



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

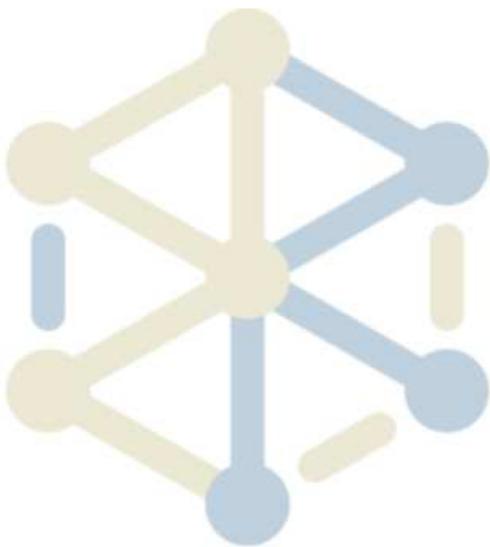
Burgum

Centrumvisie



Burgum

Centrumvisie



Oprichtgever:
Projectnummer:
Datum:

Gemeente Tytsjerksteradiel
0621.502
20/01/2022

Adres

Wederik 1
9801 LX Zuidhorn

Telefoon

0594-528358

E-mail

info@brdgadvies.nl

Web

www.brdgadvies.nl



Inhoud

1	Inleiding	5
Deel A		8
2	Centrumvisie	9
3	Ruimtelijke vertaling	18
4	Actieplan	25
Deel B		30
5	Bestaande visie (Masterplan)	31
6	Ligging en demografie Burgum	33
	6.1 Ligging	33
	6.2 Demografie	33
7	Trends en ontwikkelingen	36
	7.1 Algemene trends	36
	7.2 Coronacrisis	38
	7.3 Ontwikkelingen Burgum	39
8	Kwantitatieve analyse	41
	8.1 Detailhandelsaanbod	41
	8.2 Horeca aanbod	44
	8.3 Relevant onderzoek	45
	8.4 Distributieplanologische analyse	47
9	Kwalitatieve analyse	49
	9.1 Verzorgingsstructuur	49
	9.2 Structuur winkelgebied	50
	9.3 Afbakening kernwinkelgebied	55
	9.4 SWOT-analyse	56
10	Situatie woningmarkt	59
	10.1 Ontwikkelingen Burgum	59
	10.2 Kansen voor het centrum	60

Bijlage 1 - Trends en ontwikkelingen

1 Inleiding

In de sectoren detailhandel en horeca is sprake van een zeer forse dynamiek. Er gebeurt met andere woorden veel en veranderingen gaan snel. Aannames over de ontwikkeling van de retail, horeca en andere centrumfuncties zoals deze de afgelopen jaren werden gedaan, gelden niet meer automatisch.

Daar is het afgelopen jaar de coronapandemie nog bovenop gekomen, die zorgt voor een ongekennde impact op centrumgebieden. De lockdown en de 'anderhalve meter-economie' hebben geleid tot een zeer moeilijk jaar voor met name de bedrijven gericht op het recreatieve winkelen, zoals de mode. De online winkels hebben het afgelopen jaar een enorme groei doorgemaakt, doordat mensen feitelijk aangewezen waren op het online bestellen. Het coronajaar heeft de positie van webshops naar verwachting blijvend versterkt. De coronacrisis en haar nasleep versnelt niet alleen het al langer gaande saneringsproces in de detailhandel, maar ook dreigen momenteel in potentie kerngezonde bedrijven ten onder te gaan door het gebrek aan liquiditeit en doorlopende kosten. In toeristische gebieden hebben zowel de detailhandel als de horeca de afgelopen zomer nog het nodige goed kunnen maken, maar de daaropvolgende 'lockdown' heeft de situatie in veel gevallen nijpend gemaakt.

Ondertussen blijft de fysieke horeca en retail van wezenlijk belang voor aantrekkelijke en levensvatbare centra en een leefbare woonomgeving. Een toekomst met mogelijk minder fysieke winkels vraagt voor elke gemeente om kritisch naar de huidige centrumstructuur te kijken: hoe blijft een centrumgebied aantrekkingskracht en sociale meerwaarde houden? Hoe verandert de functiemix en wat vragen nieuwe centrumfuncties van hun omgeving? Naast algemene landelijke ontwikkelingen hebben in Burgum zelf ook de nodige veranderingen plaatsgevonden. De invulling van de Markt met onder meer een Jumbo-supermarkt en Action is er hier één van. Een andere is de realisatie van de Centrale As langs Burgum. Bovendien lijkt, aangewakkerd door de coronapandemie, de woonsituatie aan het veranderen: de vraag naar woningen in de omgeving van Leeuwarden en in het Noorden in het algemeen is toegenomen. Al deze ontwikkelingen hebben meer of minder invloed op de gevraagde functiemix in een centrum.

De vorige visie op het centrum van Burgum dateert van 2010. Deze heeft een belangrijke rol gespeeld in de ontwikkeling van het centrum de afgelopen jaren, maar is toe aan vernieuwing vanwege alle veranderingen. Juist nu is daarom een actueel kader nodig om aantrekkelijke, levensvatbare en toekomstbestendige centra te behouden en de actuele ontwikkelingen van een passend antwoord te voorzien.

De probleemstelling wordt met de volgende punten en vragen omschreven:

- Hoe heeft de detailhandel zich de afgelopen jaren ontwikkeld en wat zijn de verwachtingen voor de komende 10 tot 15 jaren, de trends en ontwikkelingen die een rol spelen voor het centrumgebied;
- Burgum wil haar positie als regiokern behouden en waar nodig versterken. De demografische ontwikkelingen spelen hierin een belangrijke rol. U vraagt zich af hoe u de demografische ontwikkelingen moet zien tegen het licht van (bijvoorbeeld) de toenemende vraag naar woningen van mensen uit de Randstad;

- Leegstand van commercieel vastgoed in het centrumgebied, waarbij vanuit de markt steeds vaker de vraag wordt gesteld of een functieverandering van winkels/kantoren naar wonen mogelijk is;
- Vanuit de vraag naar meer parkeerruimte voor zowel de woonfuncties als detailhandel, ontstaat er een toenemende druk op de openbare ruimte. Hoe gaan we om met de beperkte ruimte in het centrum, hoe is de verdeling van de functies in het centrum en hoe kunnen we flexibel blijven ten aanzien van toekomstige veranderingen in het centrumgebied.

Doelstelling

De nieuw op te stellen visie heeft als doel om te komen tot een heldere afbakening van het centrumgebied waarbij de commerciële functies, het wonen en maatschappelijke voorzieningen goed op elkaar zijn afgestemd. Het resultaat moet opnieuw een visie zijn waar de gemeente haar beleid en de mogelijke bestemmingsplanwijzigingen de komende jaren weer op kan baseren. In de visie ziet u graag de focus op diverse actuele ontwikkelingen en vragen, zoals:

- Significante wijzigingen in het centrum ten opzichte van de visie uit 2010;
- De (verwachte) veranderingen voor centra in Nederland in het post-coronatijdperk;
- Wat zijn, afgezet tegen de hedendaagse ontwikkelingen, de beste ontwikkelkansen voor het centrum van Burgum;
- Welke andere alternatieve functies dan wonen zijn er voor vrijkomende gebouwen in het centrum, die bovendien meerwaarde hebben voor het toekomstig functioneren van het centrum;
- Flexibiliteit van functies binnen het centrum, mogelijkheid tot snelle omschakeling om aantrekkelijk te blijven als centrumgebied;
- Een duidelijk beeld op het parkeren (inclusief bereikbaarheid) voor alle centrumfuncties in relatie tot de beschikbare ruimte. Welke specifieke mogelijkheden biedt het centrumgebied daar (nog) voor;
- Wat is het effect op het centrum van Burgum na realisatie van de nieuwe rondweg om het dorp, de 'Centrale As'.

Vraagstelling

Op basis van de door u benoemde probleem- en doelstelling hebben we ook de volgende onderzoeksvragen opgesteld:

1. Hoe ziet de huidige aanbodstructuur (winkels, horeca, diensten ed.) in het centrum van Burgum eruit en hoe verhoudt zich dit ten opzichte van de vraag (kwalitatief en kwantitatief)? Wat is de huidige positie van het centrum van Burgum in de regio?
2. Welke recente relevante trends en ontwikkelingen, inclusief corona, zijn van invloed op de detailhandel, de horeca en de woonsituatie van Burgum, welke zijn nog te verwachten en op welke wijze (kansen) kan hier mee worden omgegaan?
3. Hoe ziet de SWOT-analyse voor het centrum van Burgum eruit en wat is het bijbehorende perspectief?
4. Wat is de invloed van met name e-commerce en de woningbouw ('nationale periferie') op ontwikkelingen in Burgum? Wat is de voor de toekomst gewenste flexibele functiemix voor het centrumgebied?
5. Wat is op hoofdlijnen de toekomstig gewenste detailhandelsstructuur van Burgum? Wat is hierbij de gewenste en haalbare positie (schaal en functie) van het centrum van Burgum, rekening houdend met de verschuiving in de beleving van winkelcentra?

6. Welke concrete maatregelen zijn gewenst om de gewenste structuur te realiseren, rekening houdend met het planologische beleidskader? (Plan van aanpak). Dan gaat het onder meer om:
- a. Zijn er gebieden in het centrum, die kunnen worden toegewezen als potentiële herontwikkeling-/herbestemmingsgebieden (in relatie tot wonen in het centrum), en zo ja, welke?
 - b. Welke delen in de openbare ruimte lijken slecht te functioneren en behoeven op korte termijn een verbetering?
 - c. Zijn er - en zo ja, welke - aanpassingen gewenst in de infrastructuur (routing) en de parkeersituatie?

Samenwerking

Deze rapportage is tot stand gekomen door een brede samenwerking. Tijdens het proces om tot deze rapportage te komen is gewerkt met een begeleidingscommissie, bestaande uit vertegenwoordigers van de gemeente, van de ondernemersvereniging (Himbo), van Koninklijke Horeca Nederland en van Doarpsbelang Burgum. Verder is nog met andere stakeholders gesproken vanuit o.a. de makelaardij, vastgoed, woningbouw en recreatie. Verder is ook een samenwerking tussen onderzoekbureaus gezocht. BRDG Advies is hoofduitvoerder van de opdracht, maar zij heeft hierbij samengewerkt met en de expertise ingezet van KAW op het gebied van woningbouw en van Frans Beune Landschap en Stedenbouw op het gebied van de ruimtelijke vertaling.

Leeswijzer

Na de inleiding wordt op basis van de analyses in deel B (hoofdstuk 6 t/m 10) in hoofdstuk 2 de visie voor het centrum van Burgum beschreven. De ruimtelijke vertaling hiervan – met suggesties voor de uitvoering – wordt in hoofdstuk 3 beschreven. Tenslotte volgt in het laatste hoofdstuk van deel A, hoofdstuk 4, nog het actieplan ter realisatie van de visie. Een terugblik op de huidige, nog vigerende, visie voor het centrum van Burgum, het Masterplan wordt in hoofdstuk 5 gegeven. In hoofdstuk 6 worden de ligging, demografie en demografische ontwikkelingen van Burgum in beeld gebracht. De belangrijkste trends en ontwikkelingen met betrekking tot het winkellandschap worden in hoofdstuk 7 weergegeven. Ook wordt in dit hoofdstuk stilgestaan bij de effecten van de coronacrisis en worden een aantal actuele ontwikkelingen binnen Burgum behandeld. Vervolgens worden in hoofdstuk 8 en 9 de kwantitatieve en kwalitatieve analyse van de detailhandel en horeca weergegeven. Hoofdstuk 10 gaat tenslotte in op de situatie van de woningmarkt.

Deel A

2 Centrumvisie

De trends en ontwikkelingen, de kwantitatieve en kwalitatieve analyse en de beoordeling van de huidige centrumstructuur in deel B van dit rapport zijn de basis voor deze centrumvisie. In dit hoofdstuk beschrijven we de belangrijkste uitgangspunten voor de nabije toekomst.

1. Focus op bestaande structuur, optimalisatie waar nodig

De bestaande winkelstructuur functioneert goed en kan grotendeels blijven bestaan. Om te bewerkstelligen dat het winkelgebied ook in de toekomst aantrekkelijk blijft met een aaneengesloten winkel- en horecafront, is het aan te raden om enkele details in de structuur aan te passen. Niet-commerciële uitingen op de begane grond zijn in het hart van het winkelgebied dan ook niet gewenst. Het is aan te bevelen om in het centrumgebied een onderscheid aan te brengen tussen een kernwinkelgebied en een aanloopgebied. Het kernwinkelgebied wordt gevormd door de Schoolstraat, de Tsjibbe Geartsstrjitte, de Passaazje en de Markt; het winkelgebied sluit dan nog beter aan op de huidige situatie. Het aanloopgebied bestaat dan uit de Bulthuisingel, de oostkant van de Schoolstraat en het noordelijke deel van de Lageweg (zie ook figuur 2.1).

Figuur 2.1: Nieuwe detailhandelsstructuur



Bron: BRDG Advies

Een geconcentreerd en aaneengesloten aanbod is aantrekkelijk voor zowel bezoekers als ondernemers; bezoekers kunnen eenvoudig alle boodschappen doen en ondernemers profiteren van elkaars nabijheid. Daarom pleiten wij ervoor om in het kernwinkelgebied geen toevoeging van woningen meer op de begane grond toe te staan, in het aanloopgebied kan dit wel. Buiten het centrumgebied is enkel de al aanwezige detailhandel toegestaan. Vestiging van nieuwe retail buiten het centrumgebied is niet gewenst. Aan de randen van het winkelgebied is een drietal ontwikkellocaties aangegeven; dit zijn gebieden waar op de langere termijn mogelijk ontwikkelingen plaats kunnen vinden. Zie figuur 2.1 en hieronder.

Ontwikkelgebied ‘Bulthuisingel-Noordersingel’

Het ‘ontwikkelgebied Bulthuisingel’ bevindt zich net buiten het kernwinkelgebied, maar kan functioneel van grote betekenis zijn voor het kernwinkelgebied. Het ‘ontwikkelgebied’ bevat een aantal grotere gebouwen en verschillende functies. In dit gebied bevinden zich naast woonfuncties, onder andere een supermarkt (Poiesz), een kerk van de Protestantse Gemeente Burgum (PGB), de voormalige Rabobank en een aantal kleinere parkeerlocaties. Voor dit gebied worden de komende jaren enkele nieuwe ontwikkelingen verwacht. De eerste verandering in het gebied betreft de voormalige Rabobank. In december 2021 is de voormalige Rabobank verkocht aan enkele ondernemers. Het is de bedoeling dat er een gezondheidscentrum wordt gevestigd, met ruimte voor ondernemers uit andere branches. In het ‘ontwikkelgebied Bulthuisingel’ is er niet sprake van een overcapaciteit aan parkeervoorzieningen voor centrumbezoekers (dat het centrum vanuit het noorden benaderd). In het gebied bevindt zich een kerkgebouw dat (in haar functie) geen ondersteuning geeft aan de functies van het kernwinkelgebied in Burgum. Ontwikkelaars hebben de laatste jaren vaker laten weten belangstelling te hebben voor de locatie van het kerkgebouw. Wij houden om voornoemde reden de komende jaren rekening met nieuwe ontwikkelingen voor de niet-commerciële functie van het kerkgebouw in het centrumgebied. Daarnaast is het oostelijk deel van het winkelcentrum, als startpunt van een ‘winkelrondje Burgum’ is, vergeleken met het ‘startpunt Markt’, onder de maat qua ruimtelijke inrichting. De ruimtelijke kwaliteit heeft de komende jaren meer aandacht nodig. Het gehele gebied is op grond van alle hiervoor genoemde argumenten, geduid als één van de ‘ontwikkellocaties’ in deze centrumvisie.

Ontwikkelgebied ‘De Pleats-Ds. Talmasingel’

Het ontwikkelgebied ‘De Pleats-Talmasingel’ bevindt zich aan de oostzijde van het kernwinkelgebied van Burgum. Aan de noordzijde van de Ds. Talmasingel bevinden zich een 24-tal huurwoningen van WoonFriesland. De huurwoningen zijn geschikt voor ouderen die zelfstandig kunnen wonen. De woningen kenmerken zich als laagbouwoningen, zijn gedateerd en hebben in het aanloopgebied naar het winkelgebied onvoldoende uitstraling. De route vanaf de Kwekerstrjitte via ds. Talmasingel naar het centrum is door de huidige woningtypologie aan deze route, moeilijk ‘afleesbaar’ als aanloopstraat naar het kernwinkelgebied. De uitstraling van de huurwoningen aan deze route naar het centrum, in combinatie met de inrichting van het wegprofiel, verdient een opwaardering als aanloopstraat naar het kernwinkelgebied. Er liggen de komende jaren, gelet op de leeftijd van de bebouwing, kansen om het straatbeeld en de herkenbaarheid als aanloopstraat, te wijzigen.

