitstekend bereikbaar vanuit de omgeving; de A7/N7 loopt door Sneek; Sneek heeft aan de rand van het centrum tevens een NS-station. Het centrum zelf staat goed aangegeven vanuit diverse richtingen. Vooral de kop van de Oosterdijk, kruising Jousterkade is een erg druk punt; de locatie is weliswaar verbeterd na de herinrichting, maar blijft druk en onoverzichtelijk. De doorgaande route door Sneek komt hier heel dichtbij het winkelgebied. In het centrum is sprake van veel eenrichtingverkeer. Hoewel de parkeerroutes zelf goed zijn aangegeven is het soms lastig oriënteren in het centrum. De belangrijkste zichtlijnen en looproutes in het centrum zijn redelijk duidelijk, maar zeker bij de stegen en oversteken is de looproute soms wel verstoord. De compactheid van het centrumgebied is niet optimaal. De winkels zijn over een tamelijk groot gebied verspreid; door het relatief grote aanbod en het uitgestrekte gebied dreigen ook in het hart van de bewikeling steeds meer onderbrekingen van het winkelfront te ontstaan. Bovendien zijn in dit gebied ook veel andere functies, met name horeca, aanwezig. De beleving en de sfeer zijn met de nodige terrassen in Sneek nog altijd prima; er is vaak iets te doen, en de ambiance van het water is goed. De inrichting van de openbare ruimte ondersteunt dit slechts in beperkte mate. Het centrum is relatief sterk op het verkeer gericht, waardoor de sfeer er onder lijdt. Vooral de

Leeuwenburg oogt als een verkeersroute, terwijl de Singel en de Gedempte Pol zware verkeersroutes dwars door het winkelgebied zijn. Ook is er veel fietsverkeer aanwezig; en de fietsen zelf worden op veel (verkeerde) plekken gestald. Fietsenklemmen zijn voldoende voorhanden, maar niet altijd op de juiste plek. De grote aantallen geparkeerde fietsen in het straatbeeld doen afbreuk aan de kwaliteit van de openbare ruimte en de commerciële uitstraling van de winkels achter de fietsenstallingen. In het centrum is vooral bij de pleinen en langs de gracht enig groen aanwezig; verder oogt het centrum nogal kil.

In en aan de rand van de binnenstad van Sneek is sprake van betaald parkeren. In de binnenstad gaat het met name om kort parkeren langs de grachten. Direct buiten de binnenstad zijn diverse grotere locaties waar men betaald en ook gratis kan parkeren. Uiteraard is het vooral in het seizoen door de combinatie met supermarkten soms erg druk, maar gemiddeld genomen is het aantal plaatsen voldoende. Kwalitatief gezien zijn er wel verschillen tussen de locaties te constateren, maar ze voldoen allemaal.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente gemeentelijke detailhandelsvisie voor Súdwest-Fryslân dateert van 2013, maar op dit moment wordt gewerkt aan een update. Deze zal in 2019 afgerond worden. De verschillende kernen van de gemeente, waaronder Sneek, komen hierin aan bod. In de vigerende visie staat opgenomen, dat het recreatieve aanbod zoveel mogelijk geconcentreerd blijft in Sneek, en dat men een sterke sfeervolle binnenstad nastreeft. Sneek heeft een plus als winkelstad van de regio; het recreatieve winkelen staat duidelijk voorop. Regionale afstemming over de visie of over retail in het algemeen vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie en bijvoorbeeld gemeente De Fryske Marren, wanneer daartoe aanleiding bestaat. In de gemeente is een nieuw parkeerbeleid opgesteld; voor Sneek houdt de gemeente de parkeermogelijkheden goed in beeld.

Er is in Sneek een ondernemersvereniging, de Vereniging Ondernemend Sneek (VOS), die behoorlijk actief is. De VOS is in 2017 ontstaan door een fusie van twee eerdere verenigingen, namelijk Handel en Industrie Sneek (HIS) en de Vereniging van Sneeker Zakenlieden (VSZ). De VOS stelt zich ten doel om goede projecten aan te leveren en te ondersteunen voor het Ondernemersfonds. Tevens zijn ze bezig met de eigen professionalisering. Sinds enige tijd is in Sneek ook een centrummanager actief waardoor de professionalisering van het ondernemerschap en de marketing wordt versterkt. Andere specifieke detailhandelsregelingen zijn niet aanwezig. Wel is er binnen de gemeente een team bezig met leegstand in het algemeen. En er is zoals hiervoor vermeld een Ondernemersfonds aanwezig in Sneek.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Sneek staat bij Google de 'eigen' website Sneek.nl direct bovenaan. Deze gezamenlijke website geeft alle winkels in Sneek weer. Iedere winkel heeft een eigen pagina met foto, beschrijving, contactgegevens en

openingstijden. Het ziet er aantrekkelijk en uitnodigend uit. Als een bezoeker wil weten wat er zoal te doen is in Sneek toont Google eerst de verzamelsites van TripAdvisor en Dagjeweg.nl; deze geven samen een vrij volledig beeld van diverse attracties in en om Sneek. Hierna volgt de eigen website met attracties alsmede een aantrekkelijk vormgegeven uit-agenda.

De winkels van Sneek hebben zowel een gezamenlijke Facebookpagina als samen een Instagramaccount. De Facebookpagina toont zo nu en dan een post van een onderneming, maar bevat vooral veel (culturele) evenementen. Het gezamenlijke Instagramaccount bevat vooral mooie foto's van Sneek en omgeving, en van diverse evenementen.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Sneek weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Goede trekkers niet-dagelijks	Compactheid winkelgebied
Historische ambiance	Leegstand
Parkeren	Presentatie en profilering winkels
Websites en VOS	Inrichting openbare ruimte
KANSEN	BEDREIGINGEN
Winkels en ondernemers meer inzetten voor social media	Te veel gaten in winkelfront
Verkeersroutes	Rommelige uitstraling
	Bedrijfsoverdracht

Sneek heeft een aantrekkelijke binnenstad, met een aantrekkelijke ambiance. Het water, veel aantrekkelijke winkels en horeca zorgen voor een sterk centrum. Het parkeren is op relatief korte afstand goed verzorgd, en alles wordt middels de website duidelijk in beeld gebracht. Ook de ondernemers zijn actief bezig ter promotie van hun stad. Toch dreigt de leegstand op een aantal plekken storend aanwezig te zijn, maar gemiddeld ligt het leegstandspercentage nog op een acceptabel niveau. De winkels liggen verspreid over vele straten, die deels ook andere functies

hebben. Het winkelgebied is niet overal goed te overzien en is erg groot. Helaas presenteren niet alle winkels zich op een professionele wijze.

De inrichting van de openbare ruimte laat zo hier en daar te wensen over; het betreft dan elementen van de gemeente (o.a. de "kille" inrichtingselementen zelf en het onderhoudsniveau) maar ook van ondernemers (uitstallingen). Daarnaast is het zo dat zowel auto's als fietsen hinderlijk aanwezig zijn tussen het winkelend publiek. Hier liggen wel duidelijk kansen ter verbetering; het aanbieden van fietsenstallingen op de juiste plek helpt al aanzienlijk. Daarnaast is het goed om de verschillende autoroutes door de binnenstad nog eens tegen het licht te houden. Een andere kans is te benutten op het gebied van social media. De social media accounts prikkelen vooral om Sneek te bezoeken. Maar het zou mooi zijn om juist ook de winkels en de ondernemers meer in beeld te brengen.

De belangrijkste bedreigingen zijn te verwachten van de rommelige uitstraling en van het ontstaan van meer gaten in het winkelfront. Bedrijfsovername is tegenwoordig niet meer vanzelfsprekend en ook in Sneek kunnen daardoor gaten in winkelfronten gaan vallen. Zodra over te grote afstand geen interessant winkelbeeld aanwezig is, keert de bezoeker om. Het belang van een compact en overzichtelijk winkelgebied is groot; dit zal voor Sneek inhouden dat er keuzes gemaakt moeten worden voor de begrenzing van de binnenstad.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De gemeente werkt momenteel aan een update van de detailhandelsvisie. Deze zal in 2019 afgerond worden.
- Om het centrum zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact(er) centrum nodig. Het winkelgebied is behoorlijk uitgewaaierd over een groot gebied, waarbij de afgelopen jaren enige verschuivingen zijn ontstaan. In sommige delen is (actieve) functiewijziging of verplaatsing wellicht een optie. Een stimuleringsregeling en/of een strategisch vastgoedfonds kan hierbij ondersteuning bieden.
- De inrichting van de openbare ruimte is niet meer passend bij de verwachtingen van de huidige consument. Een nieuw inrichtingsplan voor de openbare ruimte kan hierbij meer sfeer in de binnenstad brengen. Met name de verkeersroutes door het centrum en een aanpassing van de stalling van fietsen heeft prioriteit.
- Het uitwerken van een sterk DNA-profiel voor Sneek kan de basis vormen voor mogelijke interessante samenwerkingsmodules tussen ondernemers.

- In het centrum van Sneek hebben al enkele ondernemers gebruik kunnen maken van de winkelscan inzake presentatie en profilering. Het zou wenselijk zijn als meer ondernemers hiervan gebruik kunnen maken.
- Tenslotte kunnen de social media accounts de aanwezige winkels en ondernemers meer in beeld brengen.

SNEEK							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	339	241	71%				
m2 wvo winkels	106.094	40.471	38%				
Aantal inwoners	33.097	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	21,3%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,0%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid		v		wel P-route			
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v	v				
Compactheid winkelgebied		v		uitgestrekt			
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte	v						
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten			v	grachten			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen		v		verkeerde plek			
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?		v	rand	Boschplein, Normandialein, Sint Antoniuspln.			
Fullservice/discount	3/2			Lidl iets verder			
% dagelijks aanbod	15%						
Trekkers	Hema, Sting, C&A			Action rand centrum			
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie			v				
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	8.990	5.064	56%	5,8	6,8	6,3	
# vkp	41	35	85%	6,2	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	54%	23%	23%				
m2 wvo	44%	30%	25%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013				
regionale afstemming?		v		ongestructureerd met De Fryske Marren			
parkeermonitoring?	v						
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		VOS				
aanwezigheid centrummanager of id.	v		onlangs				
aanwezigheid retailregelingen?		v		Team leegstand wel actief in gemeente			
				Ondernemersfonds			
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 5/5	Alle winkels prima weergegeven					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 5/5	Volledig beeld van attracties					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Ja						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	15.610	23.077	4.733	49.205	4.479	8.990	106.094
vkp	63	107	25	79	24	41	339
per 1.000 inwoners	474	700	144	1.493	136	273	3.220
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
<b>030000 &lt;= Inwklasse &lt;050000</b>	<b>405</b>	<b>416</b>	<b>104</b>	<b>938</b>	<b>80</b>	<b>252</b>	<b>2.194</b>
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# WOMMELS

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van de verschillende aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. De beoordeling van diverse aspecten spreekt voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. Alle aspecten hebben een beoordeling gekregen op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Berltsum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Drachten. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Wommels is de hoofdkern van de voormalige gemeente Littenseradiel. Deze gemeente is opgesplitst; Wommels ligt nu in de gemeente Súdwest-Fryslân. Súdwest-Fryslân telt bijna 90.000 inwoners, het inwonertal van Wommels ligt op 2.231. Het is een relatief kleine plaats, midden in Friesland. Het inwonertal is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven. Er is in de gemeente net een nieuwe Woonvisie ontwikkeld; hierin komt naar voren dat met name in Sneek en Bolsward gebouwd gaat worden, maar de overige kernen (waaronder Wommels) zullen nog slechts beperkt voor eigen behoefte kunnen bouwen. Het aandeel 65+'ers ligt in Wommels (24,8%) beduidend hoger dan landelijk (18,8%) het geval is. Er is derhalve sprake van vergrijzing. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) wijkt iets minder sterk af, namelijk 26,7% in Wommels en 28,4% in Nederland.

De Bolswardertrekvaart loopt dwars door Wommels heen; ook is er een jachthaventje. Toch speelt het toerisme voor Wommels geen grote rol. Wommels ligt midden in het landelijke gebied tussen enkele grote kernen in, zoals Bolsward, Sneek, Franeker en Leeuwarden. Bolsward ligt op ongeveer 6,5 kilometer, Sneek en Franeker op 9 en Leeuwarden op ca. 17 kilometer afstand. Vooral Bolsward is via de N359 (Leeuwarden-Bolsward-Workum) goed en snel te bereiken.