Een andere plek in dit ‘ontwikkelgebied’ waar de beeldvorming de komende jaren zal wijzigen, betreft het laatste deel van de Schoolstraat en de verbinding van de Schoolstraat (nabij ‘De Pleats’) naar de Markt. Op de hoek van de Markt, waar voorheen de apotheek was gesitueerd, zal de komende jaren een nieuwe ontwikkeling gaan plaatsvinden. De voormalige apotheek staat momenteel leeg en is onlangs van eigenaar veranderd. Supermarkt Aldi heeft als ‘huurder’ van het huidige winkelpand, haar positie als huurder ook kunnen wijzigen naar die van ‘eigenaar’. De supermarktketen heeft aangegeven om, nu zij eigenaar is, de winkel te ‘restylen’ naar een grotere, modernere supermarkt. Plannen daarvoor zijn in de maak.

Aan het eind van de Schoolstraat staat de voormalige Scapino. Dit gebouw staat op dit moment leeg. De locatie is onlangs verkocht en wordt (december 2021) opnieuw ontwikkeld. Een

concreet plan en welk programma dit pand gaat krijgen heeft de huidige eigenaar nog niet gedeeld met de gemeente. Het 'ontwikkelgebied 'Pleats-Talmasingel' biedt kansen om de hoofdwinkelstraat (Schoolstraat) te verbinden met de Markt en de aanloopstraat vanuit het oosten te verbeteren.

Ontwikkelgebied 'Kûpersstrjitte-PM-kanaal'

In het 'Masterplan Centrum Burgum' (februari 2010) werd dit gebied al genoemd in het hoofdstuk 'ûs dream' ('onze droom'). Het gebied kent een diversiteit aan functies (wonen, bedrijven, verkeersgebied) en is als aanloopstraat naar het centrum onduidelijk in structuur. Zo wordt de route naar het centrum bijvoorbeeld aangegeven met een verwijsbord. De route naar de Markt, toch het belangrijkste vetretpunt voor het gebruik van het kernwinkelgebied, is zonder deze 'centrum-verwijzing' als aanlooproute moeilijker herkenbaar. Ook het bebouwingsbeeld van de Kûpersstrjitte is moeilijk afleesbaar als aanloopstraat naar het kernwinkelgebied, hoewel er met de schaalvergroting van de woonlocatie aan de Westzijde Kûpersstrjitte (WoonFriesland, december 2021 nog in aanbouw) meer 'gewicht' wordt gegeven aan importantie van deze aanloopstraat.

Het gebied rondom het kruispunt Kûpersstrjitte-Oppedijk van Veenweg heeft met de komst van de Estafettewinkel onlangs een nieuwe impuls gekregen. Toch zijn er nog een aantal potentiële locaties in dit 'ontwikkelgebied' die bij een herontwikkeling ook de routing naar het kernwinkelgebied kunnen versterken. Net als in het Masterplan van 2010 kan de volgende ontwikkeling worden gezien als een 'dream' (Masterplan 2010), als een langere termijnvisie. Het gaat voor deze locatie om de ontwikkelkans, waarbij iets wordt gedaan met de waterbeleving in relatie tot het centrumgebied. Een bijzondere kwaliteitsimpuls voor de ruimtelijke kwaliteit en voor de beleving van 'Burgum-aan-het-water' zou kunnen zijn dat het water van de haven en het PM-Kanaal aan de Oppedijk van Veenweg 'zichtbaar' wordt gemaakt en deze kwaliteit voor Burgum beter wordt benut (ook recreatief). Dergelijke kansen en verbeteringen kunnen leiden tot een herstructurering en verbeteringen van het aanloopgebied, waar het kernwinkelgebied direct bij gebaat is.

2. Behouden van de functiemix in het centrum

Om regionaal aantrekkelijk te blijven, is het ook van belang om de mix van functies in het centrumgebied te behouden, zodat er een divers aanbod voor bezoekers is. Winkelen alleen is niet meer voldoende om regionaal aantrekkelijk te zijn voor omliggende kleinere kernen. Maar mede door de Centrale As is de bereikbaarheid en aantrekkelijkheid voor een nieuwe groep bezoekers binnen de mogelijkheden gekomen. Ook deze bezoekers moeten vastgehouden en gelokt worden met sterke winkelconcepten, aantrekkelijke horeca, recreatie, cultuur en sfeer. Momenteel is er een goede menging van detailhandel, horeca en dienstverlening, verspreid over het centrumgebied. Zo is de aanwezigheid van de bibliotheek in de Schoolstraat een pluspunt. Getracht moet worden om de huidige functiemenging maximaal te behouden, met daarbij aandacht voor het wonen op de begane grond. Een uitbreiding van wonen op de begane grond moet in het kernwinkelgebied zo min mogelijk gefaciliteerd worden. In het aanloopgebied blijft dit wel mogelijk.

3. Behouden van de supermarktstructuur in het centrum

De aanwezigheid van vier supermarkten in/nabij het centrumgebied van Burgum heeft een positieve invloed op het centrumgebied. Het grote parkeerterrein aan de Markt vormt een belangrijk bronpunt en de aanwezigheid van de supermarkten heeft een grote meerwaarde wat betreft passantenstromen. De distributieve berekening heeft laten zien dat er in de dagelijkse sector een geringe overbewinkeling is, maar gezien de regiofunctie van het dorp is een klein overschot aan dagelijkse winkels niet storend. Een uitbreiding van de Aldi zou –

mits goed onderbouwd – dan ook nog tot de mogelijkheden moeten behoren; deze supermarkt kent momenteel een erg geringe oppervlakte. Voor het centrumgebied van Burgum is het van belang om ook in de toekomst de supermarkten hier te behouden en niet te verplaatsen naar locaties buiten het centrum.

4. Mogelijke (beperkte) uitbreiding aanbod overige winkels

De aantrekkelijkheid van een winkelgebied wordt voor een groot deel ook bepaald door het aanbod van voldoende breed en diep assortiment in de niet-dagelijkse sector. Volgens de distributieplanologische analyse van paragraaf 9.4 is er nog relatief veel marktruimte (ca 4.000 m² winkelruimte) in deze sector. Deze analyse is gebaseerd op gegevens van enige jaren geleden (2017). Omdat het percentage online-inkopen daarna fors toegenomen is, zal de marktruimte in de praktijk waarschijnlijk kleiner zijn. Als ondernemers een winkel willen toevoegen of willen uitbreiden zou dat gefaciliteerd kunnen worden, maar het blijft van belang om kritisch naar toevoegingen te kijken. De vestiging van nieuwe winkels is bij voorkeur in het kernwinkelgebied maar kan, als dat niet mogelijk is, ook gefaciliteerd worden in het aanloopgebied. In de 3 van Sminia komt bovendien nog winkelruimte terug.

5. Versterken horeca aanbod (kwalitatief)

Een goed horeca aanbod levert een positieve bijdrage aan het leefklimaat van winkelgebieden. Het is een belangrijke aanvullende functie in winkelcentra en het kan in Burgum verder worden versterkt. Momenteel zijn er verspreid over de Schoolstraat, Lageweg, Markt en De Passaazje restaurants aanwezig, voornamelijk avondhoreca. De daghoreca, die voornamelijk voor winkelbezoekers aantrekkelijk is, is slechts beperkt aanwezig. Het toevoegen van bijvoorbeeld een brasserie of een horecaconcept in het midden of hogere segment behoort tot de opties om het horeca aanbod in het dorp verder te versterken. Met de nieuwbouw in de Drie van Sminia komt hierin mogelijk verandering. Een langer verblijf van bezoekers is gunstig voor de beleving in een centrum en verleidt tot meer winkelbezoek. Kwantitatief gezien is de ruimte beperkt.



6. Investeren in beleving en leefbaarheid

Om de beleving en sfeer op voldoende niveau te houden is het van belang om te investeren in de openbare ruimte. Het sfeerbeeld tussen de Schoolstraat en bijvoorbeeld de Markt verschilt nu aanzienlijk en ook de Passaazje, die de verbinding vormt tussen noord en zuid, heeft door de uitstraling van de gevels een matige aantrekkingskracht. In het algemeen is het zo dat de bestrating en het straatmeubilair op een redelijk niveau zijn, maar veel groen op straat ontbreekt. Zo doet met name de Markt relatief 'stenig' aan, mede door de grote oppervlakte van het parkeerterrein. Omdat de Markt een belangrijk (parkeer)bronpunt is voor

het centrum van Burgum, is het aan te raden om dit deel van het centrum aantrekkelijker te maken en de grote vlakke te doorbreken door onder andere met meer groen. In hoofdstuk 4 met de ruimtelijke vertaling van de aanpak voor het centrum wordt hier een eerste voorzet voor gegeven.

7. Verbeter de vindbaarheid en bereikbaarheid

De routing naar en rondom centrum voor auto's is op dit moment niet logisch. Voor bekenden zal het geen probleem vormen, maar voor (nieuwe) bezoekers vanuit de regio en voor toeristen is verbetering op dit punt mogelijk en gewenst. Komend vanuit zuidelijke richting (vanaf de Centrale As) staat het centrum bij de rotonde duidelijk vermeld. De autobezoeker wordt naar de Markt geleid. De afslag richting de Markt staat met een relatief klein bordje aangegeven, maar dit is inmiddels de doorgaande route geworden. Vanuit noordelijke richting wordt het verkeer naar dezelfde route geleid; een entree aan de noordzijde, met toch een kleine 200 parkeerplaatsen, is niet aanwezig. Deze bezoeker gaat dus eerst het centrumgebied voorbij, en via een bocht er weer terug te keren. Vanaf de Kwekersstrjitte (oostkant) loopt de verwijzing naar het centrum-parkeren naar de Markt via de Dominee Talmasingel. De P-route is volledig gericht op het parkeren op de Markt. Hier ligt dan ook wel de grootste capaciteit, maar 1/3 van het totaal ligt – weliswaar versnipperd – aan de noordzijde. Deze P-locaties aan de noordzijde van het centrum worden niet vermeld, terwijl de afslag naar het centrum via de Noordersingel evenmin wordt aangegeven. Gevolg is dat de druk op de Markt richting het weekend steeds groter wordt.



Figuur 2.2: Verbetering bereikbaarheid



Bron: BRDG Advies

Het parkeerterrein aan de Pastoriekamp en de J.D. de Vriesstraat zijn alleen voor bekenden te vinden. Het inzichtelijk maken van de parkeerdruk op de diverse parkeerlocaties middels tellingen maakt duidelijk hoe de verdeling over de locaties nu is en hoe de piekbelasting op bijvoorbeeld de Markt is. Het aanpassen en uitbreiden van de verwijzingen kan helpen om de bezoekers beter door en langs het centrum te leiden.

In figuur 2.2 staat naast de verwijzing naar parkeerlocaties ook aangegeven waar kruisingen aangepast zouden dienen te worden. Dit gaat in vier gevallen (grote oranje bollen) om dezelfde locaties als in het eerdere Masterplan. Deze volgen de bus route, kunnen duidelijker aangeven hoe het centrum te benaderen en hoe bij de parkeerlocaties te komen. Vooral het kruispunt van de Mr. W.M. Oppedijk van Veenweg met de Kùpersstrjitte is een uiterst belangrijk punt, waar de bezoeker in feite welkom geheten zou moeten worden, met de juiste uitstraling. Bovendien ligt hier wellicht de mogelijkheid om aan te sluiten op de genoemde ontwikkeling vanaf de jachthaven.

Daarnaast is een tweetal nieuwe locaties aangegeven. Het westelijke punt ligt bij de kruising met de Noordersingel, waar veel (regio-)bezoekers naar Burgum komen. Het kruispunt zelf dient wellicht geen aanpassing, maar een juiste verwijzing van het centrumgebied en auto-geleiding naar parkeerlocaties is wel gewenst. De kruising van de Tjalling H. Haismastraat

met de Freerk Bosgraafstraat maakt parkeerterreinen aan de noordzijde bereikbaar. Vanaf hier is verwijzing gewenst, ook al blijft de Markt de primaire parkeerlocatie van Burgum. Op drukke momenten bieden deze terreinen ruimte voor 'overloop'.



8. Meer accent op looproutes en entrees

De entrees van het winkelgebied zijn als zodanig niet of nauwelijks herkenbaar. De Markt is het meest gebruikte startpunt voor een bezoek aan het centrum. Maar welke kant je dan moet oplopen is niet direct duidelijk; markeringspunten ontbreken. De Passaazje is dan wel het meest logisch, maar de uitstraling van het straatje spreekt niet echt tot de verbeelding. Alleen de hoek met Plus en Primera is goed ingevuld, maar in de rest van de straat is een deel van de gevels storend.

De looproute over het plein vanaf de Jumbo/Action via de Passaazje naar de Schoolstraat kan beter geaccentueerd worden. In de Passaazje is het gewenst om de gevels meer uitstraling te geven en met de toevoeging van nieuwe (straat)elementen de sfeer en beleving fors te verhogen. Daarbij is ook een verbetering van de verblijfskwaliteit van de aanwezige horeca zeer gewenst.

Ook komend vanaf de Kûpersstrjitte, de Dominee Talmasingel of J.D. de Vriesstraat is geen sprake van een warm welkom, het gevoel dat men echt in het winkelgebied gearriveerd is. Ondanks het compacte centrum kunnen bij de looproutes focuspunten behulpzaam zijn. Een winkelrondje ontbreekt in het centrum; de route via de Markt/Lageweg langs de Plus is niet aantrekkelijk, en ook aan de oostzijde langs het centrum kent geen trekkers. De Schoolstraat kent een goede aangename sfeer, met voldoende aandachtspunten.

Burgum heeft een aantrekkelijke jachthaven; de verbinding met het centrum wordt niet of nauwelijks aangegeven. De routing vanaf de jachthaven naar het centrum behoeft verbetering. Dit geldt ook voor andere toeristisch of recreatieve locaties. Extra aandacht voor toerisme en marketing is aan te bevelen.

9. Wonen zien als aanvulling, niet vervanging van centrumfuncties

Woningen toevoegen in het centrum is denkbaar, maar het moet niet ten koste gaan van de commerciële functies van het centrum. Het is beter eerst in te zetten op de aantrekkelijkheid van het centrum (zie daarvoor de andere punten in deze lijst), zodat het centrum zijn regiofunctie kan behouden. Er is óók zeker vraag naar woningen in en om het centrum. Kijk

daarvoor naar de ruimtes boven winkels – met name voor jongerenwoningen – en naar ruimte voor nieuwbouw in de aanloopstraten – met name voor ouderenwoningen. Daarbij kan woningbouw ook strategisch ingezet worden om de commerciële functies van het centrum te ondersteunen: het draagt bij aan de levendigheid van de winkel- en de aanloopstraten en zorgt voor meer draagvlak voor de winkels, zeker als er ook gebouwd wordt voor draagkrachtige doelgroepen.

10. Optimalisatie van randvoorwaarden

Gastvrijheid is steeds belangrijker en het blijven optimaliseren van de randvoorwaarden in het centrum is essentieel om een modern, aantrekkelijk én functioneel winkelgebied te behouden en/of te ontwikkelen. Een voorbeeld van een goede randvoorwaarde is onder andere het goed regelen van de bevoorrading van winkels, zodat consumenten zo min mogelijk hinder ondervinden; op dit moment levert dit geen grote problemen op, maar dit blijft wel een aandachtspunt door filevorming in de Schoolstraat op sommige momenten. De aanwezigheid van auto's in de Schoolstraat wordt op dit moment door de bezoekers niet als hinderlijk ervaren. Het is wel belangrijk om op termijn dit te checken en met de ondernemers te overleggen over de tijden waarop op de straat wel afgesloten is voor auto's.

Het creëren van voldoende aanbod van oplaadpunten voor elektrische auto's en elektrische fietsen wordt ook steeds belangrijker, zeker wanneer bezoekers ook van verder komen. Voldoende (zit-)straatmeubilair en het aanbieden en inzichtelijk maken van toiletmogelijkheden (bijvoorbeeld via de app Hoge Nood) komen ten goede aan de gastvrijheid en kwaliteit van het winkelgebied.