Het centrum van Wommels ligt aan en rondom de Terp. Dit 'grasveld' is markant aanwezig in Wommels, en fungeert duidelijk als het hart van de plaats. Aan de Terp liggen bovendien de meeste winkels van de plaats. Het gaat dan in de eerste plaats om de supermarkt van Jumbo. In totaal is in Wommels sprake van een aanbod van 3.424 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 11 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is 55% van het aanbod te vinden in het centrum, en in winkelpanden gerekend 73%. Het gaat dan om 1.890 m<sup>2</sup> wvo verdeeld over 8 winkels in het centrum. Het overige aanbod is vooral aan de noordkant te vinden, waaronder een tuincentrum en een tweewielerzaak. De verzorgingsfunctie

van de winkels in Wommels is lokaal. Wel is nog sprake van enige toevloeiing van omzet uit dorpen van de voormalige gemeente, zoals Easterein en Kubaard.

In Wommels is geen sprake meer van leegstand. Enige jaren geleden was het leegstandspercentage nog hoog, omdat een voormalige grote meubelzaak leeg stond. Het aanbod in Wommels is enigszins afgenomen gedurende de afgelopen jaren. Afvloeiing van koopkracht vanuit Wommels vindt zowel naar Sneek, Leeuwarden als Bolsward plaats.

## GEBIEDSASPECTEN

Wommels heeft naast de supermarkt nog redelijk wat winkels. In de dagelijkse sector zijn nog een slager en bakker, alsmede een drogist aanwezig, waarmee het dagelijkse aanbod volledig te noemen is. In de niet-dagelijkse sector kan men in een plaats als Wommels niet zoveel verwachten. Niettemin zijn er onder meer een speelgoedzaak/warenhuis en een kledingzaak gevestigd. Deze winkels zijn deels aan de Terp, deels aan het Noard en de Keatsebaen gevestigd. Bij de Jumbo ligt aan de achterzijde een parkeerterrein, dat ruimte biedt aan voldoende auto's. Verder kan men langs de straat vrij parkeren. Ook fietsenklemmen zijn aanwezig. De compactheid van het winkelgebied is redelijk goed; de winkels zitten niet allemaal vlakbij elkaar, maar wel op korte afstand van elkaar, op zichtafstand. Ook is er enige (dag)horeca aanwezig in het centrumgebied van Wommels. Het groen, de bankjes en de fraaie lantaarnpalen geven het centrum een uitnodigend beeld. Op dinsdag wordt hier tevens een kleine weekmarkt gehouden. De bereikbaarheid van Wommels vanuit het dorp en vanuit de omgeving is prima, vooral ook door de N359, die langs Wommels loopt. Voor Wommels zijn er twee afslagen: naar het centrum en naar het noordelijke bedrijventerrein. De weg van en naar Easterein komt tot in het centrum van Wommels.

De VVV is gevestigd in It Tsiispakhûs, het historisch museum. Dit ligt dichtbij, maar niet in het centrum, aan het water. De bibliotheek is evenmin in het centrum gevestigd. Het gemeentehuis van Littenseradiel zat in het centrum, maar dit is nu niet meer als zodanig in functie. De scholen liggen langs de Walperterwei, de invalsweg naar het centrum vanuit het noorden.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente gemeentelijke detailhandelsvisie voor Súdwest-Fryslân dateert van 2013, maar toen viel Wommels nog niet binnen deze gemeente. Op dit moment wordt gewerkt aan een update van de visie voor de hele gemeente; dan wordt ook Wommels meegenomen. Deze visie zal in 2019 afgerond worden.

In Wommels is een ondernemersvereniging aanwezig, de Ondernemers Vereniging Wommels en Easterein, OVWE. De vereniging is er voor ondernemers in de industrie, detailhandel, horeca, toerisme en dienstverlening. Hoewel sprake is van ongeveer 80 leden, is de club niet erg actief. De samenwerking betreft vooral de 'standaard' activiteiten. Er is vanuit de vereniging geen sprake van



gestructureerd overleg met de gemeente. In Wommels is geen centrummanager actief. Evenmin is sprake van specifieke detailhandelsregelingen.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Wommels toont Google bovenaan een kaartvenster met diverse winkels. De dorpswebsite Wommels.nl staat als eerste zoekresultaat in Google. De website is helaas niet geheel beveiligd en werkt niet goed op mobiele apparaten. Bovendien staat het winkelaanbod onvolledig op de website. Om te ontdekken wat er in Wommels te doen is toont Wommels.nl een complete activiteitenkalender. Dagjeweg.nl komt evenwel bovenaan in de lijst bij Google, en deze toont het zwembad als activiteit in Wommels. Vervolgens komt Zoover met attracties buiten Wommels.

De winkels van Wommels hebben een gezamenlijke Facebookpagina "Wommels". Deze pagina heeft 33 volgers en toont vooral lokaal nieuws. De meeste lokale winkels zijn op Facebook actief. Een gezamenlijk Instagramaccount is niet aanwezig. Enkele winkels zijn wel actief op Instagram.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Wommels weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Sterk dagelijks aanbod	Beperkt consumentendraagvlak
Aanvullend niet-dagelijks aanbod	Website, zichtbaarheid
Geen leegstand	
Terp is aantrekkelijk, ook horeca	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Gezamenlijke promotie	Groei online winkelen
Samenwerking	Geen actieve samenwerking ondernemers

De winkels van Wommels functioneren in feite prima; het aanbod voldoet aan de vraag van de consument. Bepalend hierin is de supermarkt, maar ook het overige dagelijkse aanbod is goed verzorgd. De dagelijkse boodschappen kunnen uitstekend gedaan worden in eigen dorp. En hoewel het inwonertal van Wommels zelf op peil is gebleven de afgelopen jaren, ligt dat in de directe omgeving iets anders. Ook in de toekomst zal het lastig blijven om het inwonertal op peil te houden. Het draagvlak voor de voorzieningen zal dan gaan afnemen. Kleine wijzigingen hebben al snel invloed op het functioneren van diverse voorzieningen, zoals ook het vertrek van het gemeentehuis uit Wommels. Gunstig is dat de sfeer in het centrum goed is, en ook niet door leegstand wordt bedorven.

Op het gebied van de ondernemers en de website en social media liggen bedreigingen op de loer. Samenwerking is erg belangrijk om bezoekers te blijven trekken. De eigen website is niet beveiligd, en werkt niet goed op mobiele apparaten. Hierin is een snelle verbetering gewenst. Dan kan ook het volledige winkelaanbod op een aantrekkelijke manier getoond worden. Uiteraard is een goede samenwerking tussen de ondernemers daarvoor een belangrijke voorwaarde.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De gemeente werkt momenteel aan een update van de detailhandelsvisie. Deze zal in 2019 afgerond worden.
- Om het centrum zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact(er) centrum nodig. Voor Wommels is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels, mede gezien een te verwachten daling van het draagvlak. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft.
- De website Wommels.nl dient beveiligd te worden; gelijktijdig kan deze dan geschikt gemaakt worden voor mobiele apparaten. Het is aan te bevelen om dan ook het volledige winkelaanbod te vermelden en fraai te presenteren. Een actieve samenwerking tussen ondernemers is dan een voorwaarde om dit goed voor elkaar te krijgen.

WOMMELS							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	11	8	73%				
m2 wvo winkels	3.424	1.890	55%				
Aantal inwoners	2.231	stijgend/ <i>gelijk</i> / dalend		NL	FR		
Percentage 65+	24,8%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,7%			28,4%	28,5%		
Aspect	Score						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				museum			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	1		1				
Fullservice/discount	1/0	Jumbo					
% dagelijks aanbod	34%						
Trekkers niet-dagelijks	geen						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
Leegstand	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	0	0	0%	0,0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0,0	6,6	5,6	
aandeel kern	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
Overige aspecten	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		update 2019				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVWE				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
Internet/social media							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 2/5	niet bovenaan en niet volledig					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 1/5	weinig te melden					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
Overzicht branchering							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.149	682	0	1.593	0	0	3.424
vkp	5	2	0	4	0	0	11
per 1.000 inwoners	518	309	0	718	0	0	1.545
Aanbod per 1.000 inwoners	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
INWONERKLASSE							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
<b>002000 &lt;= Inwklasse &lt;002500</b>	<b>253</b>	<b>116</b>	<b>41</b>	<b>604</b>	<b>45</b>	<b>80</b>	<b>1.140</b>
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# WORKUM

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Heeg een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Drachten. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Workum is één van de grotere dorpen in de gemeente Súdwest-Fryslân. Het is de hoofdkern van de voormalige gemeente Nijefjurd. De plaats ligt in het uiterste zuidwesten van de provincie, tegen de IJsselmeerkust aan. De gemeente Súdwest-Fryslân telt bijna 90.000 inwoners, het inwonertal van Workum ligt op ruim 4.400. Het inwonertal is de afgelopen jaren redelijk constant gebleven. Er is in de gemeente net een nieuwe Woonvisie opgesteld; hierin komt naar voren dat met name de stedelijke zone (Sneek en Bolsward) de komende jaren nog enige nieuwbouw zal kennen. Ook Workum kent als regionale kern een woningbehoefte; hierdoor zal het inwonertal van Workum mogelijk nog net op peil blijven. Het aandeel 65+'ers in Workum is met 27,3% veel groter dan landelijk (18,8%) het geval is. Ook ligt dit aandeel boven het Fries gemiddelde. Er is derhalve sprake van sterke vergrijzing; in dit deel van de gemeente is de vergrijzing het sterkst aanwezig. Bij het aandeel jongeren (< 25 jaar) is geen sprake van een sterke afwijking; dit percentage ligt iets onder aan het Fries en Nederlands gemiddelde. De stad Workum ligt geografisch gezien in het zuidwesten van de provincie, met een directe toegang via het Soal tot het IJsselmeer. Het toerisme is dan ook een belangrijk element in Workum. De afstand tot de grotere kern Bolsward bedraagt ongeveer 13 kilometer, terwijl Sneek op zo'n 22 kilometer afstand ligt.

Als één van de Friese Elfsteden kent Workum een historisch centrum en ontvangt het vele toeristen. Op toeristisch gebied geniet vooral het Jopie Huismanmuseum de nodige bekendheid. In de strook van Workum naar het IJsselmeer zijn diverse jachtwerven, jachthavens, villapark en camping It Soal te vinden. Het grootste (recreatieve) winkelaanbod is te vinden aan de historische doorgaande route het Noard en Súd, met het er tussenin gelegen Merk. De supermarkten liggen net buiten het centrum, aan de Hearewei. Belangrijke trekkers in het centrum zijn met name Action, Kruidvat en Blokker. In totaal is in Workum sprake van een aanbod van ruim 10.700 m<sup>2</sup> wvo, verdeeld over 70 winkelpanden. In oppervlakte gerekend is twee-derde deel hiervan te vinden in het centrum, en

gerekend in het aantal winkelpanden 70%. Het gaat dan om ruim 7.000 m<sup>2</sup> vwo verdeeld over 49 winkels. In Workum als geheel is in alle groepen sprake van een royaal aanbod, maar vooral het aanbod in de groep Mode & Luxe valt op; dit heeft vooral te maken met het toerisme en de oorspronkelijke functie als hoofdkern. Workum heeft een beperkte bovenlokale verzorgingsfunctie met een extra toevoeging van bestedingen vanuit het toerisme.

Het leegstandspercentage (gemeten in aantal verkooppunten) bedraagt slechts 3,6. Gemeten naar winkelvloeroppervlak bedraagt het leegstandspercentage 7,3. De leegstand is volledig in het centrumgebied te vinden. Enige jaren geleden was de leegstand nog aanzienlijk hoger, maar de afgelopen jaren heeft actief beleid gezorgd voor een daling van de leegstand. In veel gevallen is een functieverandering (naar wonen) doorgevoerd. Deze leegstaande panden lagen veelal aan de rand van het centrum. Op één groter pand na (ook aan de rand van het centrum) betreft het geen structurele leegstand (langer dan 3 jaar leeg), maar frictie- of langdurige leegstand (korter dan 3 jaar leeg). Het aantal leegstaande panden ligt onder het Nederlands en Fries gemiddelde.

## GEBIEDSASPECTEN

Workum kent een behoorlijke variatie aan winkels in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. Behalve supermarkten zijn in het centrum zelf relatief veel verszaken aanwezig. Als trekker in de niet-dagelijkse sector is met name Action van belang, maar daarnaast zijn ook Kruidvat en Blokker belangrijke sub-trekkers. Deze zitten vlakbij elkaar aan het Súd. Op modegebied is vooral sprake van lokale en regionale ondernemers. Helaas zijn de afgelopen jaren wel een aantal bekende winkels gesloten, zoals Frisonne en Pallie Sport. Het aanbod zit enigszins verspreid door het centrum; er is sprake van opschuiven in zuidelijke richting. Het hart ligt nog altijd rondom de Merk, maar de concentratie en de trekkracht van Action hebben het Súd sterker gemaakt ten koste van het Noard. Het winkelgebied strekt zich in feite uit over de Noard en het Súd vanaf de Schoolstraat tot aan de brug; het sterkste deel bevindt zich tussen het Jopie Huismanmuseum en Action. De looproute is duidelijk; de winkels liggen in elkaars verlengde. Alleen de supermarkten bevinden zich niet direct op loopafstand. De zichtlijnen zijn redelijk tot goed, maar door de slinger in de weg om de kerk heen kun je het geheel niet overzien. Rondom de Merk is van alles te beleven, er zijn daar onder andere veel terrassen te vinden. De sfeer is mede door de historische ambiance prima. Ook de weekmarkt wordt gehouden op de Merk.

Workum is goed bereikbaar vanuit de omgeving; de N359 loopt langs Workum; deze weg loopt vanaf de A7 of Bolsward naar de overige plaatsen in het zuiden van Friesland. De meest logische route naar It Soal loopt dwars door het centrum; dit is de Noard/Súd. Dus alle toeristen komen door het centrumgebied. Tijdens het toeristenseizoen kan het behoorlijk druk zijn. Buiten het seizoen zijn de winkels ook in het centrum goed bereikbaar per auto. Op de fiets is alles uiteraard goed bereikbaar; fietsenklemmen zijn volop aanwezig. De verbinding tussen de supermarkten en de rest van het centrum is soms lastig te vinden, door de smalle eenrichtingsverkeerwegen. Verbetering van de verbinding tussen het centrum en de supermarkten is aan te bevelen, en daar wordt ook aan gewerkt. De inrichting van de openbare ruimte ziet er goed en passend uit; er is gebruik gemaakt van hoogwaardige materialen. De kinderkopjes, de lantaarnpalen en de fietsenklemmen dragen bij

aan een aantrekkelijke inrichting en sfeer in het centrum. Het water stroomt uiteraard wel door Elfstedenstad Workum, maar niet door het centrumgebied; het stroomt er pal achter. Ook dit geeft Workum extra sfeer.

In het centrum is het mogelijk om langs te parkeren (blauwe zone), maar de auto's zijn niet storend in het straatbeeld aanwezig. Het parkeren staat goed aangegeven, ook de mogelijkheid voor lang parkeren. De locatie met de meeste plaatsen is het parkeerterrein bij de supermarkten, maar ook bij Action is aan de achterzijde ruimte voor veel auto's. Verder liggen verspreid nog enkele kleinere parkeerterreinen. Tijdens het seizoen zal het niet altijd voldoende zijn, maar over het algemeen voldoet het aantal plaatsen.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

De meest recente gemeentelijke detailhandelsvisie voor Súdwest-Fryslân dateert van 2013, maar op dit moment wordt gewerkt aan een update. Deze zal in 2019 afgerond worden. De verschillende kernen van de gemeente, waaronder Workum, komen hierin aan bod. In de vigerende visie staat opgenomen, dat een verdere concentratie nagestreefd wordt en dat de relatie tussen de supermarkten en de binnenstad verstevigd gaat worden. Het toerisme verdient veel aandacht; een sfeervolle binnenstad is van groot belang. Regionale afstemming over de visie of over detailhandel in het algemeen vindt niet plaats. Wel is er sprake van overleg met de provincie en bijvoorbeeld gemeente De Fryske Marren, wanneer daartoe aanleiding bestaat. In de gemeente is een nieuw parkeerbeleid opgesteld; voor Workum houdt de gemeente de parkeermogelijkheden goed in beeld.

In Workum is sinds begin 2017 de Ondernemersvereniging Workum actief, de OVW. Deze vereniging is bestemd voor alle ondernemers en zelfstandigen in Workum en omgeving. De vereniging is redelijk actief, maar de samenwerking is voor verbetering vatbaar. Aanvragen voor gelden uit het Ondernemersfonds van de gemeente (middels opslag op de OZB-belasting) lopen via de vereniging. In Workum is geen centrummanager actief en evenmin is er sprake van specifieke detailhandelsregelingen.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Workum komt de gezamenlijke website VanHarteWorkum.nl bovenaan in Google. De Winkelen-pagina bevat een overzichtelijke lijst van het winkelaanbod. De winkels worden beknopt vermeld; logo's, foto's, beschrijvingen en openingstijden ontbreken. Er wordt evenmin een sfeerimpressie van het centrum gegeven. Hetzelfde gaat op voor de activiteiten in Workum. De eerste zoekresultaten zijn van TripAdvisor; op deze pagina's worden tal van recreatiemogelijkheden in en om Workum getoond. Hierna volgt de Doen-pagina van de eigen website, die zeer volledig is. Deze is evenwel net zo beknopt als de Winkelen-pagina.

De winkels van Workum hebben een gezamenlijke Facebookpagina, genaamd "Van Harte Workum". Hierop worden activiteiten en acties van winkeliers getoond. Hoogwaardige content over de kwaliteit van het centrum en over ondernemers ontbreekt. De niet-beveiligde website en de Facebook-pagina "Ondernemersvereniging Workum" tonen alleen interne informatie. Een gezamenlijk Instagramaccount ontbreekt. Enkele winkels zijn individueel actief.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor het winkelgebied van Workum weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Recreatief en niet-dagelijks aanbod	Lengte winkelgebied
Supermarkten van juiste oppervlakte	Verbinding supermarkten met centrum
Sfeervol historisch centrum	
Toerisme en recreatie	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Optimalisatie internet en social media	Groei online winkelen
Samenwerking ondernemers	Vergrijzing

Workum is een aantrekkelijke stad, waar toeristen graag naar toekomen. Ondanks eigen voorzieningen bij de verblijfslocatie heeft Workum veel te bieden. Het centrum is heel sfeervol, met een fraaie inrichting. De supermarkten hebben moderne afmetingen met voldoende parkeerplaatsen. Het winkelgebied is uitgestrekt, en niet overal goed te overzien. De ingezette concentratie blijft van belang, mede met het oog op de vergrijzing en de groei van het online shoppen. De fysieke winkels zullen hier goed op moeten inspelen. Onderlinge samenwerking – ook tussen de branches en sectoren – is dan van groot belang. Het totaalpakket van Workum (detailhandel, horeca, toerisme, cultuur) kan door samenwerking beter onder de aandacht gebracht worden. Het optimaliseren van de website kan dit verder ondersteunen. Met aantrekkelijk beeldmateriaal en een presentatie van de winkels en ondernemers op de website kan Workum

beter tegemoetkomen aan de wensen van de bezoeker. Social media kunnen verder uitgebreid worden naar Instagram; vooral onder jongeren is dit een veel gebruikt item.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Het opstellen van een actuele detailhandelsvisie voor de hele gemeente is gezien alle nieuwe ontwikkelingen, zoals de toename van het online shoppen, aan te bevelen. De gemeente werkt momenteel aan een update van de detailhandelsvisie. Deze zal in 2019 afgerond worden.
- Om het centrum zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact(er) centrum nodig. De ingezette koers voor verdere concentratie dient voortvarend doorgezet te worden. Een stimuleringsregeling kan hierbij wellicht ondersteuning bieden.
- Het verbeteren van de verbinding tussen de supermarkten en het centrum is eveneens van belang. De supermarkten zijn van groot belang voor Workum; hoe meer ze bij het centrum betrokken kunnen worden, hoe beter. De onderlinge verwijzing dient goed te zijn.
- Juist in een plaats die sterk afhankelijk is van het toerisme is samenwerking tussen ondernemers en online zichtbaarheid van groot belang. Met een betere samenwerking is het eenvoudiger om de website en social media nog beter aan te pakken. Op de website kan Workum met beeldmateriaal op de Winkelen- en Doen-pagina's veel aantrekkelijker gepresenteerd worden. Laat veel meer de winkels en ondernemers zien; Instagram is hier ook een goed medium voor.



WORKUM							
	totaal	centraal	% centraal				
Aantal winkels	70	49	70%				
m2 wvo winkels	10.713	7.043	66%				
Aantal inwoners	4.444	stijgend/gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	27,3%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	26,1%			28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>							
	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	<b>Opmerking</b>			
Kwaliteit en variatie winkels		v	v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes		v					
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten		v		Jopie Huisman, water			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen			v				
<b>ja nee aantal centrum</b>							
Supermarkt aanwezig?	2		2				
Fullservice/discount	1/1	Poiesz/Aldi					
% dagelijks aanbod	26						
Trekkers niet-dagelijks	Action, Blokker, Kruidvat						
<b>wijk lokaal regionaal provinciaal</b>							
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>							
	totaal-abs	centraal abs	% centraal	% leegstand	NL %	FR %	
m2 wvo	1.133	1.133	100%	7,3%	6,8	6,3	
# vkp	5	5	100%	3,6%	6,6	5,6	
<b>aandeel kern</b>							
	frictie	langdurig	structureel				
vkp	40%	40%	20%				
m2 wvo	8%	18%	74%				
<b>Overige aspecten</b>							
	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?	v		2013, update 2019				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		OVW				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v					
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	site komt bovenaan					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	goed, maar beknopt					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	2.805	2.717	694	2.889	475	1.133	10.713
vkp	18	17	8	18	4	5	70
per 1.000 inwoners	632	613	156	651	107	255	2.414
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
<b>003500 &lt;= Inwklasse &lt;005000</b>	<b>401</b>	<b>140</b>	<b>45</b>	<b>565</b>	<b>54</b>	<b>127</b>	<b>1.332</b>
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# TERSCHELLING MIDDEN

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Onder Terschelling Midden verstaan we hier vooral Midsland, maar ook de dorpen ten westen en noorden van Midsland vallen hieronder. In deze kleine dorpen is geen detailhandel aanwezig, maar wel enige leisure/horeca en dienstverlening, zoals Baaiduinen. Midsland is na West-Terschelling de tweede kern op het eiland Terschelling, en ligt zo'n 6 kilometer oostelijk van West-Terschelling. Midsland bestaat in feite uit 3 delen; het 'echte' dorp, Midsland-Noord en Midsland aan Zee. De laatste twee delen bestaan hoofdzakelijk uit vakantiehuizen, familiecampings ed. Tijdens het hoogseizoen is de jeugdcamping aan de rand van Midsland ook een belangrijke factor. De gemeente Terschelling telt net geen 5.000 inwoners, het inwonertal van Midsland e.o. ligt op 1.143. Het inwonertal van het dorp is de afgelopen jaren vrijwel constant gebleven; de komende jaren zal dit waarschijnlijk ook op hetzelfde niveau blijven. Verspreid over het eiland zullen de komende jaren 135 woningen gebouwd worden. Het aandeel 65+'ers op het eiland ligt met 22,6% iets boven het gemiddelde van de provincie Friesland en van Nederland. Er is sprake van enige vergrijzing op het eiland. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt marginaal hoger dan het Fries en het Nederlands gemiddelde.

Het toerisme is van groot belang op het hele eiland. Tijdens het hoogseizoen zijn er bij een volledige bezetting van de accommodaties en havens ruim 20.000 mensen op het eiland. Een aanzienlijk deel hiervan is te vinden in de nabijheid van Midsland. In totaal zijn er zo'n 2,5 miljoen overnachtingen; het seizoen wordt ook hier steeds langer. Evenals in West-Terschelling is het winkelaanbod in Midsland – zowel qua omvang als aanbod – afgestemd op een sterke toeristische aanwezigheid. Het eiland is in behoorlijke mate zelfvoorzienend; voor grotere winkelgebieden zullen de inwoners naar het vasteland moeten gaan. In Midsland vinden ook veel van de evenementen op Terschelling plaats.