Al deze elementen bepalen mede de mate waarin bezoekers zich welkom voelen in een winkelgebied.

Bereikbaarheid en voldoende parkeergelegenheid zijn zo mogelijk de belangrijkste randvoorwaarden voor een winkelgebied. De parkeerdruk in het centrum van Burgum is op bepaalde momenten in de week hoog, maar zij wordt nog niet als te hoog ervaren. Harde data hierover ontbreken evenwel. Omdat de aanwezigheid van voldoende (gratis) parkeerplaatsen voor Burgum van groot belang is ten opzichte van de grote winkelkernen Leeuwarden en Drachten (met betaald parkeren) dient deze parkeerdruk nauwlettend in de gaten gehouden te worden. Een parkeertelling kan hiervoor het startpunt zijn.

De samenwerking tussen de ondernemers in het centrum is goed. Zij zijn verenigd in de HIMBO. De Burgumer Activiteiten Kommissie (BAK) organiseert de diverse evenementen voor het centrum. Hiervoor is een ondernemersfonds ingesteld. De contacten tussen de gemeente en HIMBO en BAK zijn goed.

Vanuit de Stichting Burgum heeft Meer wordt jaarlijks een magazine uitgegeven om de consumenten in contact te laten komen met alles wat Burgum te bieden heeft. De digitale versie is te bekijken (<https://www.burgumheeftmeer magazine.nl/>).



Het probleem van opvolging van oudere Burgumer centrumondernemers speelt nu nog niet concreet maar dit kan op een termijn van 5 à 10 jaar wel voor een grotere percentage leegstand zorgen. Het is goed om dit te monitoren, om verrassingen op termijn te voorkomen.

11. Het centrum van Burgum als het duurzame winkelgebied.

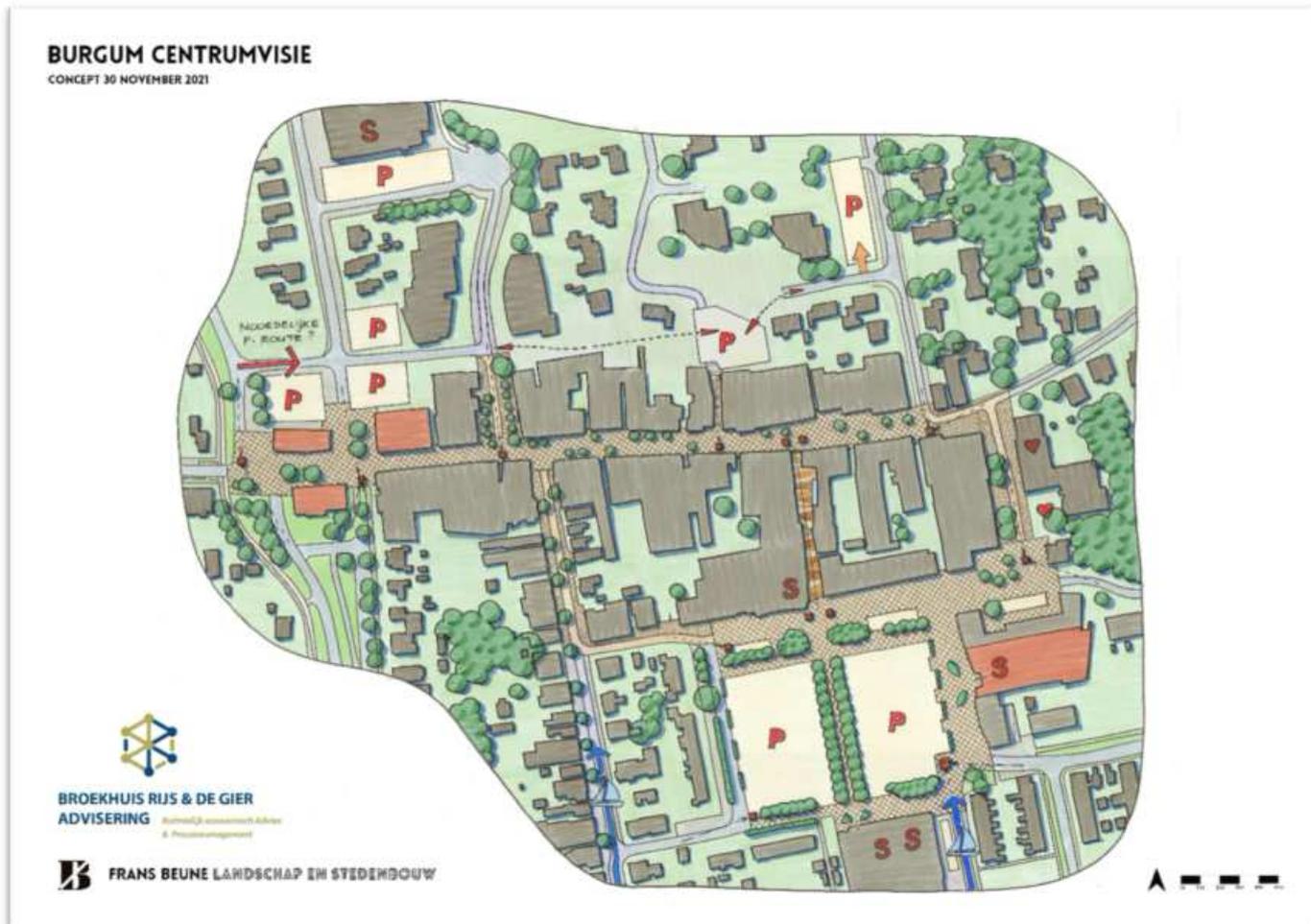
Er zijn in Nederland nog niet veel duurzame winkelcentra. Een duurzaam centrum is er niet van de ene op de andere dag. In het streven hiernaar zou het centrum van Burgum voor op kunnen lopen. Gezamenlijk kunnen de gemeente voor het openbaar gebied en de ondernemers en vastgoedeigenaren voor de verschillende gebouwen kijken naar duurzame aanpassingen. Maar ook ondernemers kunnen zich richten op de verkoop van duurzame producten. Er zijn heel veel mogelijkheden om dit te realiseren maar het moet door alle stakeholders gezien worden als een win-winsituatie en niet gevoeld worden als een kostenpost. Tevens moet de "sky the limit" zijn bij dat onderzoek. Alleen met die mindset zijn gezamenlijke onderzoeken naar de vele mogelijkheden zinvol.



3 Ruimtelijke vertaling

In onderstaande figuur (3.1) is de ruimtelijke vertaling van de centrumvisie weergegeven. Een aantal elementen zullen we puntsgewijs nader beschrijven en toelichten.

Figuur 3.1: Ruimtelijke vertaling centrumvisie



Markt

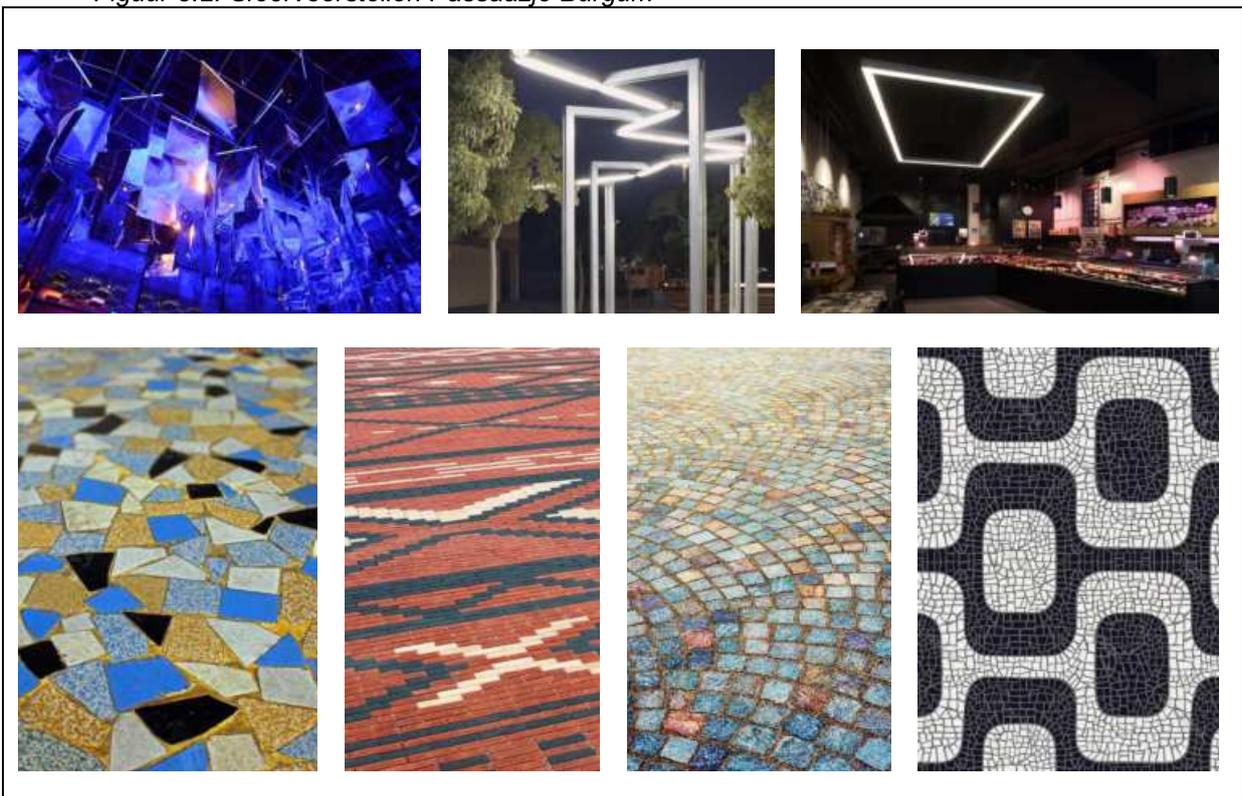
De Markt is ingericht als een functioneel parkeerterrein; als zodanig voldoet de locatie ook prima. De supermarkten aan de rand van de Markt hebben een grote parkeerbehoefte. De sfeerbeleving kan verbeterd worden; het verschil met de Schoolstraat is tamelijk groot en het gevoel op de Markt is vooral groot en stenig. Midden over de Markt loopt een route van de Passaazje naar de Action/Jumbo en vice versa. Hiernaast ligt een watergang, tevens voor waterberging (zoals ook onder de rest van de Markt). Dit onderdeel valt nauwelijks op, terwijl de Markt zelf qua afmeting erg groot aanvoelt. Door dit te onderbreken en het geheel een vriendelijker aanzien te geven is een compartimentering van de ruimte aan te bevelen. Dit kan het beste door in de hoogte te werken, met bijvoorbeeld een bomerij, waardoor de oriëntatie ook verbetert. Bovendien zijn klimatologisch gezien bomen een goede toevoeging. De rijwoningen aan de west- en zuidzijde (ten westen van Jumbo/Action) maken geen deel uit van het winkelgebied; de kwaliteit van de Markt kan opgewaardeerd worden door langs

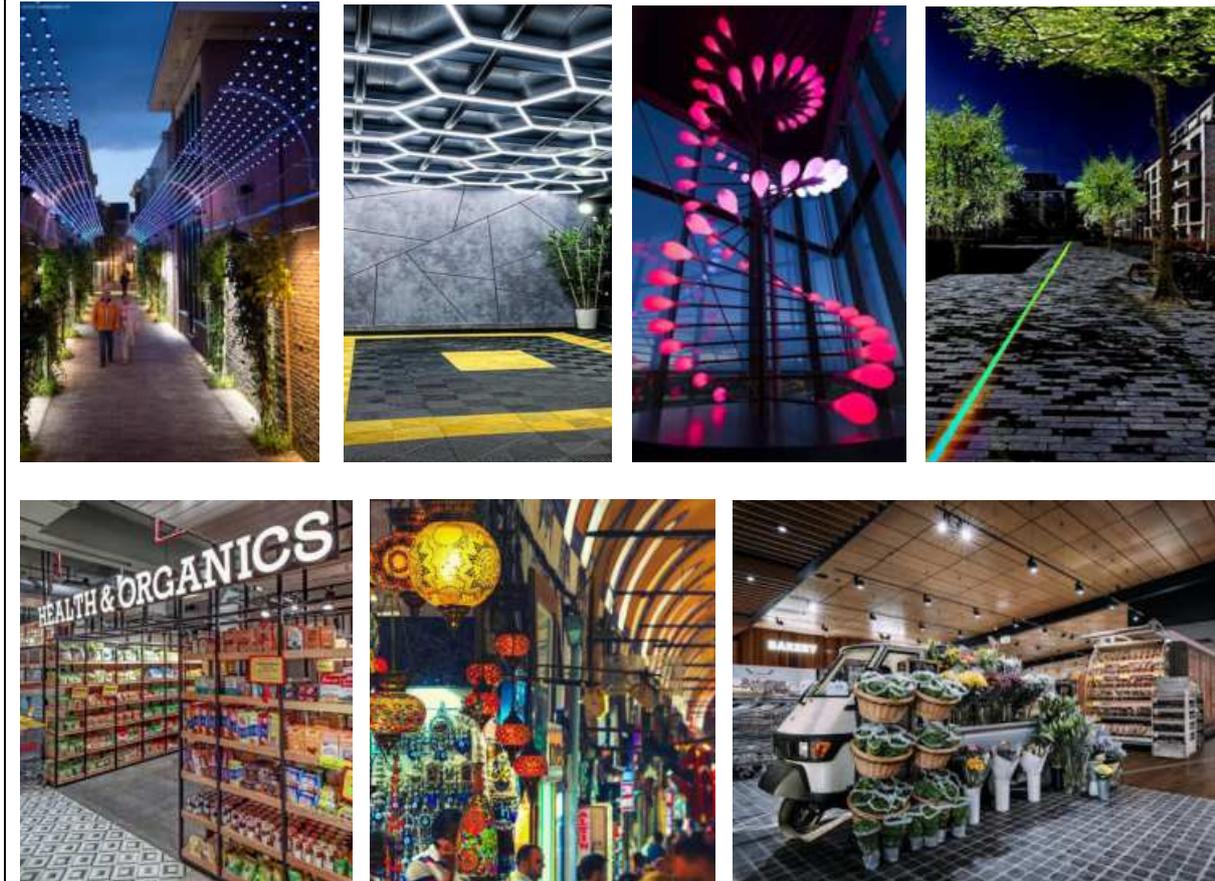
deze huizen bijvoorbeeld leilindes of andersoortige leibomen te plaatsen. Dit geeft een fraaie afronding van de Markt, en de vergroening past goed bij de 'dorpse' sfeer van Burgum. Ter aanvulling kunnen zowel aan het eind van de route bij Jumbo/Action als bij de poort naar Aldi (of bij de toekomstig vergrootte Aldi) aan de zuid- en oostzijde van de Markt nog enkele verhoogde groenobjecten geplaatst worden, mogelijk in combinatie met zitranden.

Passaazje

Op dit moment doet de Passaazje gedateerd en vooral rommelig aan, terwijl het de belangrijkste verbinding is tussen de Markt en de Schoolstraat. Een betere uitstraling en herwaardering van de Passaazje kent dan ook een hoge prioriteit. Belangrijk is dat de aandacht getrokken gaat worden door de goede kwaliteiten en niet door de minder aantrekkelijke onderdelen van de passage. In feite zou het in de gewenste situatie een 'langwerpige winkel in de openlucht' moeten zijn, waar het prettig en verrassend doorheen wandelen is. Te denken valt aan een bazaarachtige sfeer en opzet, waarbij de aandacht wordt getrokken door de (open) winkels en producten, en waarbij de architectuur ondergeschikt is aan de veelkleurigheid van de producten. Tevens is het gewenst om ook de bestrating en de verlichting in het geheel mee te nemen; hiermee is de aandacht van de bezoeker goed te sturen. Te denken valt aan artistieke verlichtingselementen, zoals lichtlijnen, op de grond of juist hoger, of aan mozaïek-achtige verharding. In figuur 3.2 staan enkele suggesties van mogelijkheden. Gezien de complexiteit zal dit middels een aparte, breed samengestelde projectgroep verder uitgewerkt dienen te worden.

Figuur 3.2: Sfeervoorstellen Passaazje Burgum





Oriëntatie

In het vorige hoofdstuk is onder meer aangegeven dat de oriëntatie en de entrees in Burgum verbetering behoeven. In het centrum is ter oriëntatie bijvoorbeeld geen hoge kerktoeren of iets anders kenmerkends aanwezig. Met karakteristieke 'landmarks' kan dit sterk verbeterd worden. Evenals op de Markt is ook hierbij hoogte van belang. Deze landmarks komen dan op plaatsen waar ze de oriëntatie ook echt ondersteunen, zie de rode stippen in figuur 3.1. Dit is onder meer het geval bij de entrees van de Passaazje. Hier zullen ze ook het grootst in omvang dienen te zijn. Kleinere zijn wellicht mogelijk op plekken waar men het centrum vanaf parkeerlocaties binnenkomt, zoals vanaf de Pastoriekamp en de J.D. de Vriesstraat. Ook bij de (nieuwe) westelijke entree van het centrumgebied is een herkenningspunt aan te bevelen. Twee andere belangrijke locaties betreffen de entrees van de Markt vanaf de oost- en zuidzijde. Vanaf de Ds. Talmasingel en vanaf de zichtlijn vanaf de Schoolstraat is een startpunt van het winkelgebied. Hetzelfde geldt voor de Kùpersstrjitte; vanaf deze zijde is weinig dat wijst op de start van het winkelgebied. Op deze locatie zal een groter element gewenst zijn; wanneer sprake is van mogelijk toch een openbaar toilet, in combinatie met andere functies, dan zou dit een goede locatie hiervoor zijn. In figuur 3.3 zijn voorbeelden van mogelijke landmarks gegeven. Het gaat hier slechts om enkele suggesties; de toren van keien sluit mogelijk wel goed aan bij de huidige 'Poppestienen' in Burgum.

Figuur 3.3: Markeringsobjecten kernwinkelgebied Burgum



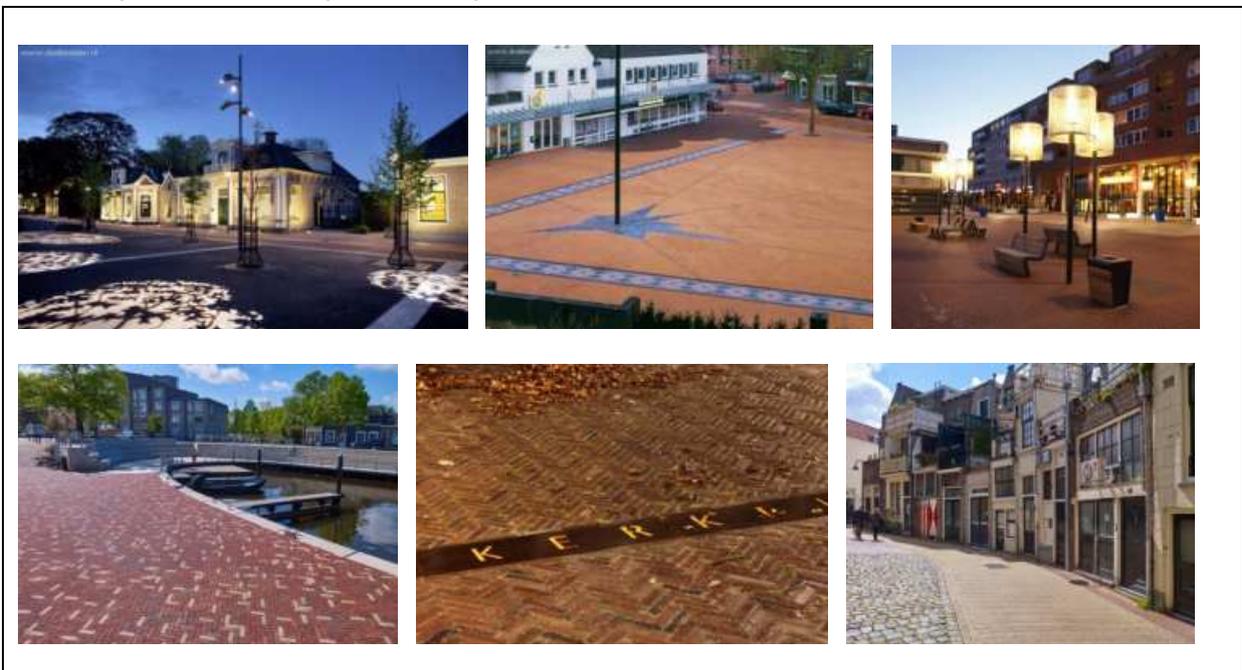
Verbinding jachthaven

De meest logische route voor bezoekers van de jachthaven om naar het centrum te gaan loopt op dit moment via de Burgumerdaam en Lageweg. In de visiekaart (figuur 3.1) staat dit blauw en met een bootje aangegeven (voor de duidelijkheid: geen water). Op de lange termijn is verder onderzoek naar een meer directe route te overwegen. Deze zou dan vanaf de jachthaven via de huidige locatie van de milieustraat in Burgum naar de Kûpersstrjitte lopen. Vanuit toeristisch oogpunt kan dit een aantrekkelijke route worden. Bovendien kan dan het kruispunt met de Mr. W.M. Oppedijk van Veenweg bij herinrichting hiermee ook rekening houden. Dit maakt de entree van het centrum vanaf deze zijde veel duidelijker en markanter. Dit is dan ook als een ontwikkellocatie voor de langere termijn aangemerkt.

Bestrating en aankleding

Het overgrote deel van het centrumgebied ziet er op dit moment nog goed uit. Er is daarom geen noodzaak om de bestrating snel aan te pakken. Voor de langere termijn (wanneer bijvoorbeeld toch aanpassingen verricht gaan worden) is het gewenst om het besproken onderscheid tussen een kernwinkelgebied en aanloopgebied ook duidelijk aan te geven. Voor het kernwinkelgebied ligt het voor de hand om voor Hollandse straatbaksteen te kiezen. Dit sluit het beste aan bij de gewenste hoogwaardige sfeer in het centrum. Door te werken met platte banden (en geen echte stoepranden) en mogelijk een iets smaller profiel ontstaat in feite een 'shared space'-achtige situatie, waarbij de auto ook meer te gast is. Waar mogelijk en gewenst kunnen nog enkele zitelementen toegevoegd worden; deze dienen dan wel robuust te zijn en in de zon geplaatst worden. In figuur 3.4 staan enkele ideeën voor het kernwinkelgebied, terwijl in figuur 3.5 hetzelfde voor het aanloopgebied weergegeven is. Ook in het aanloopgebied is hoogwaardig materiaal gewenst, om de eenheid in het centrum te benadrukken. Voor het aanloopgebied is meer een rijloper gewenst, waarbij klinkers zowel voor de rijbaan als voor de stoepen worden aanbevolen.

Figuur 3.4: Inrichting kernwinkelgebied





Figuur 3.5: Inrichting aanloopstraten





4 Actieplan

Om de ambities van de detailhandelsvisie te realiseren, is het belangrijk dat er op een aantal fronten concrete stappen worden gezet. In dit hoofdstuk benoemen we de belangrijkste acties en benoemen daarbij ook de verschillende verantwoordelijkheden.

Actielijn 1: Focus op bestaande structuur, optimalisatie waar nodig

- Het verdient aanbeveling om het planologisch regime tegen het licht te houden en waar nodig te actualiseren, om **structuur van kernwinkelgebied en aanloopgebieden** te borgen. De afbakening van het centrumgebied opnieuw vaststellen en vastleggen in het bestemmingsplan.
- Binnen het centrumgebied onderscheid aanbrengen tussen kernwinkelgebied en aanloopgebied waarbij in het kernwinkelgebied de toevoeging van **woningen op de begane grond niet gewenst is**. Ook dit dient in het bestemmingsplan te worden vastgelegd.

Lange termijn:

- Aan de randen van het centrumgebied een drietal ontwikkelingsgebieden definiëren, met name ook gericht op toevoegen en aanpassen van de woningbouw.

Rolverdeling: de gemeente is verantwoordelijk voor het gewijzigde planologische regime en kan met betrekking tot de ontwikkelingsgebieden het initiatief nemen voor een traject vastgoedregie, bijvoorbeeld door hier capaciteit voor te organiseren.

Actielijn 2: Behouden van de functiemix in het centrum

- Actief opereren om de **huidige functiemix** van winkels, horeca en dienstverlening (zoals de bibliotheek) maximaal te **behouden**, met daarbij aandacht voor het wonen op de begane grond. Een uitbreiding van wonen op de begane grond in het centrumgebied kan alleen in het aanloopgebied.
- Vastleggen dat bij de transformatie van winkels naar woningen in het aanloopgebied en bij nieuwbouw van woningen in het centrumgebied het uitgangspunt is dat de eigenaar/ontwikkelaar **op eigen terrein de benodigde parkeerplaatsen** dient te realiseren.
- Onderzoeken of voor die gevallen waarbij het niet mogelijk is om zelf in de parkeerbehoefte te voorzien, een **parkeerbonds** op te richten om de afkoop van extra parkeerplaatsen voor de woningen te regelen.

Rolverdeling: de gemeente is verantwoordelijk voor het gewijzigde planologische regime met regels over de parkeerplaatsen bij het toevoegen van woningen in het centrumgebied. In een werkgroep kan door de gemeente samen met vastgoedeigenaren en ontwikkelaars gekeken worden naar de mogelijkheden voor een parkeerbonds.

Actielijn 3. Behouden van de supermarktstructuur in het centrum

- Voor zover nog niet planologisch geregeld; vastleggen dat **supermarkten hier behouden** moeten worden en niet kunnen verplaatsen naar locaties buiten het centrum.
- Een **uitbreiding** van de Aldi zou – mits goed onderbouwd – door de gemeente **gefaciliteerd** kunnen worden;

Rolverdeling: Het aanpassen van de diverse bestemmingsplannen buiten het centrum dat geen vestiging van een supermarkt aldaar is toegestaan, is de verantwoordelijkheid van de gemeente.

Actielijn 4: Mogelijke (beperkte) uitbreiding aanbod overige winkels

- Geen specifieke acties.

Actielijn 5: Kwalitatief versterken horeca aanbod

- Actief zoeken naar **versterking van de daghoreca** zoals bijvoorbeeld de toevoeging van een brasserie of een horecaconcept in het midden of hogere segment. Dit kan mogelijk in de nieuwbouw van de Drie van Sminia.
- Onderzoeken of een **terrassenbeleid** gewenst is en kijken of in gesprek met de gevestigde horecaondernemers in de Schoolstraat en de Passaazje de mogelijkheden onderzoeken voor een verbetering en eventuele uitbreiding van hun terrassen/uitstraling. Veel is in de APV opgenomen, maar specifiek voor de uitstraling zijn aanvullend wellicht regels gewenst.

Rolverdeling: Voor het actief zoeken naar versterking van de daghoreca zijn makelaars, ondernemers en vastgoedeigenaren aan zet. Ten aanzien van het terrassenbeleid moet de gemeente de regie nemen, in samenspraak met KHN.

Actielijn 6: Investeren in beleving en leefbaarheid

- **Aanpak Passaazje (prioriteit).** Een projectgroep in het leven roepen waarin vastgoedeigenaren en ondernemers zitten. In deze projectgroep actief plannen ontwikkelen voor een opwaardering van de Passaazje. Hierbij moet ook nagedacht worden over in hoeverre gebruikskwaliteit door de menging van fietsers en voetgangers beïnvloed wordt. In hoofdstuk 4 zijn hiervoor enkele suggesties gedaan. (Initiatief: gemeente; breed samengestelde projectgroep)
- **Verhogen van de gastvrijheid.** Het op de juiste wijze invullen van de randvoorwaarden (zie ook hierna) maken een belangrijk deel uit van de sfeer in een centrumgebied. Naast bijvoorbeeld de inrichting van de openbare ruimte en e-laadpunten is ook het kunnen vinden van toiletmogelijkheden van belang. Een onderzoek naar de mogelijkheden voor de ontwikkeling van een soort kiosk op de Markt met een openbaar toilet, start- en eindpunt fietsroutes, infopunt ed. is dan ook aan te bevelen. Het gaat hier om een mix van elementen. (Initiatief: Himbo)

Lange termijn:

- Aanpassing van de bestrating. Op dit moment detoneert het straatbeeld niet, maar op termijn komt het de duidelijkheid ten goede wanneer de gewenste afbakening binnen het centrumgebied ook in het straatbeeld terugkomt.
- Onderzoeken of het centrum van Burgum interessanter kan worden voor **toeristen** in de omgeving en hoe de huidige toeristen langer in het centrum vastgehouden kunnen worden.

Rolverdeling: De gemeente moet zo spoedig mogelijk een projectgroep opzetten en de regie nemen in het ontwikkelen en uitvoeren van de plannen voor de Passaazje.

Actielijn 7: Verbeter vindbaarheid en bereikbaarheid

- Uitvoeren van een **parkeerdrukmeting** van de verschillende parkeerterreinen om te bepalen hoe groot de piekbelasting van de Markt is. Op basis van de uitkomsten onderzoeken of een betere verdeling van de parkeerdruk over bijvoorbeeld de parkeerplaatsen ten noorden van de Schoolstraat gewenst is.
- Aanpassing en uitbreiding van **P-routing en parkeerverwijzingen** vanaf de hoofdstructuur naar de parkeerlocaties. Deze aanpassingen kunnen afhankelijk zijn van de uitkomsten van de parkeerdrukmeting. Zo is het mogelijk om bij een (te) hoge parkeerdruk op de Markt de parkeerverwijzing vanaf de hoofdstructuur aan de noordzijde van het centrum in eerste instantie te verwijzen naar de parkeerterreinen ten noorden van het centrum. Verwijzingen kunnen in ieder geval verbeterd worden; dan gaat het vooral om de Noordersingel aan de westzijde en de Freerk Bosgraafstraat vanaf de oostkant.
- Voor de bereikbaarheid en de verkeersafhandeling is het gewenst om de **reconstructie van de kruisingen** Oppedijk van Veenweg/Küperstrjitte, Oppedijk van Veenweg/Kwekerstrjitte, Talmasingel/Kwekerstrjitte en Haismastrjitte/Hornstrasingel alsnog uit te voeren. De prioriteit ligt bij het eerstgenoemde kruispunt, mede vanwege de mogelijkheid van een verbinding vanaf de jachthaven en zijnde de belangrijkste aanvoerroute naar de Markt.

Lange termijn:

- Verkennen of een verbetering van de verbinding tussen de losse parkeerterreinen aan de noordzijde van het centrum mogelijk is.
- Mogelijkheden onderzoeken of een verbinding tussen het centrum en de jachthaven te realiseren is. Eventueel het water van het Prinses Margrietkanaal door te trekken tot aan de Meester W.M. Oppedijk van Veenweg.

Rolverdeling: Alle bovengenoemde acties zijn een verantwoordelijkheid van de gemeente, maar de verwijzingen zullen in nauw overleg met de Himbo uitgevoerd worden.

Actielijn 8: Meer accent op looproutes en entrees

- **Aanpassing Markt.** De Markt is het belangrijkste startpunt voor veel bezoekers. Het is een functionele locatie, die 'warmte' mist. Het terrein voelt leeg en groot, terwijl het nog sterker het visitekaartje van Burgum zou moeten zijn. De grootte kan eenvoudig worden ondervangen door met hoogte te werken, zowel in het midden als aan de kanten als bij de entrees van de grote trekkers. Met een bomerrij kan hierin al veel verbeterd worden.
- Evenals voor de Passaazje staat het realiseren van **een sterkere oriëntatie** voor bezoekers ook hoog op het lijstje. De belangrijkste twee hiervoor zijn:
 - Duidelijker verbinding tussen Jumbo/Action en Passaazje (zie hiervoor).
 - Toevoegen van **markeringsobjecten/landmarks**, passend bij Burgum, zie ook hoofdstuk 4. Hiervoor is een projectgroep ook een goed vertrekpunt.

Actielijn 9: Wonen zien als aanvulling, niet vervanging van centrumfuncties

- Woningbouw alleen inzetten als aanvulling op commerciële functies, niet als vervanging ervan.
- **Ouderenwoningen** toevoegen in de aanloopstraten (meer ruimte, grondgebonden) en jongerenwoning in het kernwinkelgebied boven winkels (meer reuring, kleiner en vaak betaalbaarder)
- Bouwen voor de **regionale vraag** in centrum, er is weinig kans op instroom van buiten de regio. Woningbouw in het centrum ontwikkelen afgestemd op het woningbouwprogramma van de gemeente, welke jaarlijks zal worden geactualiseerd.