Het winkelaanbod in Midden is in totaal ruim 3.100 m<sup>2</sup> wvo groot, verdeeld over 26 winkels. Het merendeel hiervan is in het centrum van Midsland te vinden; het gaat dan om 93% van de winkelmeters en 88% van de winkelpanden. De winkels van Midsland liggen voornamelijk rondom de kerk aan de Westerburen en aan de Oosterburen, midden in Midsland. De belangrijkste winkel voor Midsland is in feite de supermarkt van Coop, die heel centraal is gelegen, waar de Oosterburen overgaat in de Westerburen. Een ander ketenbedrijf is Blokker; overige ketens zijn hier niet aanwezig. Typerend voor het eiland zijn relatief veel modewinkels en winkels in de vrijetijdsbranche. De Oosterburen is tijdens het toeristenseizoen (van april tot september) niet toegankelijk voor auto's, in de winter is hier sprake van eenrichtingverkeer; de Westerburen heeft eveneens eenrichtingverkeer. Tussen de winkels zijn diverse horecazaken gevestigd, en soms ook woonhuizen of dienstverlening. In Midsland staan momenteel (voorjaar 2019) 2 panden leeg, waarvan een in het centrumgebied; dit pand staat al geruime tijd leeg. Zoals op het hele eiland ligt ook hier het leegstandspercentage uiterst laag, ruim onder hetgeen als frictieleegstand wordt gezien.

### *Seizoenseffecten*

Op Terschelling – en op de andere Waddeneilanden – speelt het toerisme een zeer grote rol. Het aantal bezoekers ligt jaarlijks hoger dan het aantal inwoners van het eiland. Bovendien is sprake van aanzienlijke pieken; er is duidelijk sprake van een hoog-, midden- en laagseizoen. Ook al is men bezig om het seizoen te verbreden, schommelingen zullen blijven. Dit heeft consequenties voor de omvang van en het soort winkels en horecagelegenheden. Naast de 'normale' voorzieningen voor de Eilanders zelf het hele jaar door is een aanzienlijk deel gericht op en afhankelijk van de bezoekers. Het hele jaar is het belangrijk dat de basisvoorzieningen in voldoende mate beschikbaar zijn; dan gaat het om de dagelijkse voorzieningen, maar ook om bijvoorbeeld Doe-Het-Zelf-producten, bloemen & planten, en in beperkte mate kleding. De toeristen vragen verder vooral om kledingwinkels, souvenirs, snuisterijen, strandartikelen, kaarten ed. Het is belangrijk dat de 2<sup>e</sup> groep voldoende te bieden heeft voor de bezoekers, maar dat in het laagseizoen voldoende winkels een bestaan houden. Het is dan belangrijk om winkels zoveel mogelijk in elkaars nabijheid te hebben, zodat ze optimaal van elkaar kunnen profiteren. Het maken van een combinatiebezoek is dan eenvoudiger. Om die reden is het raadzaam om het aanbod in de detailhandel en horeca buiten de dorpen beperkt in omvang te houden. Het huidige aanbod in de detailhandel op het eiland kent een redelijke spreiding van het dagelijkse aanbod over het eiland, terwijl het overgrote deel van het winkelaanbod in West-Terschelling is te vinden. Hoe kleiner een plaats hoe belangrijker concentratie en in elkaars nabijheid gevestigd zijn wordt; dit geldt zeker voor Midsland. Op dit moment lijkt het erop dat vraag en aanbod op het eiland nog (net) in evenwicht is; met de mogelijke groei van internetaankopen is verdere uitbreiding van het aanbod in de detailhandel niet te verwachten of gewenst.

## GEBIEDSASPECTEN

Zoals hiervoor aangegeven is de supermarkt van Coop van groot belang voor het dorp. Deze ligt centraal, en heeft een oppervlakte van ongeveer 700 m<sup>2</sup>. Aan de achterzijde is parkeergelegenheid. Zowel aan de achterzijde als de voorzijde bevindt zich een entree. Aanvullend is er in de dagelijkse

sector een beperkt aanbod; een drogist is aanwezig, en in Midsland-Noord een bakker. In de niet-dagelijkse sector ligt het accent op de mode, maar ook is er een Blokker, een boekhandel en een Doe-Het-Zelf/bloemenwinkel. Over het algemeen zijn de winkels van goede kwaliteit, en is er sprake van een gemêleerd aanbod. Het aanbod is ongeveer de helft van het aanbod in West-Terschelling.

Het centrum van Midsland is goed te bereiken; het is allemaal erg overzichtelijk. Zowel vanaf het noorden als het zuiden kom je in feite uit bij een parkeerterrein; deze liggen op loopafstand van het centrum. Het centrum is immers grotendeels niet voor auto's toegankelijk. De looproutes zijn volstrekt duidelijk; de kerk is het hart, en van daar kijk je zo de Oosterburen in. De zichtbaarheid is goed, evenals de compactheid van het winkelgebied.

Sfeer en beleving zijn in Midsland volop aanwezig. Door sommige ondernemers worden erg veel reclame-uitingen en/of productuitstallingen op de stoep geplaatst, maar gemiddeld is het minder storend en frequent als in West-Terschelling. De inrichting van de openbare ruimte is passend voor een eiland, en ziet er verzorgd uit. Er is op het hele eiland gekozen voor materiaal met aandacht voor de historie. Ook staan op diverse plaatsen bankjes, waar men zonder consumptie kan gaan zitten. Rondom de kerk is van nature sprake van sfeer. De ondersteuning van de daghoreca is volop aanwezig. In de Oosterburen is sprake van een gevarieerd aanbod aan dag- en avondhoreca, door elkaar. Het totaalaanbod lijkt redelijk in evenwicht te zijn; hinderlijke onderbrekingen zijn niet echt aanwezig. De belangrijkste toeristische trekker van Midsland is de kerk. In Midsland zijn een basisschool, een middelbare school en de bibliotheek van het eiland aanwezig.

Voor het eiland zijn fietsen minstens zo belangrijk als auto's. Fietsenhuur is op verschillende plekken in Midsland, Baaiduinen en Midsland-Noord mogelijk. Fietsenstallingen of fietsenklemmen zijn er weinig. Bij de entree van Coop (achterzijde) staan ze wel, maar dat is ongeveer de enige plek. Vooral rondom de kerk staan overal fietsen. In de Oosterburen is het niet hinderlijk dat er fietsen bij de winkels staan. In Midsland is veel eenrichtingverkeer; soms is het dan mogelijk om langs te parkeren zoals aan de Westerburen. De belangrijkste parkeerplaatsen voor auto's liggen aan de noord- en zuidzijde van het centrum. Ook achter Coop is parkeergelegenheid te vinden. Het zijn geen grote terreinen, maar over het algemeen zal de capaciteit voldoende zijn. Kwalitatief gezien kunnen de parkeerterreinen een impuls gebruiken, en met name het terrein op de hoek van de Bergweg. De P-locaties worden niet overal aangegeven.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor het eiland is niet aanwezig. Wel is de detailhandel regelmatig onderwerp van gesprek. Vooral de logistieke processen komen aan bod. Bevoorrading is afhankelijk van de boottijden, en kan alleen in de straat zelf plaatsvinden. Het invoeren van bloktijden is vrijwel niet mogelijk. Het is evenwel zeer de vraag hoe hinderlijk het echt is voor bezoekers. Toeristen zullen het veelal accepteren als een gegeven dat hoort bij een eiland. Het manoeuvreren van de vrachtauto's bij de Coop in Midsland vraagt wel om veel oplettendheid bij de chauffeurs. De gemeente heeft het koersdocument TS25 opgesteld; hierin is ook een onderdeel

voor de detailhandel opgenomen. De focus t.a.v. de winkelbeleving wordt hierbij gelegd op West-Terschelling en Midsland. Daarnaast is diversiteit, onderscheidend vermogen en het autovrij zijn van de winkelgebieden iets om te koesteren. Regionale afstemming over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats, maar wel is er sprake van Waddengebied overleg over diverse onderwerpen op regelmatige basis. Daarnaast vindt ad hoc ook overleg plaats met de gemeente Harlingen. De lijntjes met de provincie zijn via het Streekwerk Waddeneilanden kort.

Voor geheel Terschelling is de Terschellinger Ondernemers Vereniging (TOV) de vereniging van de ondernemers. Het is een actieve club, die duidelijk ook met de toekomst bezig is. Onder de ondernemers is sprake van een grote gemeenschapszin, en worden veel activiteiten georganiseerd. Ook is onderling sprake van samenwerking tussen de ondernemers. Naast de TOV als koepel zijn in 3 dorpen nog afzonderlijke verenigingen actief, zo ook in Midsland. Dit is de Stichting Aangenaam Midsland (SAM). De TOV is een belangrijke gesprekspartner van zowel de gemeente als van Rederij Doeksen, de vervoerder voor het eiland, en van Staatsbosbeheer. Op het eiland is geen speciale centrummanager of iets dergelijks actief; ook kent de gemeente geen speciale retail-regelingen. Wel is er sprake van een Ondernemersfonds voor het eiland. Dit fonds is bedoeld om de collectieve marketing van ondernemers in de gemeente te financieren. De gelden komen binnen middels een heffing op de OZB.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in Midsland toont Google een kaartvenster met meerdere winkels in Midsland. Bovenaan staat de gezamenlijke website Terschelling-Midsland.nl. Hier worden de winkels aantrekkelijk gepresenteerd, maar contactgegevens, openingstijden en een link naar de website ontbreken. Het tweede resultaat in Google is van de VVV van Terschelling. Deze richt zich op heel Terschelling, maar is onvolledig. Om te ontdekken wat er te doen is in Midsland staat bij Google TripAdvisor bovenaan. Deze laat resultaten op geheel Terschelling zien. De twee volgende zoekresultaten komen van Terschelling-Midsland.nl. Deze website heeft een aantrekkelijk vormgegeven evenementen kalender. Bezienswaardigheden in en om Midsland zijn onduidelijk ondergebracht onder het menu-item "Ook Midsland".

Op de gezamenlijke Facebook-community "Midsland Terschelling" worden winkels regelmatig in de schijnwerpers gezet. Daarnaast wordt aandacht besteed aan evenementen. De meeste winkels zijn individueel actief op Facebook. Er is geen gezamenlijk Instagram-account. Er werden geen lokaal actieve winkels op Instagram gevonden.

## TOERISME EN HORECA

Op de Waddeneilanden is het toerisme van groot belang; op Terschelling is dat niet anders. Sterk verbonden met het toerisme is de horeca. In Terschelling Midden is het aanbod aan 'leisure' - waar horeca de belangrijkste component in is – ongeveer even groot als het aanbod in de detailhandel. In

totaal zijn er 27 gelegenheden voor leisure, waarvan het merendeel (65%) in het centrum is te vinden. In het aanbod is een behoorlijke variatie te zien; zo zijn er cafés, een fastfoodzaak, een ijssalon, lunchrooms en een pannenkoekenrestaurant. Ook sommige (café-) restaurants zijn overdag geopend. De clustering van de horeca zit vooral aan de Oosterburen.

Evenals in de overige dorpen is sprake van nieuwe ontwikkelingen bij horecazaken buiten de dorpen. De branchevervaging neemt toe en de vraag naar meer of grotere terrassen is voortdurend aan de orde. Met een goed marketingbeleid wordt getracht het toerisme meer op doelgroepen te richten. Het zoeken naar evenwicht tussen aanbieders in en buiten de dorpen blijft lastig, maar voor de leefbaarheid van de dorpen is het van belang dat hier een bepaalde concentratie aanwezig blijft, om te voorkomen dat de dorpen 'doodbloeden'. Vernieuwing en innovatie moeten evenwel juist in de horecabranche mogelijk blijven.

Op Terschelling bestaat een Recreatieplatform, dat samengesteld wordt door de horeca, VVV, TOV, campings en rederij Doeksen. Dit is een formeel adviesorgaan voor de gemeente en Staatsbosbeheer. Het horecabeleid op Terschelling is in 2014 nog herzien.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor Midsland weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Eilandsfeer	Parkeerverwijzing vanaf doorgaande routes
Nauwelijks leegstand	Overal fietsen
Gevarieerd aanbod detailhandel, m.n. mode en een supermarkt	
Gevarieerd aanbod horeca	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Concentratie voorzieningen centraal in dorp	Beperkte vergrijzing van de bevolking, op termijn meer
Zoveel mogelijk activiteiten in dorp	Waken voor te veel aanbod buiten dorp
Opstarten Instagram	

Zoals voor de meeste plaatsen op een Waddeneiland geldt, is ook in Midsland de aparte eilandsfeer aanwezig. Deze sfeer is lastig te omschrijven, maar zit in een combinatie van aanwezige factoren. De detailhandel en de horeca met alle overige toeristische aspecten maken hier deel vanuit. Dit behoort in een bepaald evenwicht met elkaar te staan. Op Terschelling is dat het geval. Op het gebied van de detailhandel valt op dat het aanbod in Midsland gevarieerd is, en voldoende kwaliteit biedt. Er zijn vooral veel modewinkels aanwezig. De supermarkt is modern, niet al te groot, maar zowel aan voetgangersgebied gelegen als ook aan de achterzijde met de auto te bereiken. In de Oosterburen liggen verspreid enkele winkels; verdere versnippering is hier niet gewenst. Aanvullend zijn er niet veel speciaalzaken (meer) aanwezig.