Rolverdeling; de gemeente is verantwoordelijk voor een wijziging van het planologische regime waarin bovenstaande keuzes in geregeld worden.

Actielijn 10: Optimalisatie van randvoorwaarden

- Aandacht blijven houden voor huidige situatie van **bevoorrading**. Dit levert op dit moment geen grote problemen op, maar dit blijft wel een aandachtspunt door filevorming op sommige momenten. (Ondernemers)
- In overleg met de ondernemers bepalen of het ook mogelijk om de paaltjes waarmee de Schoolstraat tijdelijk afgesloten wordt, te verplaatsen, waardoor de Lageweg altijd bereikbaar is voor auto's (Ondernemers)
- Het creëren van voldoende aanbod van **oplaadpunten** voor elektrische auto's en elektrische fietsen. (Initiatief ondernemers, samen met gemeente)
- Burgum kent momenteel een goede website. De ondernemers kunnen overwegen, nu deze ontwikkeling zich sterk doorzet, om ook een **bestelmodus** hieraan toe te voegen, in combinatie met de social media-uitingen. (Ondernemers).
- Het vergroten van de digitale vindbaarheid en zichtbaarheid voor het centrum van Burgum. De "Stichting Burgum heeft Meer" heeft een initiatief genomen om de digitale vindbaarheid te vergroten. Hierbij wordt gebruik gemaakt van de provinciale Subsidieregeling Friese Retailaanpak.

Lange termijn:

- Onderzoeken op welke momenten van de week en/of het jaar het rijden van auto's door de Schoolstraat gewenst is. (Gemeente met ondernemers en dorpsbelangen)
- Monitoren of de opvolgingsproblematiek van oudere ondernemers groter worden waardoor de leegstand kan toenemen. (Ondernemers)

Actielijn 11: Het centrum van Burgum als het duurzame winkelgebied.

- Onderzoeken of er voldoende draagvlak is bij ondernemers, vastgoedeigenaren en bewoners voor de opzet van een duurzaamheidsplan voor het centrum.
- Samen met een enthousiaste en gemotiveerde groep ondernemers en vastgoedeigenaren een projectgroep opzetten en onderzoeken welke mogelijkheden er zijn om het centrum duurzaam te maken. Hiervoor een plan met een prioritering van maatregelen opstellen waarmee andere partijen gemotiveerd kunnen worden om de duurzaamheidsmaatregelen in te voeren en/of te investeren.
- Bij aanpassingen in het openbare gebied aansluiting zoeken bij de **T-diel4Global Goals** (mei 2021) en de Duurzaamheidsagenda van de gemeente. Het **vergroenen van de Markt** pas hier bijvoorbeeld uitstekend bij.
- Bekend maken bij ondernemers dat een subsidieregeling mogelijk voor het mkb om een energieadviseur in te huren.

Rolverdeling: De gemeente moet het initiatief nemen voor een draagvlakmeting en bij voldoende interesse de organisatie van een projectgroep op zich nemen. Daarna is het de verantwoordelijkheid van de deelnemers om een plan te maken waarmee andere partijen gemotiveerd worden om te investeren en/of de maatregelen te implementeren.

Lange termijn:

- Bij een goede samenwerking tussen de partijen en na implementatie van diverse maatregelen ten behoeve van het duurzame centrum deze samenwerking en maatregelen als marketingtool gebruiken en Burgum promoten als het meest duurzame centrum van Nederland.

Deel B

5 Bestaande visie (Masterplan)

In februari 2010 is het Masterplan Burgum Centrum vastgesteld. Aan de hand van de volgende thema's zijn in plannen voor het centrum weergegeven:

- Wonen
- Winkels en voorzieningen
- Verkeer
- Infrastructuur

Hieronder volgt per thema een korte opsomming van deze plannen en de discussie die erover heeft plaatsgevonden in de aanloop naar het tot stand komen van het Masterplan. Tevens wordt aangegeven of de plannen zijn uitgevoerd en in welke vorm dit heeft plaatsgevonden.

Wonen

Plannen: De woonfunctie in en rond het centrum werd ook toen al als belangrijk ervaren. Aan de Markt kon in combinatie met een aantal voorzieningen een aantal appartementen gerealiseerd worden. De ds. Talmasingel werd gezien als woongebied voor grondgebonden woningen. Ook in 2010 gold als uitgangspunt al dat in het kernwinkelgebied wonen ondergeschikt is aan andere functies en dat bij de nieuwbouw van woningen in de eigen parkeerbehoefte moest worden voorzien.

Realisatie: Aan de zuidzijde van de Markt is een complex gerealiseerd met op de begane grond een supermarkt, op de eerste verdieping een winkelruimte met daar boven 2 en 3 lagen appartementen. De grondgebonden woningen aan de ds. Talmasingel zijn niet gerealiseerd. Aan de Kûperstrjitte wordt door WoonFriesland een complex met 39 huurappartementen gerealiseerd.

Winkels en voorzieningen

Plannen: In het Masterplan werd gedacht aan de vestiging van een HOED of GOED aan de zuidzijde van de Markt. Deze ontwikkeling moest op de begane zodanig gerealiseerd worden zodat ombouw naar een winkelruimte mogelijk was. Eventuele uitbreiding van winkelruimte mocht alleen plaatsvinden in het kernwinkelgebied. In het gebied tussen de T. Geartsstrjitte en de Poiesz zou zich een supermarkt of een warenhuis kunnen vestigen in combinatie met een MFC. In de openbare ruimte werd gedacht aan toevoeging van meer zitelementen. Ook toen bestond er al behoefte aan een openbaar toilet dat onderdeel zou moeten zijn een nieuwe publieksruimte. Er moest meer ruimte gegeven worden aan de terrassen van de horeca. Eventueel zou deze uitbreiding zelfs op gemeentegrond plaats kunnen vinden.

Realisatie: Aan de zuidzijde van de Markt is in plaats van een HOED in 2014 een Jumbo supermarkt en een Action gerealiseerd. Dat heeft tot gevolg gehad dat in het gebied tussen de T. Geartsstrjitte en de Poiesz geen supermarkt en geen warenhuis gevestigd werden. De HOED is in combinatie met de apotheek buiten het centrum aan de Mr. W.M. Oppedijk gesitueerd. Door de coronamaatregelen zijn de terrassen tijdelijk uitgebreid.

Verkeer en infrastructuur

Plannen: Evenals momenteel werd in 2010 al verschillend gedacht over het autovrij maken van het kernwinkelgebied. Uitgangspunt was dat het primaat bij fietsers en voetgangers kwam te liggen en dat terrassen meer ruimte zouden moeten krijgen. Met de Himbo zou gekeken worden of een verruiming van de autovrije periodes mogelijk zou zijn. Bij plannen voor nieuwbouw in het gebied tussen de T. Geartsstrjitte en de Poiesz moest parkeren extra aandacht krijgen waar bij de ontwikkeling van de infrastructuraansluitingen zelfs gekeken kon worden naar het terugbrengen van water in het centrum van Burgum. Uitgangspunt

bleef dat in Burgum het parkeren gratis zou blijven. Het noordelijke deel van de Markt zou ingericht worden met meer aandacht voor de parkeer- en verblijffunctie. Indien nodig zou de gehele Markt ingericht worden ten behoeve van parkeren, rekening houdend met andere gebruiksfuncties. De nieuwbouw aan de zuidzijde van de Markt zou in z'n eigen parkeerbehoefte moeten voorzien. De herinrichting van de Kûperstrjitte zou met hetzelfde profiel moeten plaatsvinden als de ds. Talmasingel. Diverse kruisingen in de verkeersring zouden (deels met het ontwerputgangspunt "dielde romte") aangepast worden. De uitvoering van deze aanpassingen zouden in het reguliere onderhoudsprogramma van de gemeente meegenomen worden of onderdeel moeten zijn van een stedenbouwkundige wijziging.

Realisatie:

Ten aanzien van het autoverkeer door de Schoolstraat zijn er geen wijzigen doorgevoerd. Door de ontwikkeling van het project "De drie van Sminia" is de aansluiting en het parkeren aan de noordwestzijde van het centrum aangepast. Het gebied tussen de T. Geartstrjitte en de Poiesz is nog niet ontwikkeld. De herinrichting van de Markt en de realisatie van een forse parkeervoorziening op de Markt is maximaal uitgevoerd, zonder afscheidingen behalve aan de noordzijde. De aanpassingen van de diverse kruisingen in de verkeersring zijn niet uitgevoerd.



6 Ligging en demografie Burgum

6.1 Ligging

Het dorp Burgum ligt in het midden/noordoosten van Friesland, in de gemeente Tytsjerksteradiel. In de provincie is hoofdstad Leeuwarden het grootst qua inwonertal, daarna volgen Drachten, Sneek en Heerenveen. Zoals in figuur 6.1 te zien is, ligt Burgum op ongeveer even grote afstand van Leeuwarden als Drachten (circa 15 kilometer). Op ongeveer dezelfde afstand, ten noorden van Burgum, ligt Dokkum. Deze kern is met ruim 12.500 inwoners iets groter dan Burgum. Dokkum en Burgum zijn in het noorden/noordoosten van Friesland de meest interessante middelgrote kernen.

Figuur 6.1: Ligging Burgum in provincie Friesland



Bron: BRDG Advies

6.2 Demografie

Inwonertal

Burgum telde op 1 januari 2021 9.780 inwoners¹. Hiermee geldt Burgum als grootste kern binnen de gemeente Tytsjerksteradiel, die in totaal 32.060 inwoners telt. Hurdegaryp (4.995 inwoners) is na Burgum het grootste dorp in de gemeente. In de afgelopen vijf jaar is het inwonertal van Burgum van net boven de 10.000 inwoners naar net onder de 10.000 inwoners gedaald (zie tabel 6.1). In zowel de woonvisie van de gemeente als in de woningmarktanalyse (zie ook hoofdstuk 11) is volop aandacht voor de woningbouw in de gemeente en in de kern Burgum.

¹ Kerncijfers wijken en buurten 2021 (CBS Statline, 2021)

Tabel 6.1: Inwonertal Burgum

Jaar	Aantal inwoners
2016	10.140
2017	10.065
2018	9.925
2019	9.720
2020	9.750
2021	9.780

Bron: CBS Statline 2016, 2017, 2018, 2019, 2020 & 2021, bewerking door BRDG Advies

Inkomensniveau

Het inkomensniveau van de provincie Friesland ligt lager dan het landelijk gemiddelde. Het gemiddeld besteedbaar inkomen van de provincie ligt 7 à 8% onder het Nederlands gemiddelde². Het gemiddelde besteedbare inkomen in de gemeente Tytsjerksteradiel ligt evenwel slechts 1 à 2% onder het Nederlands gemiddelde. Binnen Friesland is Tytsjerksteradiel naast Opsterland en De Fryske Marren één van de gemeenten met een relatief hoog inkomensniveau.

Nieuwbouwplannen

Medio 2019 is de Woonvisie 2019-2024³ voor de gemeente Tytsjerksteradiel definitief geworden. De visie zet in op vijf speerpunten: investeren in de bestaande woningvoorraad, zorgvuldige inzet op nieuwbouw, voldoende betaalbare en beschikbare sociale huurwoningen, wonen met zorg en het streven naar leefbare dorpen.

De gemeente heeft weliswaar te maken met een lichte bevolkingsafname, maar het aantal huishoudens neemt wel toe. In de voorzieningskernen van Tytsjerksteradiel (o.a. Burgum) is een grote woningvraag, zowel bij ouderen, gezinnen als starters. De plancapaciteit voor Burgum blijft echter achter bij de huidige woningvraag. Voor de gemeente geldt dat zij voldoende nieuwbouwwoningen willen realiseren om in te spelen op de vraag naar woningen. De uitgangspunten hierbij zijn: bouwen naar behoefte, kwaliteit boven kwantiteit en afstemming met de regio. In hoofdstuk 11 gaan we hier verder op in.

Demografische ontwikkelingen: vergrijzing en ontgroening

Nederland vergrijst nog steeds. Momenteel is de 'grijze druk' 33,7%⁴ en dit zal de komende jaren verder toenemen. Dit betekent dat tegenover elke honderd potentiële arbeidskrachten (20- tot 64-jarigen) bijna 34 personen van 65 jaar of ouder staan. In vergelijking met de landelijke situatie is de grijze druk in gemeente Tytsjerksteradiel met 44,7%⁴ erg hoog. Naast vergrijzing heeft Nederland ook te maken met ontgroening, wat betekent dat het aandeel kinderen/jongeren daalt. Momenteel is de 'groene druk' in Nederland 36,4%⁴. In Tytsjerksteradiel is dit 41,8%⁴. De totale demografische druk in de gemeente is met 86,6% (grijze druk + groene druk) dus vrij hoog. Het landelijke percentage ligt op 70,1%.

² CBS StatLine 2019

³ Woonvisie 2019-2024 (Companen, 2019)

⁴ Regionale kerncijfers Nederland (CBS Statline, 2021)

Demografische ontwikkelingen: krimp en groei

Nederland heeft zowel krimpregio's waar de bevolking afneemt (zoals delen van Friesland, Groningen, Drenthe, Zeeland en Limburg) als groeiregio's waar de bevolking juist toeneemt (zoals de Randstad, Utrecht en Flevoland). Een afname van het inwonertal betekent ook een afname van de bestedingen in het gebied. Eén van de effecten van krimp is dat het draagvlak voor voorzieningen verminderd, waardoor ze het steeds moeilijker krijgen en deels verdwijnen. Hoewel het aantal inwoners in Burgum in 2018 onder de 10.000 zakte, is er geen sprake van een extreme bevolkingsafname; de afgelopen drie jaar is het inwonertal zelfs weer licht gestegen. Gemeente-breed werd tot enige jaren geleden ook een lichte afname in het aantal inwoners verwacht voor de komende decennia. Door onder meer de stikstofcrisis en de coronapandemie is de druk op de woningmarkt - ook in het Noorden van het land - evenwel aanzienlijk toegenomen en zijn migratiepatronen gewijzigd. Meer mensen zijn vanuit huis gaan werken en blijven dat naar verwachting de komende jaren ook in enige mate doen; hierdoor is de noodzaak voor dicht bij het werk wonen minder belangrijk geworden. De verwachting voor Burgum is dan ook dat de komende jaren het inwonertal minimaal op peil zal blijven; door nieuwbouwplannen en meer behoefte aan woningen in dit deel van Friesland en Nederland zal mogelijk sprake kunnen zijn van een beperkte groei van het inwonertal.



7 Trends en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk bespreken we kort een aantal algemene trends die direct of indirect te maken hebben met de Nederlandse winkelgebieden en winkelstructuur. Daarna staan we stil bij de effecten van de coronacrisis en de impact die de crisis heeft op winkelgebieden. Vervolgens gaan we in op een aantal actuele ontwikkelingen in Burgum.

7.1 Algemene trends

De belangrijkste landelijke trends die te maken hebben met ons winkellandschap geven we hier weer (**bijlage 1** gaat uitgebreider in op deze trends en ontwikkelingen).

Online winkelen

Het gebruik van internet voor het doen van aankopen is de afgelopen jaren sterk blijven stijgen. Het aantal webwinkels in Nederland is in tien jaar tijd meer dan verdrievoudigd en de online bestedingen groeien elk jaar. De effecten van de coronapandemie op het online winkelen worden in paragraaf 8.2 besproken.

Afnemende behoefte aan fysieke winkelruimtes

De vraag naar vierkante meters winkelruimte neemt af. Online winkelen, demografische ontwikkelingen en veranderende consumentenbestedingen zijn hierin belangrijke factoren. De mate van afname/toename in het aantal winkelruimtes verschilt echter tussen winkelgebieden. Zo ervaren gebieden met relatief veel niet-dagelijks aanbod een sterkere concurrentie van het internet dan gebieden met voornamelijk dagelijks aanbod. Ook in krimpgebieden neemt de vraag naar winkelruimtes sneller af dan in gebieden waar de bevolking groeit.

Schaalvergroting en de 'trek weg uit het midden'

Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector neemt de noodzakelijk benodigde massa (=aantal m² WVO) voor een winkelgebied toe. Met name supermarkten, maar ook grootschalige aanbieders in bijvoorbeeld sport, spel en elektronica kiezen voor ruim opgezette winkels met een breed en diep aanbod. Daarbij is wel sprake van een duidelijke tweedeling: naast grootschalige winkels zijn er ook veel zelfstandige ondernemers en ketens die voor een wat klein winkeloppervlak kiezen, waar sfeer en beleving centraal staan, idealiter aangevuld met een aanbod online. De middelgrote winkel (oppervlaktes 250-500 m²) verdwijnt steeds meer uit het straatbeeld.

Branchevervaging en blurring

Sterk samenhangend met de schaalvergroting is de trend van de branchevervaging. Winkels verbreden hun assortiment om de consument meer te kunnen bieden. Bouwmarkten verkopen ook planten en supermarkten ook mediaproducten. 'Blurring' ontstaat wanneer diverse sectoren zich met elkaar mengen, zoals horeca, cultuur en retail.

Consumentengedrag

Het consumentengedrag is sterk veranderd door veranderingen in de wensen van de consument. Beleving, service en gemak zijn in toenemende mate van belang in winkelgebieden. Ook klimaatbewustheid, duurzaamheid en social impact zijn tegenwoordig van grote invloed bij keuzegedrag van consumenten. Ontwikkelingen zoals de e-bike hebben daarnaast gezorgd voor een grotere mobiliteit van de consument.

Identiteit, authenticiteit en beleving

Een stad, wijk of regio kan door een sterk onderscheidend vermogen in de markt worden geplaatst. Door een sterke eigen identiteit kan de plaats consumenten naar zich toetrekken en aan zich binden. Tegenwoordig zijn winkelgebieden niet meer enkel 'places to buy', maar ook 'places to be'.

Wijzigend trekkerbeeld

Voorheen waren vooral de Nederlandse warenhuizen (V&D, Bijenkorf, HEMA) belangrijke ankerpunten in de verzorgingsstructuur van winkelgebieden. Nu V&D verdwenen is en de Bijenkorf enkel nog in de grootste steden is gevestigd, bepalen andere winkelketens de looproutes in winkelgebieden. Zeker voor kleinere kernen zijn supermarkten, aangevuld met kleiner dagelijks aanbod en kleinere warenhuizen zoals HEMA, Action, Kruidvat en Blokker, belangrijke trekkers. De positionering en juiste locatie van belangrijke formules is van wezenlijk belang voor winkelgebieden.

Sanering supermarkten

In de afgelopen twee decennia zijn diverse kleinere supermarkten en supermarktformules verdwenen. Een verdere reorganisatie van de branche is niet ondenkbaar en heeft gevolgen voor de supermarktstructuur in bestaande winkelgebieden.

Opvolgingsproblematiek

De vergrijzing onder mkb'ers stijgt en de komende jaren bereiken veel ondernemers de pensioengerechtigde leeftijd. De opvolging van het bedrijf is echter vaak een probleem. Door lage vaste lasten kunnen huidige ondernemers het nog lang volhouden, maar voor nieuwe starters is het vaak niet rendabel te maken. In grotere kernen komt wellicht een filiaalbedrijf in het pand, maar in kleinere kernen met een beperkt draagvlak en op minder goede locaties ontstaat vaker leegstand.

Financiering en huurniveau

Bij gewenste investeringen in een onderneming lopen ondernemers vaak aan tegen een financieringsprobleem. Banken blijken veelal niet, of alleen tegen zeer forse tarieven, bereid tot financiering. Daarnaast wordt op veel plaatsen het huurprijsniveau niet aangepast aan de huidige werkelijkheid, waardoor de huur van een pand op verschillende plekken erg duur is.

Ontwikkeling leegstand

Onder andere de economische crisis en het online winkelen hebben gezorgd voor een toename van de leegstand, vooral aan de randen van het land en in middelgrote steden. De afgelopen jaren was de leegstand iets teruggelopen, maar als gevolg van de coronacrisis zal deze waarschijnlijk weer gaan toenemen.

7.2 Coronacrisis

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

Voornamelijk winkels in de dagelijkse sector, zoals supermarkten en vers-speciaalzaken, en winkels in 'doe-het-zelf', 'woninginrichting' en 'tuin' bleven relatief goed functioneren tijdens de coronacrisis. Echter zijn onder andere horecaondernemingen en winkels die grotendeels afhankelijk zijn van het recreatieve winkelen (zoals modezaken) zwaar getroffen. Doordat recreatief winkelen werd ontmoedigd en omdat er in de grote steden niks meer te beleven viel qua evenementen, gaf de consument zijn voorkeur aan het lokale winkelgebied dicht bij huis. De 1,5 meter regel zorgde voor beperkingen en er was vrees voor nieuwe coronabesmettingen. De kleinere kernen zijn hierdoor, relatief gezien, beter blijven functioneren dan de grote steden.

De korte en lange termijneffecten van de coronacrisis zijn nog onzeker, maar een aantal ontwikkelingen zijn nu al zichtbaar. De onlinemarkt heeft een nog sterkere positie gekregen ten opzichte van de fysieke winkels. Webshops en online diensten trokken het afgelopen jaar meer (nieuwe) bezoekers en door groeiende omzetten heeft de online markt de kans gehad om te investeren in hun marktpositie, aanbod, marketing en logistiek. Fysieke winkelgebieden moeten nog sterker dan voorheen concurreren met de onlinesector, waardoor er per winkelgebied kritisch zal moeten worden gekeken naar zowel het aantal winkelmeters als de kwaliteit van de winkelmeters. Binnen de horecasector is het personeelstekort (dat er ook vóór de coronacrisis al was) een groot probleem. Horecapersoneel moest noodgedwongen op zoek naar ander werk tijdens de lockdownperiodes waarin de horeca gesloten was, maar keert niet zo makkelijk terug. Het aantal faillissementen van bedrijven binnen de retail en horeca is nu nog beperkt, maar er is veel onzekerheid ten aanzien van de toekomst. Op het moment dat de steunmaatregelen wegvallen, de volledige huren weer moeten worden betaald en de uitgestelde aanslagen van de belasting komen, zal het blijken wat de weerbaarheid van de bedrijven is en of het aantal faillissementen beperkt blijft. Het is de komende maanden afwachten in welke mate het winkelend publiek terugkeert naar de winkelgebieden, wat de omzetten zijn van de winkels en de horecaondernemingen en of de liquide middelen van deze bedrijven voldoende zijn om overeind te blijven.

7.3 Ontwikkelingen Burgum

In deze paragraaf staan we in beknopte zin stil bij enkele ontwikkelingen in Burgum sinds het verschijnen van het vorige Masterplan voor het centrum van Burgum.

Herontwikkeling Markt met komst Jumbo en Action

Aan de zuidzijde van de Markt is op de hoek met de Kûperstrjitte een bouwblok gerealiseerd met daarin een supermarkt van Jumbo (1.577 m² WVO) en op de verdieping een vestiging van Action. Parkeren was al mogelijk op de Markt, maar de Markt is fors heringericht met veel meer parkeerplaatsen en is het plein rondom aantrekkelijker gemaakt. Zo zijn onder meer aan de randen bomenrijen geplaatst. Met de komst van Jumbo en Action en de aanpassing van de Markt is het zwaartepunt van de bewinkeling meer in het zuidelijk deel terecht gekomen.

Aanleg 'Centrale As'

De Centrale As is de nieuw aangelegde provinciale weg die van Dokkum langs Damwoude, Zwaagwesteinde, Veenwouden, Hurdegaryp en Burgum richting Nijega loopt, waar de aantakking op de N31 (Leeuwarden – Drachten) plaatsvindt. In oktober 2016 is de weg in gebruik genomen. Het betreft grotendeels een nieuw tracé met overwegend 2x2 rijstroken. Voor de ingebruikname liep de route door de verschillende plaatsen, waaronder Burgum, heen. De reistijden in het gebied zijn nu fors verminderd. Hierdoor is het mogelijk om vanuit diverse regioplakten sneller Burgum te bereiken. Omgekeerd geldt ook, dat inwoners van Burgum sneller andere plakten kunnen bereiken. Het lijkt erop dat vooral ondernemers in de kleinere kernen (bv. Hurdegaryp en Damwoude) het doorgaande (forenzen-)verkeer missen; zij rijden nu om het dorp heen, en nemen niet de moeite om de afslag naar de betreffende kern te nemen. In welke mate Burgum van de Centrale As profiteert of er juist last van heeft, komt verderop in het rapport nog aan de orde.

Ontwikkeling project kop Tsjibbe Geartsstrjitte

Bij de entree van het winkelgebied aan de westzijde van het centrum is op de plek van een eerder 'naar voren stekend' pand een nieuwe ontwikkeling bezig (zie figuur 7.1). Hier worden drie bouwblokken gerealiseerd met op de verdiepingen appartementen en op de begane grond is ruimte voor commerciële invulling. Het blok dat het dichtst bij de winkels is gelegen (en waar ook winkels aanwezig waren, Koopman) komt op de begane grond opnieuw ruimte voor winkels. In het tweede blok (Werkman) is ruimte gereserveerd voor horeca, terwijl in het derde blok (Edelman) dienstverlening op de begane grond mogelijk is. Met welke commerciële ondernemers de panden ingevuld gaan worden is nog niet bekend.

Verkoop leegstaande Rabobankpand Bulthuissingel

Recentelijk is het pand van de voormalige Rabobank verkocht. In december 2021 is de voormalige Rabobank verkocht aan 3 ondernemers. Het is de bedoeling dat er een gezondheidscentrum wordt gevestigd, met ruimte voor ondernemers uit andere branches. Welke invloed de invulling van de voormalige Rabobank zal hebben op het functioneren van het centrum kan moeilijk worden ingeschat.

Figuur 7.1: Planontwikkeling drie bouwblokken (De 3 van Sminia)



Bron: Blue Banner RED 2021

8 Kwantitatieve analyse

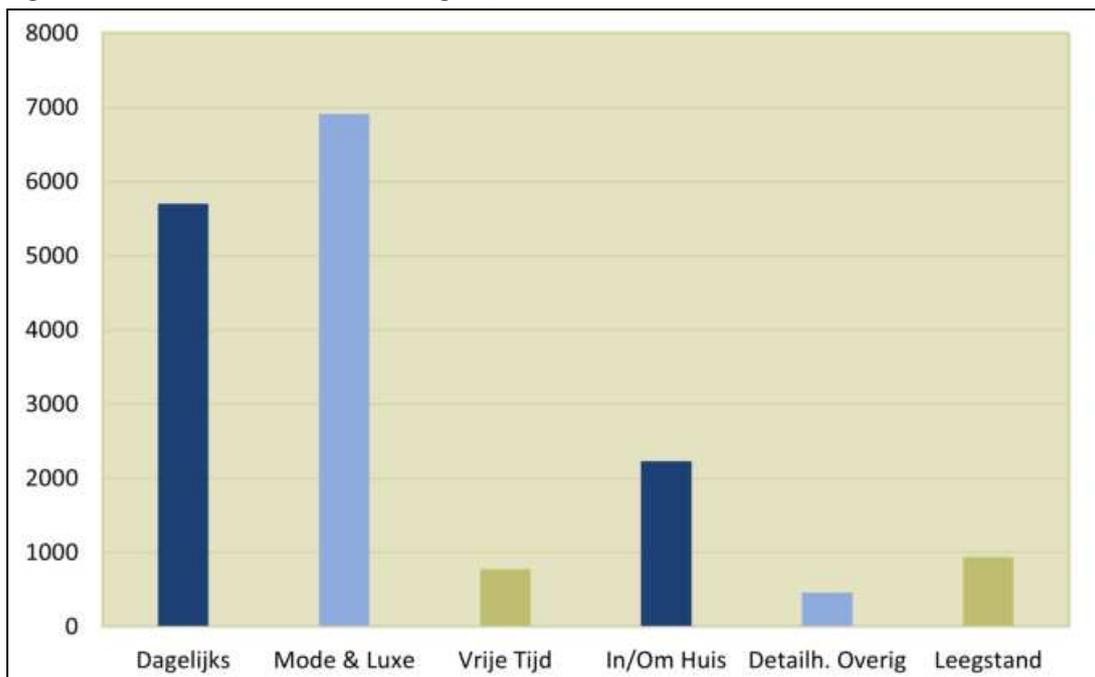
Detailhandel en horeca zijn beide belangrijke centrumfuncties. In dit hoofdstuk geven we inzicht in het kwantitatieve aanbod dat Burgum heeft, zowel qua detailhandel (9.1) als qua horeca (9.2). Daarnaast gaan we in op de verdeling van de meters en de leegstandssituatie in het dorp.

8.1 Detailhandelsaanbod

In Burgum is in totaal 22.869 m² winkelvloeroppervlak (WVO) in de detailhandel aanwezig, exclusief leegstand. Deze meters zijn verdeeld over 74 verkooppunten. Het overgrote deel van het detailhandelsaanbod is gelegen in het centrumgebied en daarnaast zijn er nog diverse verspreide winkels in het dorp, onder andere op de noordelijke en zuidelijke bedrijventerreinen. Omdat we ons in deze centrumvisie focussen op het centrumgebied van Burgum, gaan we in dit hoofdstuk enkel in op het detailhandelsaanbod dat centraal in het dorp is gelegen. Het gaat dan om in totaal 16.069 m² WVO verdeeld over 67 verkooppunten (exclusief leegstand). Het detailhandelsaanbod in het centrum van Burgum wordt weergegeven in figuur 8.1 en 8.2, respectievelijk in m² WVO en aantal verkooppunten (VKP). In beide grafieken is het aanbod uitgesplitst naar de verschillende detailhandelsgroepen; 'Dagelijks', 'Mode & Luxe', 'Vrije Tijd', 'In/Om Huis', 'Detailhandel Overig' en 'Leegstand'.

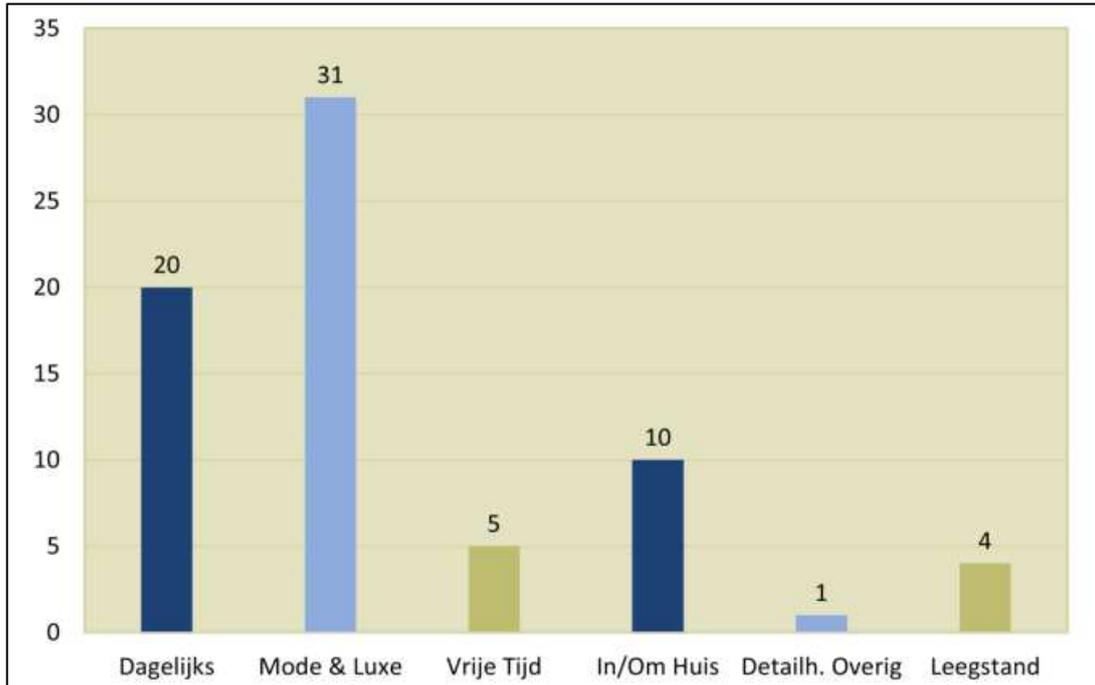
De groepen 'Dagelijks' en 'Mode & Luxe' hebben in Burgum veruit het grootste aanbod. Het dagelijkse aanbod bestaat in dit geval uit vier supermarkten, drie drogisterijen, diverse verszaken (zoals groente/fruit, bakker, slager) en een aantal overige winkels. In Burgum vallen in totaal 20 winkels binnen de dagelijkse sector. Winkels die tot de groep 'Mode & Luxe' behoren, zijn onder andere alle kledingzaken, opticiens en winkels waar huishoudelijke en cadeauartikelen worden verkocht. In totaal vallen 31 winkels in deze groep.