De campings bieden ook assortiment aan, maar dit zou beperkt moeten blijven tot een bepaald assortiment. Zo zit er tijdens het toeristenseizoen een verkooppunt van broodjes aan de Heereweg bij Noord, en niet in Midsland zelf. Ook de horeca is volop aanwezig, maar heeft (nog) niet de overhand; er is sprake van een gevarieerd aanbod. De fietsen vormen een zwak punt; deze staan overal in de straat, hetgeen het geheel een rommelig beeld geeft, met name rondom de kerk. Op een aantal plekken staan fraaie bordjes met verwijzing naar o.a. het winkelgebied, zijn deze vooral op fietsers gericht. Voor de auto's staat minder aangegeven vanaf de doorgaande route.

In Midsland is de verhouding tussen enerzijds het inwonertal en de omvang van de detailhandel en anderzijds de verblijfsmogelijkheden buiten het dorp anders dan die in West-Terschelling. Het dorp is kleiner dan West-Terschelling, en buiten de kern van Midsland gebeurt veel (zoals diverse festiviteiten en activiteiten bij de campings en het strand). Dit gegeven geeft de kwetsbaarheid van Midsland aan. Toch liggen er kansen om hier sterker van te worden. Het aanbod in de detailhandel in het dorp zelf dient ook voor de eigen inwoners zo sterk mogelijk te blijven, en daarvoor moet het draagvlak (dat ook door de toeristen wordt gevormd) op peil blijven. Daarnaast is het goed om de detailhandel zo geconcentreerd mogelijk te houden in het deel bij de kerk en het westelijke deel van de Oosterburen. Zo kunnen de winkels (en horeca) zoveel mogelijk van elkaar profiteren. Ook om die reden is het organiseren van activiteiten (deels) in het dorp zelf een extra steun in de rug voor de ondernemers.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor heel Terschelling, dus ook voor Midsland is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of zelfs versterkt kan worden. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig; in Midsland ligt dat gebied vooral aan de Wester- en Oosterburen.
- De omvang van Midsland is niet erg groot, maar rondom liggen vele vakantiehuizen en campings ed. Voor het draagvlak van de voorzieningen in Midsland zijn deze toeristen van groot belang. Voorkomen moet worden dat te veel 'eigen' grote voorzieningen worden

gerealiseerd, waardoor het voor de toeristen eigenlijk niet meer nodig is om naar Midsland te gaan.

- Voor een aantrekkelijk straatbeeld is het gewenst om op meerdere plaatsen fietsenklemmen of een stalling te realiseren. Fietsen geven samen met de diverse uitstallingen van winkels al snel een rommelig beeld. In Midsland speelt dit vooral rondom de kerk.
- Midsland heeft een aantrekkelijke website; dit kan voor de winkels nog verder versterkt worden door ook concrete informatie als openingstijden toe te voegen. De bezienswaardigheden van Midsland zijn lastig te vinden; een meer herkenbare naam is aan te bevelen. Tenslotte kan gestart worden met een Instagram-account, met vergelijkbare content als op de huidige Facebook-pagina, die er verder prima uitziet.



TERSCHELLING - MIDSLAND E.O.							
	totaal	centraal	% centraal	aanbod leisure	% centraal		
Aantal winkels	26	23	88%	27	65%		
m2 wvo winkels	3.133	2.928	93%	2.846	64%		
Aantal inwoners	1.143	stijgend/ <i>gelijk</i> / dalend		NL	FR		
Percentage 65+	22,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,8%	Terschelling		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v					
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten							
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Coop				
% dagelijks aanbod	33%						
Trekkers niet-dagelijks	Blokker						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	130	80	62%	1,9	6,8	6,3	
# vkp	2	1	50%	3,3	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	50%	50%				
m2 wvo	0%	25%	75%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	Koersdocument TS25				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		TOV				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 5/5	Bovenaan komt eigen website, goed weergegeven					
Wat bij google: "Wat te doen in....."	Score 4/5	Eerste resultaten heel Terschelling					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detailh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.020	1.175	383	365	60	130	3.133
vkp	7	8	4	4	1	2	26
per 1.000 inwoners	911	1.049	342	326	54	116	2.798
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detailh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

# TERSCHELLING OOST

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

Onder Terschelling Oost verstaan we alle plaatsen die ten oosten van Midsland zijn gelegen. Dan gaat het derhalve om Landerum, Formerum, Lies, Hoorn en Oosterend, van west naar oost. De afstand van Landerum tot Oosterend bedraagt zo'n 7 kilometer. De gemeente Terschelling telt net geen 5.000 inwoners, het inwonertal van de dorpen in Terschelling Oost ligt op 1.077. Dit inwonertal is de afgelopen jaren heel licht gedaald. Het grootste dorp qua inwonertal is Hoorn met ruim 470 inwoners, vervolgens Formerum met 215 inwoners, de overige dorpen zijn nog kleiner. Verspreid over het hele eiland zullen de komende jaren 135 woningen gebouwd worden. Het aandeel 65+'ers op het eiland ligt met 22,6% iets boven het gemiddelde van de provincie Friesland en van Nederland. Er is sprake van enige vergrijzing op het eiland. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt marginaal hoger dan het Fries en het Nederlands gemiddelde.

Het toerisme is van groot belang op het hele eiland. Tijdens het hoogseizoen zijn er bij een volledige bezetting van de accommodaties en havens ruim 20.000 mensen op het eiland. Bij elk van de genoemde plaatsen zijn diverse typen accommodaties aanwezig. Bij Formerum ligt een hele grote (jongeren)camping gelegen (de Appelhof). In totaal zijn er zo'n 2.5 miljoen overnachtingen; het seizoen wordt ook hier steeds langer. Het winkelaanbod in het gebied ten oosten van Midsland is niet erg groot. In dit deel is het aanbod in de 'leisure' groter dan in de detailhandel.

Het winkelaanbod in Oost als geheel is in totaal ruim 2.000 m<sup>2</sup> wvo groot, verdeeld over 15 winkels. Het grootste aanbod in meters is te vinden in Formerum, in winkelpanden in Lies (6 stuks). De grootste aanbieder in Formerum is de supermarkt van Jumbo (830 m<sup>2</sup> wvo). In Formerum en Lies is ruim 83% van het aanbod te vinden. Het merendeel van het winkelaanbod in Oost is in de verschillende centra van de dorpen te vinden; het gaat dan om 86% van de winkelmeters en 67% van de winkelpanden. In Formerum bestaat het aanbod vooral uit de supermarkt van Jumbo. In Lies

is ook een supermarkt aanwezig; dit is een kleine Spar. Verder is hier ook een EP vertegenwoordigd. In geen van de plaatsen is sprake van een echt winkelgebied; daarvoor zijn ze te klein. In Terschelling Oost staan momenteel (voorjaar 2019) geen panden leeg.

### *Seizoenseffecten*

Op Terschelling – en op de andere Waddeneilanden – speelt het toerisme een zeer grote rol. Het aantal bezoekers ligt jaarlijks hoger dan het aantal inwoners van het eiland. Bovendien is sprake van aanzienlijke pieken; er is duidelijk sprake van een hoog-, midden- en laagseizoen. Ook al is men bezig om het seizoen te verbreden, schommelingen zullen blijven. Dit heeft consequenties voor de omvang van en het soort winkels en horecagelegenheden. Naast de 'normale' voorzieningen voor de Eilanders zelf het hele jaar door is een aanzienlijk deel gericht op en afhankelijk van de bezoekers. Het hele jaar is het belangrijk dat de basisvoorzieningen in voldoende mate beschikbaar zijn; dan gaat het om de dagelijkse voorzieningen, maar ook om bijvoorbeeld Doe-Het-Zelf-producten, bloemen & planten, en in beperkte mate kleding. De toeristen vragen verder vooral om kledingwinkels, souvenirs, snuisterijen, strandartikelen, kaarten ed. Het is belangrijk dat de 2<sup>e</sup> groep voldoende te bieden heeft voor de bezoekers, maar dat in het laagseizoen voldoende winkels een bestaan houden. Het is dan belangrijk om winkels zoveel mogelijk in elkaars nabijheid te hebben, zodat ze optimaal van elkaar kunnen profiteren. Het maken van een combinatiebezoek is dan eenvoudiger. Om die reden is het raadzaam om het aanbod in de detailhandel en horeca buiten de dorpen beperkt in omvang te houden. Het huidige aanbod in de detailhandel op het eiland kent een redelijke spreiding van het dagelijkse aanbod over het eiland, terwijl het overgrote deel van het winkelaanbod in West-Terschelling is te vinden. Het aanbod in de meer oostelijk gelegen dorpen ligt grotendeels in de dorpen, waarbij elke dorp iets te bieden heeft. Op dit moment lijkt het erop dat vraag en aanbod op het hele eiland nog (net) in evenwicht is; met de mogelijke groei van internetaankopen is verdere uitbreiding van het aanbod in de detailhandel niet te verwachten of gewenst.

## GEBIEDSASPECTEN

In plaatsen met de omvang van de dorpen in het oostelijke deel van Terschelling ligt het verwachtingspatroon van inwoners en bezoekers niet heel hoog. Voor de inwoners zelf is de aanwezigheid van dagelijkse en frequent benodigde artikelen op korte afstand wel erg prettig. De Jumbosupermarkt in Formerum is de grootste supermarkt van het eiland, en is tevens het makkelijkst te bereiken. De Spar in Lies is erg klein; dit is vooral een buurtsuper, die ook bezorgt. De EP, schuin tegenover de Spar, is een goede aanvulling. Dat is ook de 'Ben van Alles' in Hoorn. In de meeste dorpen is wel enig aanbod. De bereikbaarheid van alle winkels is prima; de doorgaande weg (Hoofdweg) vanaf West-Terschelling loopt door de verschillende dorpen heen. Aan deze weg liggen de meeste winkels. De Jumbo in Formerum ligt direct bij een afslag van deze weg; parkeergelegenheid ligt er direct naast. Ook bij de Spar is voldoende parkeergelegenheid aanwezig. Bij de overige winkels is het mogelijk om voor de deur te parkeren.

In de dorpen is niet echt sprake van looproutes en zichtlijnen. Maar aangezien de grootste winkels centraal in de dorpen liggen, zijn ze ook goed zichtbaar. De compactheid is ook goed voor elkaar;

veel winkels liggen in het dorp zelf. In Lies en Hoorn is dat volledig het geval, in Formerum voor de helft (waaronder de Jumbosupermarkt). De Boekenboer en Cranberry Terschelling liggen buiten het dorpscentrum.

Sfeer en beleving zijn niet in alle dorpen in Terschelling Oost op dezelfde wijze voorhanden. In Formerum is het rondom de molen gezellig, en loop je eenvoudig richting de fietsverhuur en supermarkt. De aanwezigheid van de horeca bepaalt in deze dorpen voor een belangrijk deel de gezelligheid. In de meeste dorpen worden de winkels of horecazaken gericht bezocht en is geen sprake van een echt hart. De inrichting van de openbare ruimte is – net als op de rest van Terschelling – passend voor een eiland, en ziet er verzorgd uit. Omdat niet echt sprake is van centra en winkelgebieden, zijn er geen hierop gerichte inrichtingselementen aanwezig. De ondersteuning van de daghoreca specifiek voor de detailhandel is nauwelijks aanwezig. Zoals hiervoor aangegeven worden de winkels gericht bezocht, en dat geldt ook voor de horeca. Horeca is wel overal aanwezig, en vaak ook in de nabijheid van een winkel. Dat geldt ook voor de toeristische en culturele attracties; die zijn over het hele eiland verspreid aanwezig. Hoe verder naar het oosten, hoe nadrukkelijker de natuur zelf een rol gaat spelen.