Figuur 8.1: Detailhandelsaanbod Burgum, in m² WVO



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Figuur 8.2: Detailhandelsaanbod Burgum, in aantal verkooppunten



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Verdeling winkelmeters

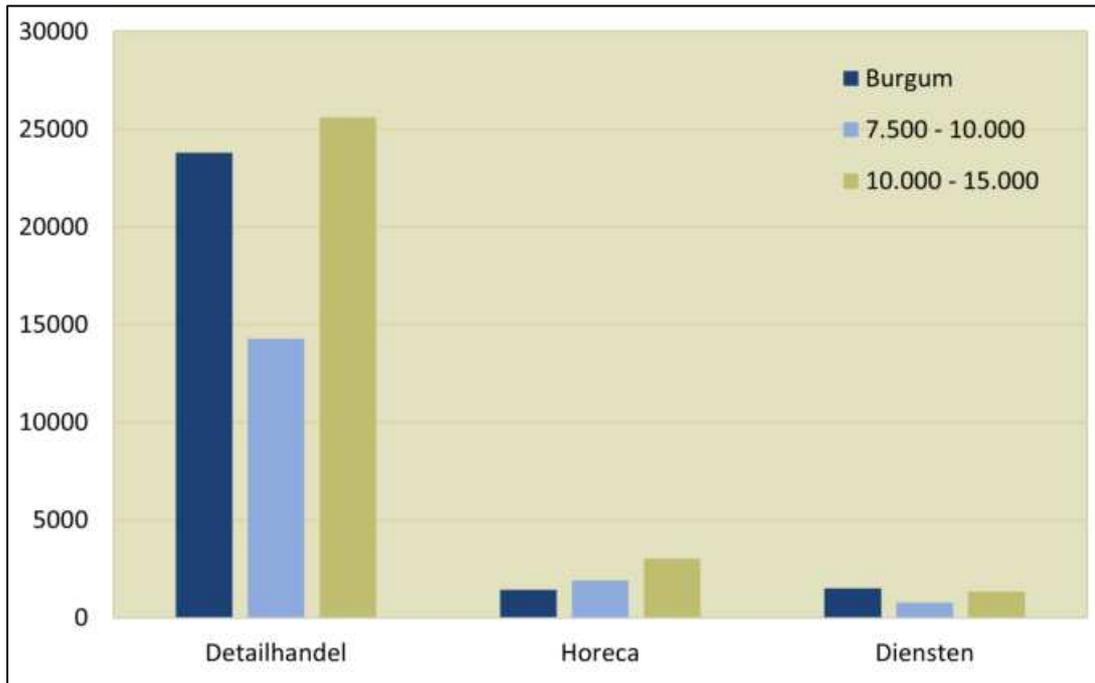
Van de in totaal 22.869 m² WVO dat in heel Burgum aanwezig is, ligt 16.069 m² WVO in het centrumgebied van het dorp. Dit komt neer op zo'n 70% van het totale aanbod. Wanneer we kijken naar dit centrumaanbod, zien we dat de 67 winkels verdeeld zijn over acht straten (Bulthuisingel, De Passaazje, Freerk Bosgraafstraat, Lageweg, Markt, Noordersingel, Schoolstraat en Tsjibbe Geartsstrjitte)⁵. De Schoolstraat en Markt zijn overduidelijk de gebieden waarbinnen het meeste aanbod valt, met respectievelijk 26 en 18 verkooppunten. De Lageweg en Tsjibbe Geartsstrjitte hebben gezamenlijk 16 verkooppunten en in de overige straten zitten hooguit 3 winkels per straat.

Benchmark

Het aanbod van Burgum in diverse branches of sectoren kunnen we vergelijken met andere kernen met ongeveer hetzelfde inwonertal. Burgum ligt op de grens van twee groepen, namelijk 7.500 tot 10.000 en 10.000 tot 15.000 inwoners. Om deze reden vergelijken we met beide groepen. Uit eerder onderzoek is al bekend, dat het aanbod in Burgum aan detailhandel aan de royale kant is; in de meeste groepen is dit het geval. Dit blijkt ook uit deze benchmark. Het winkelaanbod is in m² WVO ongeveer even groot als van kernen met een hoger inwonertal. Hieruit blijkt ook de regiofunctie van Burgum. In de inwonerklasse tot 10.000 inwoners zijn er slechts enkele kernen met evenveel aanbod als Burgum. Kernen met meer dan 10.000 inwoners hebben dat veel vaker, zeker wanneer ook hier sprake is van kernen met een regionale functie. Het aanbod in de horeca in Burgum is weliswaar volledig in het centrum aanwezig, maar is naar verhouding gering in oppervlakte. Wat diensten betreft zijn de verschillen relatief gering.

⁵ NB. Locatus definieert deze acht straten als 'Centrum Burgum'.

Figuur 8.3: Aanbod Burgum in m² WVO, in vergelijking met andere kernen



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

Leegstand

Het centrum van Burgum kent 934 m² WVO leegstand, verdeeld over 4 panden⁶. Het dorp heeft op basis van het aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak te maken met een leegstandspercentage van 4,0%. Gemeten naar het aantal verkooppunten ligt het op 2,7%. In vergelijking met het landelijk gemiddelde liggen de percentages in Burgum een stuk lager; in Nederland liggen de percentages op 7,1% (WVO) en 7,2% (VKP). Wat betreft het type leegstand maakt Locatus onderscheid naar drie types:

- Frictie- of aanvangsleegstand: korter dan 1 jaar leeg;
- Langdurige leegstand: tussen 1 en 3 jaar leeg;
- Structurele leegstand: langer dan 3 jaar leeg.

Wanneer we kijken naar hoelang de meters en panden in het centrumgebied van Burgum leegstaan krijgen we het beeld zoals dat in tabel 8.1 is weergegeven. Wat opvalt is dat driekwart van de leegstaande winkelpanden korter dan 1 jaar leeg staat. Slechts 1 winkelpand staat op het moment van schrijven van deze rapportage langer dan 3 jaar leeg. Het gaat hier om het pand dat momenteel tijdelijk wordt ingevuld door een zorginstelling⁶.

Tabel 8.1: Type leegstand in centrum Burgum

Type leegstand	m ² WVO	# VKP
Frictie/aanvang	84,5%	75,0%
Langdurig	0%	0%
Structureel	15,5%	25,0%

Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

⁶ NB. Eén van deze vier panden stond leeg, maar wordt nu tijdelijk ingevuld door een zorginstelling. Daarnaast zijn Tsjibbe Geartsstrijtte 1 en 3 in ontwikkeling; deze panden worden niet aangemerkt als leegstand.

Supermarkten

In Burgum zijn vier supermarkten gevestigd in het centrumgebied. Het gaat om drie full service supermarkten (Poiesz, Plus en Jumbo) en één discounter (Aldi). Tabel 8.2 geeft voor elke supermarkt het aantal vierkante meters weer. Jumbo heeft veruit het grootste oppervlak, gevolgd door Plus. De Poiesz en met name de Aldi zijn relatief klein van formaat. Aldi is de enige discounter in de plaats en kent geen moderne afmetingen.

Tabel 8.2: Supermarkten in Burgum met bijbehorende m² WVO

Supermarkt	m ² WVO
Poiesz	964
Plus	1183
Jumbo	1577
Aldi	651

Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

8.2 Horeca aanbod

Naast inzicht in het detailhandelsaanbod is ook inzicht in het horeca aanbod van belang bij het opstellen van deze centrumvisie. Centrumgebieden zijn immers niet meer enkel plekken om te kopen, maar ook plekken om te verblijven. Een waardevol horeca aanbod kan bijdragen aan een goed verblijfsklimaat en is daarom een belangrijke aanvullende functie in winkelcentra. In Burgum is in totaal 1.434 m² vloeroppervlak in de horecasector aanwezig, verdeeld over 14 panden.

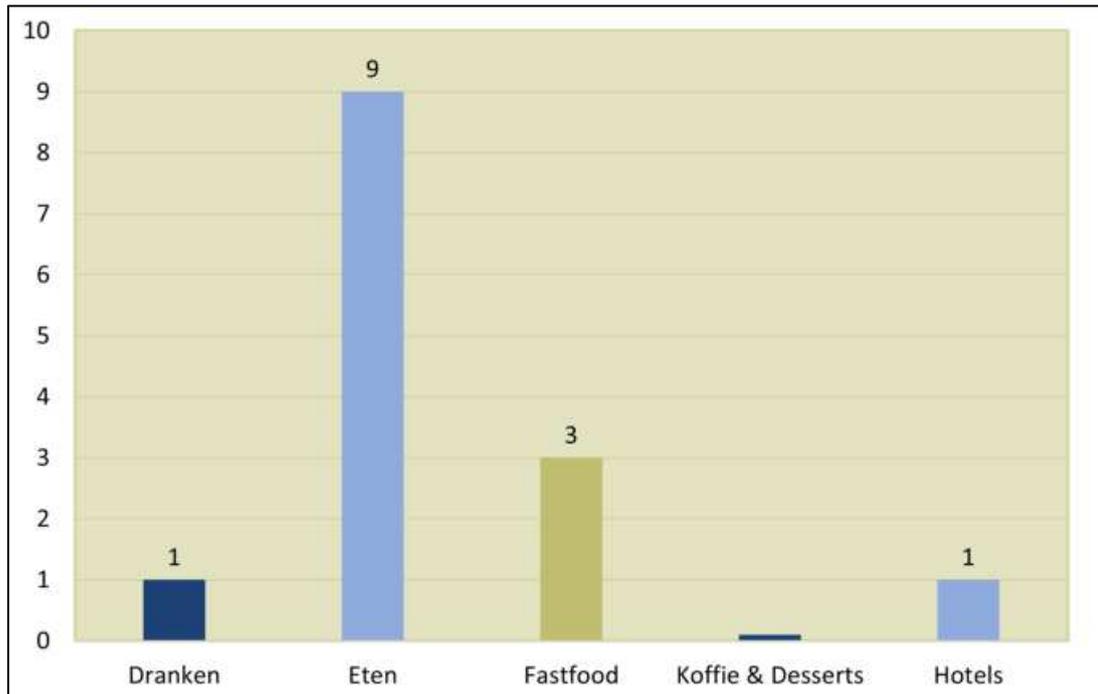
De groep 'Horeca' wordt door Locatus uitgesplitst in meerdere hoofdbranches met diverse subcategorieën⁷:

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

Zoals te zien is in figuur 8.3 bestaat het horeca aanbod in Burgum hoofdzakelijk uit eetgelegenheden. Er zijn onder andere drie pizzeria's, twee Chinese restaurants en diverse snackbars/eetcafés. Wat opvalt is dat het dorp voornamelijk avondhoreca heeft, in de vorm van restaurants. Daarentegen is er op papier relatief weinig aanbod aan daghoreca. Maar diverse restaurants/hotels zijn ook overdag geopend (zoals bv. 't Roodhert). De aanwezige horecavestigingen in het centrum van Burgum zijn allen gelegen aan de Schoolstraat, Lageweg of De Passaazje.

⁷ Branche overzicht Locatus 2021 (Locatus, 2021)

Figuur 8.3: Horeca aanbod Burgum, in aantal verkooppunten



Bron: Locatus 2021, bewerking door BRDG Advies

8.3 Relevant onderzoek

Onderzoeken die ook voor deze centrumvisie relevant zijn, zijn onder andere het Koopstromenonderzoek provincie Friesland 2017 en de SWOT-analyses uit 2019 en 2020. Hieronder geven we de belangrijkste uitkomsten van het koopstromenonderzoek weer.

Koopstromenonderzoek provincie Friesland 2017

In 2017 is een grootschalig koopstromenonderzoek⁸ uitgevoerd in de provincie Friesland. Ook het winkelgebied van Burgum is in dit onderzoek meegenomen. Voor vrijwel alle kernen in Friesland geldt dat er sprake is van een relatief hoge koopkrachtbinding in de dagelijkse sector, zo ook in Burgum. De koopkrachtbinding in het dorp ligt op 93%. In de niet-dagelijkse sector is de binding 56%, wat relatief hoog is. De toevloeiing van koopkracht (niet-dagelijks) richting Burgum ligt op 55%. Hiermee behoort Burgum tot de enige vijf kernen in Friesland (naast Heerenveen, Wolvega, St. Annaparochie en Winsum) die een koopkrachttoevloeiing hebben van meer dan 50%. Het dorp wordt op basis van het aanbod in de detailhandel, de vastgestelde koopstromen, de koopkrachtcijfers en de herkomst van de omzet, geclassificeerd als 'beperkt regionaal verzorgend'.

In het koopstromenonderzoek is ook onderzocht wat de beoordeling van het centrum is. Op basis van een aantal kwalitatieve vragen aan bezoekers is destijds de waardering gepeild. Aan de klant is gevraagd om voor een aantal onderwerpen (zie tabel 8.4) een rapportcijfer op de schaal van 1 tot 10 te geven.

⁸ Koopstromenonderzoek Provincie Fryslân 2017 (Broekhuis Rijs Advisering, 2017)

Tabel 8.4: Waardering winkelgebied Burgum

Onderwerp	Score
Aantal winkels in het winkelgebied	7,8
Kwaliteit van de winkels	7,8
Bereikbaarheid van het winkelgebied per auto	8,2
Parkeermogelijkheden voor de auto	8,4
Stallingsmogelijkheden voor de fiets	7,5
Gezelligheid en sfeer in het winkelgebied	7,3
Inrichting en aankleding van het winkelgebied	7,3
Aanbod aan daghoreca	6,8

Bron: Broekhuis Rijs Advisering, 2017

De waardering voor het centrum van Burgum (zie tabel 8.4) was zeer goed. De hoogste waarderingen werden, in vergelijking met andere onderzochte kernen, gegeven voor de bereikbaarheid per auto en de parkeermogelijkheden, hetgeen voor een kern met een regiofunctie ook erg belangrijk is. De gezelligheid en sfeer in het centrum evenals de inrichting van het winkelgebied scoorden met een 7,3 goed. Ook in vergelijking met de andere onderzochte kernen. De laagste beoordeling werd gegeven aan het aanbod aan daghoreca, maar ook met de lagere waardering voor dit onderwerp scoorde Burgum boven het gemiddelde van de onderzochte kernen in de provincie. Het aanbod aan daghoreca in Burgum is beperkt en dit zal bij de beoordeling een rol hebben gespeeld.

SWOT-analyses 2019 en 2020

In het voorjaar van 2019 is in het kader van de Friese Retailaanpak een SWOT-analyse uitgevoerd onder 71 winkelgebieden in de provincie. Opdrachtgevers waren de provincie en de deelnemende gemeenten. Naast kwantitatieve gegevens zijn hier ook een aantal kwalitatieve aspecten beoordeeld. Ook is gekeken naar de aanwezige beleidsinstrumenten voor de winkelgebieden en bijvoorbeeld het gebruik van social media door de ondernemers. Per winkelgebied zijn adviezen gegeven voor het vergroten van de aantrekkingskracht en het economisch renderen van het gebied. Voor gedetailleerde informatie verwijzen we naar het betreffende document⁹.

In het najaar van 2020 is een vervolg op het SWOT-onderzoek uitgevoerd, om de ontwikkeling in de Friese kernen te monitoren. Tussen beide periodes was het aanbod vrijwel gelijk gebleven. De leegstand leek iets te zijn toegenomen, maar dit werd grotendeels veroorzaakt door bouwwerkzaamheden.

⁹ SWOT-analyse Friese winkelgebieden (Broekhuis Rijs Advisering, 2019 en 2020)

8.4 Distributieplanologische analyse

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

Voor de berekening gaan we uit van de inwonersgegevens, zoals die in hoofdstuk 7 zijn weergegeven. Tevens maken we gebruik van de uitkomsten van het koopstromenonderzoek. Voor de cijfers van omzet per hoofd en vloerproductiviteit is uitgegaan van de meest recente gegevens van onderzoek van Panteia¹⁰, dat op basis van gegevens van Locatus en het CBS deze gegevens jaarlijks verstrekt. De omzetgegevens zijn gecorrigeerd voor het gemiddeld besteedbaar inkomen in het dorp.

Door grote onderlinge verschillen in type winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke distributieve berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De berekening geeft een indicatie van overbewinkeling of uitbreidingspotenties, maar kan niet exact tot op de m² uitrekenen wat economisch haalbaar is.