Zoals hiervoor al aangegeven kan men in de dorpen de auto vaak voor de deur van de winkel parkeren. Bij de supermarkten, en vaak ook bij grotere horecagelegenheden, liggen parkeerterreinen. Deze zijn over het algemeen (behoudens enkele piekmomenten) voldoende. De fietsen vallen ook hier in het straatbeeld op; nu niet zozeer bij de winkels als wel bij horecazaken. Ook hier zie je dat er te weinig fietsenstallingen/klemmen aanwezig zijn. Fietsen worden overal gestald, ook bij de burens.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor het eiland is niet aanwezig. Wel is de detailhandel regelmatig onderwerp van gesprek. Vooral de logistieke processen komen aan bod. Bevoorrading is afhankelijk van de boottijden, en kan alleen in de straat zelf plaatsvinden. In dit oostelijke deel van Terschelling geeft de bevoorrading alleen bij de Jumbo soms enige overlast; bij de overige winkels valt het over het algemeen wel mee. Ook bij de horeca valt het door de verspreide ligging en omdat het niet in voetgangersgebied is gelegen, erg mee. De gemeente heeft het koersdocument TS25 opgesteld; hierin is ook een onderdeel voor de detailhandel opgenomen. De focus t.a.v. de winkelbeleving wordt hierbij gelegd op West-Terschelling en Midsland. Voor de overige winkels ligt de aandacht meer op een hoog serviceniveau en persoonlijke aandacht. Daarnaast is de aanwezige diversiteit en het onderscheidend vermogen erg belangrijk. Regionale afstemming over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats, maar wel is er sprake van Waddenbreed overleg over diverse onderwerpen op regelmatige basis. Daarnaast vindt ad hoc ook overleg met de gemeente Harlingen plaats. De lijntjes met de provincie zijn via het Streekwerk Waddeneilanden kort.

Voor geheel Terschelling is de Terschellinger Ondernemers Vereniging (TOV) de vereniging van de ondernemers. Het is een actieve club, die duidelijk ook met de toekomst bezig is. Onder de ondernemers is sprake van een grote gemeenschapszin, en worden veel activiteiten georganiseerd.

Ook is er onderling sprake van samenwerking tussen de ondernemers. Naast de TOV als koepel zijn in 3 dorpen nog afzonderlijke verenigingen actief; dit zijn West-Terschelling, Midsland en Oosterend. In Oosterend heet deze vereniging Natuurlijk Oosterend. De TOV is een belangrijke gesprekspartner van zowel de gemeente als van Rederij Doeksen, de vervoerder voor het eiland, en van Staatsbosbeheer. Op het eiland is geen speciale centrummanager of iets dergelijks actief; ook kent de gemeente geen speciale retail-regelingen. Wel is er sprake van een Ondernemersfonds voor het eiland. Dit fonds is bedoeld om de collectieve marketing van ondernemers in de gemeente te financieren. De gelden komen binnen middels een heffing op de OZB.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in dit deel van Terschelling zijn de uitkomsten afhankelijk van de exacte zoekopdracht. Er verschijnen verzamelsites of de websites van de VVV Terschelling en HalloTerschelling.nl. De verzamelsites geven een vrij volledig beeld van het winkelaanbod, maar de vermeldingen zijn erg beknopt. De VVV toont het winkelaanbod niet volledig, en HalloTerschelling benoemt de winkels slechts zeer beknopt. Om te ontdekken wat er te doen is in Terschelling Oost staat bij Google TripAdvisor bovenaan. Hier worden recreatiemogelijkheden op heel Terschelling getoond. Blogs en verzamelsites beschrijven diverse recreatiemogelijkheden in dit gebied. Er wordt geen activiteitenkalender gevonden. Wanneer specifiek naar de namen van de dorpen wordt gezocht kan men ook terecht komen bij Terschelling.org, die een overzicht van enkele dorpen geeft. Winkels worden hier niet specifiek genoemd.

Voor dit gebied, maar dat is niet verrassend, is geen gezamenlijke Facebook-pagina of Instagramaccount aanwezig. Het zijn toch allemaal aparte gebieden en dorpen. De meeste aanwezige winkels zijn wel individueel actief op Facebook. Op Instagram werd lokaal geen activiteit waargenomen.

## TOERISME EN HORECA

Op de Waddeneilanden is het toerisme van groot belang; op Terschelling is dat niet anders. Rondom Formerum ligt het accent nog sterk op jeugd, naar het oosten toe ligt de nadruk in het toerisme meer op de natuur en rustzoekers. Sterk verbonden met het toerisme is de horeca. In Terschelling Oost is het aanbod aan 'leisure' - waar horeca de belangrijkste component in is – groter dan het aanbod in de detailhandel. In totaal zijn er 23 gelegenheden voor leisure, waarvan slechts de helft (48%) in de dorpen zelf is te vinden. In het aanbod is de variatie minder groot dan westelijker op het eiland. De nadruk ligt hier meer op de cafés en (café-)restaurants. Een bekend café is dat van Hessel en Tess; een ander is Zonneweelde, ook vanwege de speeltuin. Verder is buiten de dorpen veel aanbod te vinden, zoals bij de campings en tussen de dorpen in. Aan het Noordzeestrand is het Heartbreak Hotel bekend. Veel restaurants zijn ook overdag geopend.

In dit gebied is op papier de minste concentratie van de horeca centraal in de dorpen zelf. Gezien de lage inwonertallen is juist hier het belang van concentratie groot. In de praktijk is het wel zo dat veel beeldbepalende horeca nog altijd in de dorpen zelf aanwezig is.

Op Terschelling bestaat een Recreatieplatform, dat samengesteld wordt door de horeca, VVV, TOV, campings en rederij Doeksen. Dit is een formeel adviesorgaan voor de gemeente en Staatsbosbeheer.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor Terschelling Oost weergegeven.

<b>STERKTES</b>	<b>ZWAKTES</b>
Eilandsfeer, rust en authentiek	Te weinig fietsenklemmen, juist ook bij horeca
Geen leegstand	
Supermarkten aanwezig	
<b>KANSEN</b>	<b>BEDREIGINGEN</b>
Goede samenwerking ondernemers	Beperkte vergrijzing bevolking, op termijn meer
Online zicht- en vindbaarheid vergroten	Waken voor opschaling horeca buiten dorpen

De eilandsfeer in het oosten van Terschelling kenmerkt zich vooral door rust en de natuur. Toch past ook dit plaatje binnen het geheel van Terschelling; de eilandsfeer is kenmerkend. Op het gebied van de detailhandel is het van belang dat er voorzieningen aanwezig zijn, met name voor de dagelijkse en frequent benodigde goederen. In elk dorp is nog wel het nodige te vinden. Het zou goed zijn om het totaalpakket – dat elkaar aanvult – duidelijker in beeld te brengen. Dat kan zowel op een website als op social media. Op alle websites staat wel iets van het aanbod, maar het totaalplaatje ontbreekt. De dorpen kunnen elkaar hierin versterken. De online vindbaarheid van het aanbod, waarbij ook winkels goed naar voren komen, wordt steeds belangrijker. Ondernemers kunnen hierin goed samenwerken.

Een zwak punt van het eiland is het ontbreken van voldoende fietsenklemmen; in het oostelijk deel is hiervan niet zozeer sprake bij de winkels, maar wel bij diverse horecazaken. Ook hier zou het goed zijn wanneer er een oplossing voor gecreëerd wordt. Voor de toekomst ligt er een bedreiging in het bevolkingsprofiel; de vergrijzing is nog niet heel sterk, maar neemt wel toe. Dit heeft consequenties voor het draagvlak van de voorzieningen, en daardoor wordt de druk op voldoende inkomsten vanuit het toerisme alleen maar groter. Zoveel mogelijk concentratie van voorzieningen en functies in de dorpen – zonder dat erbuiten niets meer mag – is aan te raden.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor heel Terschelling is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Dit heeft met name betrekking op de dorpen in dit deel van Terschelling. Voor de eigen bewoners is het van belang dat de voorzieningen in de dorpen overeind blijven.
- Ook voor de horeca gaat dit op. De dorpen zijn relatief klein, en hebben een aanbod in de horeca, dat goed bezocht wordt. Een aantal bekende cafés en restaurants zijn hier aanwezig. Uitbreiding buiten de dorpen op grote schaal is niet gewenst. Uiteraard is overal vernieuwing gewenst; hiermee blijft het aanbod modern en kwalitatief goed. Het aanbod moet blijven beantwoorden aan de vraag van de huidige en toekomstige consument.
- Voor een aantrekkelijk straatbeeld is het gewenst om op meerdere plaatsen fietsenklemmen of een stalling te realiseren. Fietsen geven samen met de diverse uitstallingen van winkels en horecazaken al snel een rommelig beeld.
- Samenwerking van ondernemers in het oostelijk deel van het eiland heeft een meerwaarde. Hierbij is het aan de ondernemers zelf om te bepalen waar deze uit kan bestaan, en welke dorpen hieraan meedoen.

TERSCHELLING - OOST							
	totaal	centraal	% centraal	aanbod leisure	% centraal		
Aantal winkels	15	10	67%	23	48%		
m2 wvo winkels	2.045	1.765	86%	3.211	56%		
Aantal inwoners	1.077	stijgend/gelijk/ <i>licht dalend</i>		NL	FR		
Percentage 65+	22,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,8%	Terschelling		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels		v					
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied			v				
Sfeer en gezelligheid/beleving		v					
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca		v					
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				standbeeld Willem Barentz, Spylske, natuur, wrakkenmuseum			
Parkeergelegenheid kwantitatief			v				
Parkeergelegenheid kwalitatief			v				
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig?	2		2				
Fullservice/discount	2/0		Jumbo, Spar				
% dagelijks aanbod	65%						
Trekkers niet-dagelijks	EP						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v					
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	0	0	0%	0	6,8	6,3	
# vkp	0	0	0%	0	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	0%	0%				
m2 wvo	0%	0%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	Koersdocument TS25				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		TOV				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 3/5	Verzamelsites met redelijk compleet beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Hele eiland, geen kalender					
Facebookpagina aanwezig?	Nee						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.325	280	40	230	170	0	2.045
vkp	8	2	1	2	2	0	15
per 1.000 inwoners	1.262	267	38	219	162	0	1.948
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
002500 <= Inwklasse <003500	302	115	41	576	49	90	1.172
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564



# WEST-TERSCHELLING

## TOELICHTING RAPPORTAGE VOORJAAR 2019

In deze rapportage wordt een beknopt beeld van het genoemde winkelgebied weergegeven. Na de typering van het winkelgebied geven we een beschrijving van verschillende aspecten van het winkelgebied. De beoordeling van deze aspecten wordt aan het eind van de rapportage in een excel-sheet weergegeven. Van de meeste aspecten spreekt de beoordeling voor zich, die van enkele andere vraagt om een toelichting. De beoordelingen zijn gegeven op basis van het verwachtingspatroon van een bezoeker; enige subjectiviteit kan daarbij niet geheel uitgesloten worden, maar is op deze wijze zoveel mogelijk geminimaliseerd. Het moge duidelijk zijn dat de bezoeker in een dorp als Makkum een ander verwachtingspatroon heeft van het aanbod en de kwaliteit van de winkels dan in een kern als Sneek. Wanneer het gebodene min of meer overeenkomt met het verwachtingspatroon is een 'gemiddelde' beoordeling gegeven. Hetzelfde gaat op voor de sfeer en beleving in een kern. Zo nodig is direct in de tabel, doch zeker in de tekst een verdere toelichting gegeven op de scores.

## TYPERING WINKELGEBIED

West-Terschelling is de grootste plaats op het eiland Terschelling, en tevens de plaats waar de boten vanaf het vasteland aanmeren. De gemeente telt net geen 5.000 inwoners, het inwonertal van West-Terschelling ligt op 2.505. Het inwonertal van het dorp is de afgelopen jaren iets gestegen; de komende jaren zal het inwonertal waarschijnlijk op hetzelfde niveau blijven. Verspreid over het eiland zullen de komende jaren 135 woningen gebouwd worden. Het aandeel 65+'ers op het eiland ligt met 22,6% iets boven het gemiddelde van de provincie Friesland en van Nederland. Er is sprake van enige vergrijzing op het eiland. Het aandeel jongeren (< 25 jaar) ligt marginaal hoger dan het Fries en het Nederlands gemiddelde. Belangrijk voor het inwonertal is tevens de aanwezigheid van de Zeevaartschool; hier zijn vrijwel permanent 400 à 500 personen aanwezig. Hierdoor ligt het aandeel jongeren ook hoger dan het gemiddelde.

Het toerisme is van groot belang op het hele eiland. Tijdens het hoogseizoen zijn er bij een volledige bezetting van de accommodaties en havens ruim 20.000 mensen op het eiland. In totaal zijn er zo'n 2,5 miljoen overnachtingen; het seizoen wordt ook hier steeds langer. Het winkelaanbod is – zowel qua omvang als aanbod – afgestemd op een sterke toeristische aanwezigheid. Bovendien is het eiland in behoorlijke mate zelfvoorzienend; voor grotere winkelgebieden zullen de inwoners naar het vasteland moeten gaan. Het zou kunnen dat door de (aankoop)mogelijkheden van het internet de zelfvoorzienendheid minder is geworden; om hierin meer duidelijkheid te krijgen is verder onderzoek nodig. Enkele straten of straatsdelen zijn voetgangersgebied (met name de Toren- en de Boomstraat) of slechts per auto bereikbaar voor bewoners.

Het winkelaanbod in West-Terschelling is in totaal zo'n 6.500 m<sup>2</sup> wvo groot, verdeeld over 45 winkels. Het merendeel hiervan is in het centrum van West-Terschelling te vinden; het gaat dan om 71% van de winkelmeters en 89% van de winkelpanden. O.a. een relatief grote winkel (Multimate) is

buiten het centrum gevestigd. De winkels van West-Terschelling liggen voornamelijk aan twee wegen, met nog enkele uitlopers of zijwegen. De belangrijkste twee wegen zijn de Torenstraat en de Boomstraat. Deze komen beide uit bij vuurtoren de Brandaris, welke als hart van het dorp gezien kan worden. Verder zijn enkele winkels aan de Burgemeester Reedekerstraat gevestigd. Belangrijke winkels in het centrum zijn onder meer de Sparsupermarkt, de Hema en diverse kledingwinkels (o.a. Sake Store). Ketenbedrijven zijn op het hele eiland in beperkte mate aanwezig. Tussen de winkels zijn panden met diverse andere functies gelegen, zoals horeca, wonen en dienstverlening. Vooral in de Torenstraat is dit het geval. In West-Terschelling staat momenteel (voorjaar 2019) 1 pand al enige tijd leeg. Het leegstandspercentage is uiterst laag, ruim onder hetgeen als frictieleegstand wordt gezien.

### *Seizoenseffecten*

Op Terschelling – en op de andere Waddeneilanden – speelt het toerisme een zeer grote rol. Het aantal bezoekers ligt jaarlijks hoger dan het aantal inwoners van het eiland. Bovendien is sprake van aanzienlijke pieken; er is duidelijk sprake van een hoog-, midden- en laagseizoen. Ook al is men bezig om het seizoen te verbreden, schommelingen zullen blijven. Dit heeft consequenties voor de omvang van en het soort winkels en horecagelegenheden. Naast de 'normale' voorzieningen voor de Eilanders zelf het hele jaar door is een aanzienlijk deel gericht op en afhankelijk van de bezoekers. Het hele jaar is het belangrijk dat de basisvoorzieningen in voldoende mate beschikbaar zijn; dan gaat het om de dagelijkse voorzieningen, maar ook om bijvoorbeeld Doe-Het-Zelf-producten, bloemen & planten, en in beperkte mate kleding. De toeristen vragen verder vooral om kledingwinkels, souvenirs, snuisterijen, strandartikelen, kaarten ed. Het is belangrijk dat de 2<sup>e</sup> groep voldoende te bieden heeft voor de bezoekers, maar dat in het laagseizoen voldoende winkels een bestaan houden. Het is dan belangrijk om winkels zoveel mogelijk in elkaars nabijheid te hebben, zodat ze optimaal van elkaar kunnen profiteren. Het maken van een combinatiebezoek is dan eenvoudiger. Om die reden is het raadzaam om het aanbod in de detailhandel en horeca buiten de dorpen beperkt in omvang te houden. Het huidige aanbod in de detailhandel op het eiland kent een redelijke spreiding van het dagelijkse aanbod over het eiland, terwijl het overgrote deel van het winkelaanbod in West-Terschelling is te vinden. Op dit moment lijkt het erop dat vraag en aanbod nog (net) in evenwicht is; met de mogelijke groei van internetaankopen is verdere uitbreiding van het aanbod in de detailhandel niet te verwachten of gewenst.

## GEBIEDSASPECTEN

Dagelijkse voorzieningen zijn in elk dorp van groot belang, ook in dorpen waar het toerisme een belangrijke factor is. In West-Terschelling is de Spar de enige supermarkt; deze is ruim 700 m<sup>2</sup> wvo groot en heeft een moderne en vernieuwde inrichting. Naar moderne maatstaven is de supermarkt aan de kleine kant. Verder is in de dagelijkse sector tevens aanbod in vers speciaalzaken, zoals een bakker, een slager en een drogisterij. In de niet-dagelijkse sector ligt het accent sterk op de mode, vrije tijd, 'snuisterijen' en souvenirs. Over het algemeen zijn de winkels van goede kwaliteit, en is er sprake van een gemêleerd aanbod.

Het centrum van West-Terschelling is goed te bereiken; op het eiland wordt veel gefietst, zodat de bezoeker altijd dichtbij de winkels kan komen. Maar ook met de auto is het centrum goed te bereiken. Alle wegen gaan uiteindelijk weer richting boot, op korte afstand van het centrum. In het echte hart is niet alles goed met de auto te bereiken, maar aan de rand liggen enkele parkeerlocaties. Ook de bushaltes zijn op loopafstand. De meeste looproutes zijn duidelijk in het centrum; dan gaat het met name om de Toren- en de Boomstraat. De zichtlijnen naar de andere straten zijn redelijk goed, zoals naar de Trompstraat en de Willem Barentszstraat. Vanuit de Boomstraat zijn de winkels op de hoek van de Burg. Reedekerstraat (mede door signing, vlaggen ed.) ook goed te zien. Het middenstuk van de Torenstraat kent veel niet-winkelpanden, waardoor het vervolg van de looproute niet altijd geheel duidelijk is. Maar de Brandaris blijft goed in het zicht, en 'trekt' de consument verder het centrum in. De compactheid van het aanbod is niet optimaal. Met name de Torenstraat wordt onderbroken qua winkelfront, terwijl elders ook nog wel enkele winkels aanwezig zijn, zoals de Schylger Vakwinkel, Woninginrichting De Molen en het Lichthuis Terschelling.

Sfeer en beleving in combinatie met de historische uitstraling zijn in West-Terschelling duidelijk wel aanwezig. De reclame-uitingen van de ondernemers ondersteunen dit beeld niet altijd. Er is sprake van een grote variëteit aan materialen, kleuren en aantal uitingen per winkel. De onderlinge verschillen zijn evenwel groot; meer eenheid met een meer passende uitstraling geeft een sterker – en minder rommelig - beeld naar de bezoekers. De inrichting van de openbare ruimte is passend voor een eiland, en ziet er verzorgd uit. Er is op het hele eiland gekozen voor materiaal met aandacht voor de historie. Ook staan op diverse plaatsen bankjes, waar men zonder consumptie kan gaan zitten. De ondersteuning van de daghoreca is volop aanwezig. In en om de winkelstraten is sprake van een groot en gevarieerd aanbod aan dag- en avondhoreca, door elkaar. Wanneer veel avondhoreca naast elkaar zit, geeft dit een aanzienlijke onderbreking overdag voor het winkelend publiek, maar echt storend is het niet. Op het raakvlak van horeca en detailhandel zijn de standplaatsen voor viskiosk/snackbar het vermelden waard. Twee plaatsen zijn ingevuld op het haventerrein, bij de veerboot; deze staan hier van april tot en met november. Wat impulsaankopen betreft gaat hier een grote trekkracht vanuit. Verder zijn in West-Terschelling enkele toeristische trekkers aanwezig, ter ondersteuning van het winkelen en van het 'totaalpakket' van Terschelling. Dan gaat het uiteraard om de Brandaris, maar ook het zeeaquarium en Museum 't Behouden Huys kunnen genoemd worden. De huisartsenpraktijk en het gemeentehuis liggen op iets grotere afstand van het centrum.

Voor het eiland zijn fietsen minstens zo belangrijk als auto's. Fietsenhuur is op verschillende plekken direct in het centrum (en dus ook bij de boot) mogelijk. Bij de Brandaris is er volop ruimte om de fiets te stallen, maar dit is dan ook ongeveer de enige plek. Overal in het centrum worden fietsen gestald, bij de winkels, de horecagelegenheden of tegen een boom. Dit geeft een rommelige indruk. Oplaadpunten voor e-bikes zijn niet aanwezig, maar ook niet nodig. De logiesverstrekkers regelen dit bij de accommodatie. De parkeerplaatsen voor auto's liggen aan de rand van het centrum. Het gaat met name om twee locaties, op de kade bij de bootafvaart en aan de Duindoornstraat. Tijdens het hoogseizoen is het hier druk en vol, maar de rest van het jaar zijn er voldoende plaatsen. De locatie wordt niet aangegeven; we veronderstellen dat dit bij de meeste bezoekers – gezien de omvang van het eiland en de overzichtelijkheid - snel bekend zal zijn.

## ONDERNEMERS EN GEMEENTE

Een gemeentelijke detailhandelsvisie voor het eiland is niet aanwezig. Wel is de detailhandel regelmatig onderwerp van gesprek. Vooral de logistieke processen komen aan bod. Bevoorrading is afhankelijk van de boottijden, en kan in veel gevallen alleen in de straat zelf plaatsvinden. Bij sommige panden is het ook mogelijk om aan de achterzijde te bevoorraden; dit heeft uiteraard ten allen tijde de voorkeur. Het invoeren van bloktijden is vrijwel niet mogelijk. Het is evenwel zeer de vraag hoe hinderlijk het echt is voor bezoekers. Wegen worden niet volledig geblokkeerd; bovendien speelt het vakantiegevoel een positieve factor bij de acceptatie. Toeristen zullen het sneller accepteren als een gegeven dat hoort bij een eiland. De gemeente heeft het koersdocument TS25 opgesteld; hierin is ook een onderdeel voor de detailhandel opgenomen. De focus t.a.v. de winkelbeleving wordt hierbij gelegd op West-Terschelling en Midsland. Daarnaast is diversiteit, onderscheidend vermogen en het autovrij zijn van de winkelgebieden iets om te koesteren. Regionale afstemming over het detailhandelsbeleid vindt niet plaats, maar wel is er sprake van Waddenbreed overleg over diverse onderwerpen op regelmatige basis. Daarnaast vindt ad hoc ook overleg plaats met de gemeente Harlingen. De lijntjes met de provincie zijn via het Streekwurk Waddeneilanden kort.

Voor geheel Terschelling is de Terschellinger Ondernemers Vereniging (TOV) de vereniging van de ondernemers. Het is een actieve club, die duidelijk ook met de toekomst bezig is. Onder de ondernemers is sprake van een grote gemeenschapszin, en er worden veel activiteiten georganiseerd. Ook is onderling sprake van samenwerking tussen de ondernemers. Naast de TOV als koepel zijn in 3 dorpen nog afzonderlijke verenigingen actief, zo ook in West-Terschelling. De TOV is een belangrijke gesprekspartner van zowel de gemeente als van Rederij Doeksen, de vervoerder voor het eiland, of van het Staatsbosbeheer. Op het eiland is geen speciale centrummanager of iets dergelijks actief; ook kent de gemeente geen speciale retail-regelingen. Wel is sprake van een Ondernemersfonds voor het eiland. Dit fonds is bedoeld om de collectieve marketing van ondernemers in de gemeente te financieren. De gelden komen binnen middels een heffing op de OZB.

## SOCIAL MEDIA

Wanneer een bezoeker op internet of mobiel opzoekt wat er aan winkels aanwezig is in West-Terschelling toont Google een kaartvenster met diverse winkels. Bovenaan de zoekresultaten staat de VVV Terschelling. De website van de VVV kent niet alle winkels en heeft meerdere kliks nodig om bij een kleine selectie winkels uit te komen; dit werkt klantvriendelijk. Wel zijn de vermeldingen van winkels aantrekkelijk vormgegeven. Ook de pagina HalloTerschelling.nl wordt gevonden; deze heeft een volledig overzicht van winkels op Terschelling, ingedeeld op straat/gebied. De vermeldingen zijn echter zeer beknopt. Om te zien wat er te doen is in West-Terschelling staat bij Google bovenaan TripAdvisor met relevante suggesties voor activiteiten in West-Terschelling. Hierna volgt de VVV met veel recreatiemogelijkheden, eveneens met de

ongemakkelijke bediening zoals hiervoor beschreven. Google vindt meerdere blogs met suggesties voor activiteiten op Terschelling, de meeste hiervan bevatten ook bezienswaardigheden buiten West-Terschelling.

Er zijn meerdere Facebook-pagina's die betrekking hebben op Terschelling. Die van de VVV is veruit de populairste; deze pagina heeft de meeste bezoekers, maar hier worden winkels niet duidelijk vermeld. De Facebook-pagina "Vereniging Aangenaam West" heeft nog weinig volgers, maar deelt berichten over lokale activiteiten en winkels. De meeste winkels zijn individueel actief op Facebook. Het Instagram-account van de VVV Terschelling vermeldt geen winkels. Er werd verder geen ander Instagram-account gevonden waarop winkels in West-Terschelling in beeld worden gebracht. Diverse lokale ondernemers zijn individueel actief op Instagram.

## TOERISME EN HORECA

Op de Waddeneilanden is het toerisme van groot belang; op Terschelling is dat niet anders. Sterk verbonden met het toerisme is de horeca. In West-Terschelling is het aanbod aan 'leisure' - waar horeca de belangrijkste component in is – ongeveer even groot als het aanbod in de detailhandel. In totaal zijn er 47 gelegenheden voor leisure, waarvan het merendeel (72%) in het centrum is te vinden. In het aanbod is een behoorlijke variatie te zien; zo zijn er café's, fastfoodzaken, een ijssalon en lunchrooms. Ook sommige (café-) restaurants zijn overdag geopend. De horecazaken zijn vooral in het winkelgebied gevestigd, maar ook in enkele erachter gelegen straten, zoals de Willem Barentszstraat.

Behalve in het centrumgebied zijn ook bij de logiesverstrekkers (met name campings) diverse horecazaken aanwezig. Behalve in de centra is ook op campings de druk groot om steeds meer tegemoet te komen aan de wensen van de consument; dit betekent vaak dat er vraag is naar vergroting en toevoeging van elementen. Ook de behoefte aan bijvoorbeeld foodtrucks is niet aan Terschelling voorbijgegaan. Verder zijn de horecagelegenheden aan het strand steeds groter aan het worden met langere openingstijden. Voor de centra, en ter ondersteuning van de detailhandel, is de aanwezigheid van horeca uitermate belangrijk. Daar zoekt de toerist met name de beleving. De groei zal vooral uit kwalitatieve verbetering moeten komen.

Het horecabeleid op het eiland is in 2014 nog herzien. Op Terschelling bestaat een Recreatieplatform, dat samengesteld wordt door de horeca, VVV, TOV, campings en rederij Doeksen. Dit is een formeel adviesorgaan voor de gemeente en Staatsbosbeheer.

## SWOT

In onderstaand overzicht staan de belangrijkste sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor West-Terschelling weergegeven.

STERKTES	ZWAKTES
Eilandsfeer	Veel niet-winkels in Torenstraat
Geen leegstand	Overal fietsen
Gevarieerd aanbod detailhandel, m.n. mode	
Gevarieerd aanbod horeca	
KANSEN	BEDREIGINGEN
Optimaliseren online aanwezigheid	Beperkte vergrijzing, op termijn meer
Centrummanager	Waken voor te veel aanbod <i>buiten</i> dorp

Zoals voor de meeste plaatsen op een Waddeneiland geldt, is ook in West-Terschelling de aparte eilandsfeer aanwezig. Deze sfeer is lastig te omschrijven, maar zit in een combinatie van aanwezige factoren. De detailhandel en de horeca met alle overige toeristische aspecten maken hier deel vanuit. Dit behoort in een bepaald evenwicht met elkaar te staan. Op Terschelling is dat het geval. Op het gebied van de detailhandel valt op dat het aanbod op West-Terschelling gevarieerd is, en voldoende kwaliteit biedt. Vooral veel modewinkels zijn aanwezig. De supermarkt is modern, maar relatief klein en gelegen in het voetgangersgebied. Naast de 'normale' functie voor de eilandbewoners is deze supermarkt dan ook meer specifiek gericht op de toerist (met name qua assortiment). Aanvullend zijn diverse speciaalzaken aanwezig. Leegstand is hoegenaamd niet aanwezig. Ook de horeca is volop aanwezig, maar heeft (nog) niet de overhand; landelijk zien we vooral dat horecazaken leegstaande winkelpanden overnemen. De Torenstraat is een belangrijke winkelstraat, maar het middenstuk kent nauwelijks winkels (of horeca). Dit vormt een aanzienlijke onderbreking van het winkelfront. De bezoeker zal dan eerder de fiets pakken om verderop weer te gaan winkelen. De fietsen vormen een ander zwak punt; deze staan overal in de straat, hetgeen het geheel een rommelig beeld geeft.

De aanwezigheid op het web en op social media is over het algemeen goed verzorgd; West-Terschelling leunt sterk op de VVV-website, maar deze is onvoldoende klantvriendelijk en dus voor verbetering vatbaar. De populariteit van de Facebook-pagina "Vereniging Aangenaam West" kan ook verhoogd worden door meer posts van winkels te plaatsen. Juist voor toeristen is de online vindbaarheid (op een aantrekkelijke manier) van groot belang. Mogelijk ligt er een kans voor iemand, die zich speciaal bezig houdt met de detailhandel en horeca in de winkelgebieden, en de daaruit voortkomende problematiek. Dit zou een centrummanager kunnen zijn. Op dit moment is de vergrijzing van de bevolking iets sterker dan elders in Friesland; op termijn zal deze verder toenemen, waardoor het draagvlak van voorzieningen verder onder druk zal komen te

staan. Concentratie in het dorp zelf blijft dan heel belangrijk; dat is nu nog steeds het geval in West-Terschelling, maar moet voor de beleving op het eiland ook in stand gehouden worden. Dit geldt zowel voor de detailhandel als de horeca.

## ADVIES EN INSTRUMENTARIUM

- Voor heel Terschelling, dus ook voor West-Terschelling is het van belang om voorbereid te zijn op wat er in de toekomst staat te gebeuren met de winkels. Inzage in de gemiddelde leeftijd van ondernemers (opvolging), uitbreidingswensen, verplaatsingswensen ed. zijn van belang om te kunnen beoordelen of de compactheid van het winkelgebied overeind blijft of versterkt kan worden. Dit heeft met name betrekking op het centrumgebied. Om het straatbeeld zo aantrekkelijk mogelijk te houden is een compact centrum nodig. Juist ook buiten het seizoen hebben de winkels elkaar nodig; in elkaars nabijheid kunnen ze elkaar versterken.
- Daarnaast spelen diverse ontwikkelingen buiten de kernen bij de verschillende strandlocaties, logiesverstrekkers ed. Marktontwikkelingen komen vaak tegemoet aan de wensen van bezoekers, en vernieuwing is altijd nodig. Maar enig evenwicht in hetgeen centraal gebeurt en daarbuiten is gewenst, op de lange termijn ook voor de bezoekers. West-Terschelling is duidelijk de hoofdkern van het eiland; belangrijk is dat hier voldoende voorzieningen met voldoende variatie aanwezig blijven. Het is aan te bevelen om de verschillende ontwikkelingen goed te monitoren.
- Voor een aantrekkelijk straatbeeld is het gewenst om op meerdere plaatsen fietsenklemmen of een stalling te realiseren. Fietsen geven samen met de diverse uitstallingen van winkels al snel een rommelig beeld.
- Tenslotte kan de online zichtbaarheid en vindbaarheid verhoogd worden. Dit is een aspect dat de komende jaren steeds belangrijker wordt, en zeker onder toeristen (ook veel nieuwe bezoekers) veelvuldig gebruikt wordt. In het geval van West-Terschelling liggen hier nog kansen ter verbetering.

TERSCHELLING - WEST							
	totaal	centraal	% centraal	aanbod leisure	% centraal		
Aantal winkels	45	40	89%	47	72%		
m2 wvo winkels	6.524	4.602	71%	5.525	57%		
Aantal inwoners West-Terschelling	2.605	<i>licht stijgend</i> /gelijk/dalend		NL	FR		
Percentage 65+	22,6%			18,8%	20,8%		
Percentage <25 jaar	28,8%	Terschelling		28,4%	28,5%		
<b>Aspect</b>	<b>Score</b>						
	matig	gemiddeld	goed	Opmerking			
Kwaliteit en variatie winkels			v				
Bereikbaarheid			v				
Zichtbaarheid; zicht-/looproutes			v				
Compactheid winkelgebied		v	v				
Sfeer en gezelligheid/beleving			v				
Inrichting openbare ruimte			v				
Ondersteuning daghoreca			v				
Aanwezigheid toeristisch/culturele aspecten				brandaris, zeeaquarium, museum			
Parkeergelegenheid kwantitatief		v					
Parkeergelegenheid kwalitatief		v					
Aanbod fietsenstallingen	v						
	ja	nee	aantal centrum				
Supermarkt aanwezig kwg?	1		1				
Fullservice/discount	1/0		Spar				
% dagelijks aanbod	21%						
Trekkers niet-dagelijks	Hema, TerStal, DIO						
	wijk	lokaal	regionaal	provinciaal			
Verzorgingsfunctie		v			Toerisme!		
<b>Leegstand</b>	<b>totaal-abs</b>	<b>centraal abs</b>	<b>% centraal</b>	<b>% leegstand</b>	<b>NL %</b>	<b>FR %</b>	
m2 wvo	188	188	100%	1,4	6,8	6,3	
# vkp	1	1	100%	0,9	6,6	5,6	
aandeel kernwinkelgebied	frictie	langdurig	structureel				
vkp	0%	100%	0%				
m2 wvo	0%	100%	0%				
<b>Overige aspecten</b>	ja	nee					
aanwezigheid detailhandelsvisie?		v	Koersdocument TS25				
regionale afstemming?		v					
parkeermonitoring?		v					
aanwezigheid ondernemersvereniging?	v		TOV				
aanwezigheid centrummanager of id.		v					
aanwezigheid retailregelingen?		v	wel ondernemersfonds				
<b>Internet/social media</b>							
Wat bij google: "Shopper/winkelen in...."	Score 4/5	Bovenaan komt VVV, niet volledig beeld					
Wat bij google: "Wat te doen in...."	Score 4/5	Activiteiten volop te vinden, hele eiland					
Facebookpagina aanwezig?	Ja						
Instagram aanwezig?	Nee						
<b>Overzicht branchering</b>							
	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
m2 wvo	1.385	2.484	305	1.872	290	188	6.524
vkp	12	18	4	5	5	1	45
per 1.000 inwoners	532	954	117	719	111	72	2.504
<b>Aanbod per 1.000 inwoners</b>	dagelijks	mode&lux	vrije tijd	in/om huis	detalh.ov.	leegstand	totaal
<b>INWONERKLASSE</b>							
000000 <= Inwklasse <001000	111	76	45	631	58	78	1.000
001000 <= Inwklasse <001500	169	65	59	729	57	72	1.150
001500 <= Inwklasse <002000	193	89	31	633	51	67	1.063
002000 <= Inwklasse <002500	253	116	41	604	45	80	1.140
<b>002500 &lt;= Inwklasse &lt;003500</b>	<b>302</b>	<b>115</b>	<b>41</b>	<b>576</b>	<b>49</b>	<b>90</b>	<b>1.172</b>
003500 <= Inwklasse <005000	401	140	45	565	54	127	1.332
005000 <= Inwklasse <007500	419	262	53	801	73	159	1.766
007500 <= Inwklasse <010000	403	230	39	696	60	167	1.595
010000 <= Inwklasse <015000	470	375	80	977	86	232	2.220
015000 <= Inwklasse <020000	411	334	78	890	77	216	2.006
020000 <= Inwklasse <030000	402	343	124	983	80	194	2.124
030000 <= Inwklasse <050000	405	416	104	938	80	252	2.194
050000 <= Inwklasse <100000	405	424	112	931	91	268	2.232
100000 <= Inwklasse <175000	371	431	108	719	75	147	1.853
175000 <= Inwklasse	357	377	96	536	69	129	1.564

Broekhuis Rijs Advisering, oktober 2019