In de dagelijkse sector is volgens de berekening sprake van een geringe overbewinkeling; de getallen laten een negatief getal zien. De verschillen zijn evenwel niet erg groot; in feite maakt het vooral duidelijk dat de ruimte voor een *extra* supermarkt niet aanwezig is. Optimalisaties of beperkte uitbreidingen van bestaande supermarkten om up-to-date te blijven zullen veelal wel gefaciliteerd kunnen worden (mits voldaan wordt aan bestaande regels en wetten).

In de niet-dagelijkse sector lijkt nog relatief veel uitbreidingsruimte aanwezig te zijn in de markt. Op dit moment is het aanbod niet-dagelijks ruim 10.000 m² WVO groot, waar ruimte aanwezig is voor ruim 14.000 m² WVO. Ook hier zijn enkele opmerkingen op z'n plaats. Het Koopstroomonderzoek dateert van 2017, waarbij in de percentages internetaankopen nog niet zijn meegenomen. Inmiddels is duidelijk geworden, dat juist in de niet-dagelijkse sector deze aankopen een substantieel onderdeel van de bestedingen van consumenten uitmaken. Hierdoor zal in de praktijk de ruimte in de markt op dit moment geringer zijn dan de 4.000 m², zoals uit de berekening naar voren komt.

Conclusie van de berekening is dat Burgum in ieder geval veel inwoners aan zich weet te binden, en bovendien veel bezoekers van buiten Burgum weet te verleiden om in Burgum de aankopen te verrichten of om te shoppen.

¹⁰ Omzetkengetallen 2020 (Panteia, 2021)

Tabel 8.5: Distributieplanologische berekening

Burgum	Dagelijks	Niet-dagelijks	Bron
Omzet per hoofd (excl. btw)	€ 2.508	€ 2.115	Panteia
Aantal inwoners	9.780	9.780	CBS
Koopkrachtbinding (%)	93%	56%	KSO
Omzet verzorgingsgebied	€ 22.8 mln.	€ 11.6 mln.	
Toevloeiing koopkracht (%)	39%	55%	KSO
Omzet toevloeiing	€ 14.6 mln.	€ 14.1 mln.	
Totale omzet	€ 37.4 mln.	€ 25.7 mln.	
Vloerproductiviteit	€ 7.577	€ 1.785	Panteia
Potentieel winkelaanbod m ²	4.935	14.422	
Aanwezig winkelaanbod m ²	5.699	10.370	Locatus
Ruimte/tekort in markt	-764	4.052	

9 Kwalitatieve analyse

9.1 Verzorgingsstructuur

Met bijna 10.000 inwoners is Burgum qua inwonertal één van de middelgrote kernen in de provincie Friesland vergelijkbaar met Lemmer, Bolsward en Oosterwolde. De stad Leeuwarden ligt ten westen van Burgum en in zuidoostelijke richting ligt Drachten. De afstand tot de centra van de plaatsen bedraagt over de weg 17 en 15 kilometer. Deze twee kernen zijn beide een stuk groter dan Burgum met respectievelijk circa 92.000 en 45.000 inwoners. Uit het Koopstroomonderzoek bleek dat inwoners van Burgum vooral deze twee kernen bezoeken voor hun niet-dagelijkse aankopen.

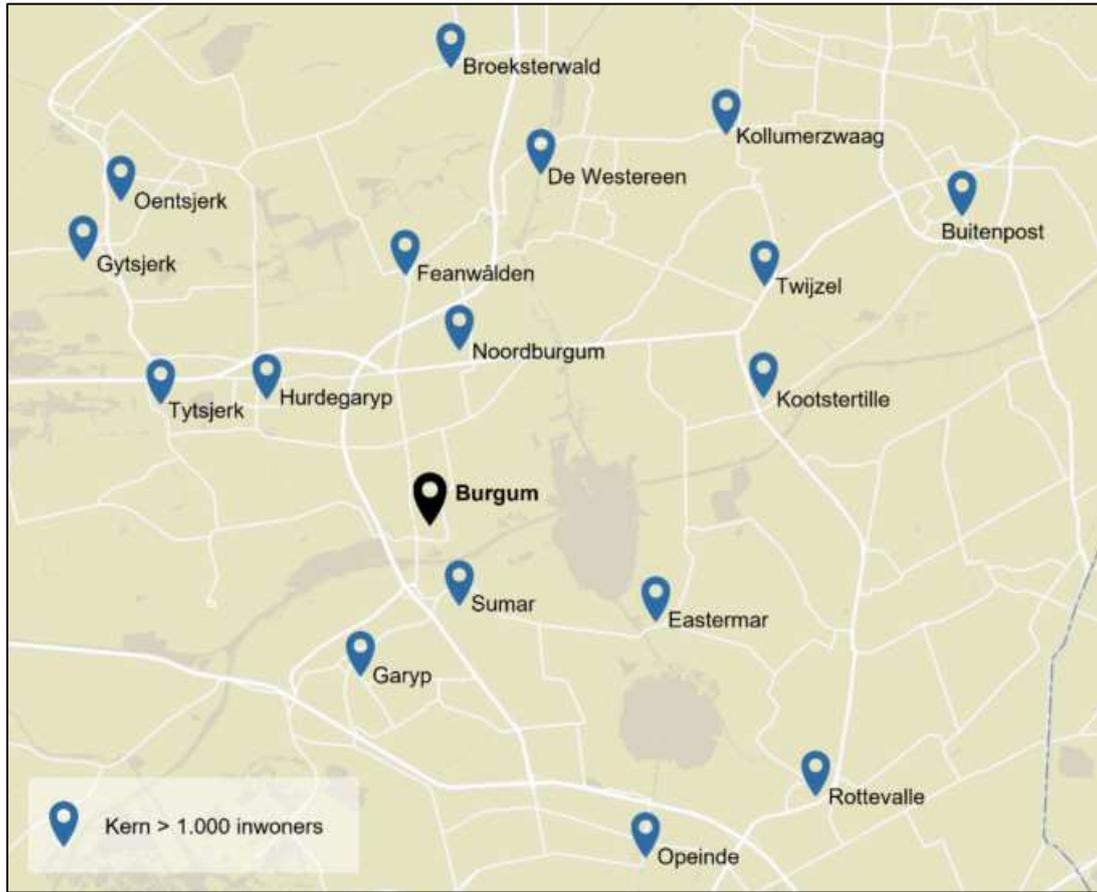
De stad Leeuwarden is bereikbaar via de N31 (zuidelijke route) of via de N355 (noordelijke route via Hurdegaryp). Burgum heeft door de ligging tussen een aantal makkelijk bereikbare grotere plaatsen een regiofunctie voor de nabij gelegen kleinere kernen in de eigen gemeente, maar ook in aangrenzende gemeenten. Kleinere kernen rondom Burgum zijn onder andere Garyp, Sumar, Eastermar, Noardburgum en Feanwâlden (zie figuur 9.2).

Figuur 9.1: Ligging Burgum t.o.v. andere kernen



Bron: BRDG Advies

Figuur 9.2: Kernen met meer dan 1.000 inwoners rondom Burgum



Bron: BRDG Advies

9.2 Structuur winkelgebied

De Schoolstraat is de historische winkelstraat van Burgum. Dit deel van het winkelgebied begint aan de westzijde bij de Noordersingel via de Tsjibbe Geartsstritte en eindigt even voorbij de aansluiting op de J.D. de Vriesstraat en de Markt. In het grootste deel van de Schoolstraat liggen de winkels aaneengesloten. Richting de oostzijde van de straat neemt het aantal woningen tussen de winkels toe. Sub-trekker Scapino is onlangs vanuit het oostelijke deel van de Schoolstraat richting de Markt verhuisd.



Een zijstraat van de Schoolstraat waar ook nog enkele winkels zijn, is de Lageweg. In het deel van deze straat dat loopt tot aan de Skipfeart, zitten verspreid meerdere winkels en horecavestigingen. Door de grote tussenliggende ruimtes met woningen wordt de straat tegenwoordig veel minder als een winkelstraat gezien dan in het verleden. Het pand van de voormalige Omrin kringloopwinkel op de hoek van de Lageweg en het tussenstraatje naar de Markt is een markant pand met veel beeldkwaliteit. Hierin vestigt zich een baby-artikelenwinkel. De entree van deze winkel komt niet aan de Lageweg maar aan de zijkant van het gebouw aan de verbindingstraat met de Markt.

Ten zuiden van de Schoolstraat en ten oosten van de Lageweg is het grote parkeerterrein op de Markt gesitueerd. Rondom de Markt zijn diverse winkelpanden aanwezig. In 2014 heeft Burgum aan de zuidzijde van de Markt een Jumbo en een Action gekregen. Door de toevoeging van deze winkels is dit zuidelijk deel van de Markt eveneens een belangrijk onderdeel geworden van het centrum. We zien vaak dat supermarkten door de gewenste grote oppervlaktes niet meer direct in het centrum gevestigd blijven en uitgeplaatst worden. In het geval van Burgum liggen de supermarkten nog wel in het centrum, zoals de Jumbo. Aan de oostzijde van de Markt zijn achter andere gevels onder andere een Aldi en een Kruidvat gesitueerd. De Aldi is in vergelijking met andere discountsupermarkten in de omgeving relatief klein van omvang.

De verbinding tussen het parkeerterrein op de Markt en de Schoolstraat wordt op het midden van het plein gevormd door de Passaazje. Aan dit straatje liggen meerdere winkels, waaronder de Plus-supermarkt op de hoek met de Markt, en horecazaken. Aan de noordoostzijde van het plein bestaat nog een verbinding tussen de Markt en de Schoolstraat. Hieraan ligt alleen een grote horecagelegenheid, maar geen winkels. Ook in de twee verbindingstraten van de Markt aan de westzijde met de Lageweg zijn geen winkels gevestigd.

Aan de noordwestzijde sluit de Bulthuisingel aan op het begin van de Schoolstraat. Iets verderop aan de Bulthuisingel ligt de Poiesz supermarkt, maar door het verder ontbreken van winkels in deze straat wordt zij niet tot het winkelgebied gerekend.

Opvallend voor Burgum qua structuur is met name de compactheid van het winkelgebied. Op korte (loop-)afstand van elkaar zijn zowel de trekkers in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector te bezoeken. Combinatiebezoek is goed mogelijk. Ook andere voorzieningen zijn in en nabij het centrum gesitueerd. Dat is o.a. de bibliotheek in het midden van de Schoolstraat, maar ook zakelijke dienstverlening (uitzendbureau, makelaar) is aanwezig.

Figuur 9.3: Winkelstructuur en (sub-)trekkers centrum Burgum



Bron: BRDG Advies

De Schoolstraat heeft een diverse mix van winkels met onder andere modezaken, opticiens/audiciens, winkels waar eet- en drinkwaren worden verkocht en zaken voor witgoed. De straat heeft een aantal karakteristieke panden waarin veelal zelfstandige winkels zitten. Die winkels geven een 'couleur locale' aan het winkelgebied. Er zijn een aantal ketens aanwezig, zoals de Blokker, Zeeman, Intertoys en Expert. Een andere keten is de Hema die aan de westzijde van het centrum in de Tsjibbe Geartsstrjitte gevestigd is. De combinatie van zelfstandige winkels en ketens maken dat het centrum interessant is voor niet alleen inwoners van Burgum maar ook voor bezoekers uit de regio. Opvallend is de aanwezigheid van de openbare bibliotheek met een entree in het midden van de Schoolstraat. Met name in het oostelijke deel van de Schoolstraat zijn tussen de winkels ook enkele woningen gesitueerd.

Drie van de vier supermarkten (Plus, Aldi en Jumbo) in het centrum liggen aan de Markt. Daardoor is de bereikbaarheid en de parkeervoorziening voor deze trekkers goed. Boven op de Jumbo is de Action gesitueerd en naast de Aldi zit de Kruidvat drogisterij. Deze trekkers van het centrum zitten geclusterd aan één zijde van het centrum en vormen daarmee een sterk bronpunt. Als trekkers aan de andere zijde van het centrum zitten de Hema en de Poiesz-supermarkt aan de noordwestzijde. Ook de nieuwe ontwikkelingen vinden aan deze zijde plaats.

Er is vanaf de Markt in het centrum wel een rondje (of een achtje) te lopen maar in een groot deel van de verbindingsstraten tussen de Markt en de Schoolstraat zijn niet of nauwelijks

winkels of horeca gevestigd. Alleen de Passaazje is in potentie aantrekkelijk als winkelgebied.

De horeca is beperkt verspreid over het centrum aanwezig aan met name het begin en einde van de Schoolstraat en aan het verbindingsstraatje met de Markt (De Passaazje). Het zwaartepunt van de winkels beweegt zich de laatste jaren sterker richting het westelijk deel van de Schoolstraat, de Tsjibbe Geartsstritte en de Markt. Op de kop van de Tsjibbe Geartsstritte is de nieuwe ontwikkeling gaande; hier zullen enkele nieuwe winkels op de begane grond gerealiseerd worden, met woningen op de verdiepingen. Met het vertrek van Scapino aan de oostzijde van de Schoolstraat en een versterking in het westelijk deel van het centrum neemt de kracht van het westelijk deel (tot ongeveer De Passaazje) verder toe.

Parkeren en bereikbaarheid

Het grote parkeerbronnepunt voor parkeren is de Markt. Deze circa 385 parkeerplaatsen zijn vanaf de zuidzijde en oostzijde het beste bereikbaar. Het parkeren op de Markt is gratis. Een strook met ruim 100 parkeerplaatsen aan de noordzijde kent een regime van blauwe zone. Op vrijdagochtend wordt op dat deel van de Markt (de noordrand) de weekmarkt gehouden, waardoor op dat moment het aantal beschikbare plaatsen beperkter is. De evenementen vinden plaats op het grote deel van het plein.

Figuur 9.4: Overzicht parkeervoorzieningen centrum Burgum



Bron: BRDG Advies

Aan de noordwestzijde van de Schoolstraat zijn bij de Rabobank aan de Bulthuisingel zo'n 20 parkeerplaatsen gesitueerd op eigen terrein. Aan de J. D. de Vriesstraat aan de noordoostzijde van de Schoolstraat is nog een parkeerterrein t.b.v. 40 auto's aanwezig. Ook bij Poiesz (50 plaatsen), aan het Dominee J. Kooiplein (40 plaatsen) en aan de achterzijde van de bibliotheek aan Pastoriekamp (ca 25 plaatsen) is parkeergelegenheid gerealiseerd. Bij elkaar opgeteld gaat het om zo'n 200 parkeerplaatsen aan de noordzijde van het centrum. Daarnaast is op diverse plekken in het centrumgebied de mogelijkheid voor parkeren, zoals langsparkeren in grote delen van de Schoolstraat en de J. D. de Vriesstraat. Bij de nieuwe ontwikkelingen rondom het Van Sminia plein komt eveneens parkeergelegenheid voor ca. 40 auto's.



De Schoolstraat is vanaf de Bulthuisingel vanuit west naar oost in één richting berijdbaar voor auto's. Het meest westelijk gelegen deel van de winkelstraat in de Tsjibbe Geartsstritte is autovrij. In de Lageweg vanaf de Markt zuidwaarts zijn auto's in beide richtingen toegestaan. De aanwezigheid van auto's in de historische winkelstraat wordt niet als storend ervaren. In het centrum is een parkeerregime met een beperkte parkeertijd (d.m.v. een blauwe schijf) van toepassing in de Schoolstraat en op een deel van de Markt. Voor het overige is het parkeren gratis, hetgeen een sterke USP is voor het winkelen in Burgum. De parkeergelegenheid lijkt op het eerste gezicht royaal aanwezig te zijn; toch is richting het weekend de Markt veelal (te) drukbezet.

De bereikbaarheid binnen het centrum is prima. De route naar het centrum toe is binnen de kern eveneens goed aangegeven, maar de entrees en de routing zijn niet overal duidelijk of even logisch.

Inrichting winkelgebied

Met de relatief kleinschalige bebouwing waaronder een aantal karakteristieke panden, de aanwezigheid van een aantal groene bomen en het type bestrating (gebakken klinkers) oogt de Schoolstraat niet te stenig. Het straatprofiel voorziet in een smalle rijbaan voor auto's (éénrichting) en brede trottoirs zonder niveauverschillen. Ondanks de langspaarkeerplaatsen die her in der in de straat liggen en de auto's die langsrijden wordt het verblijfgebied niet als onveilig of ongezellig ervaren.

De lichtmasten en paaltjes zijn redelijk up to date, maar er ontbreken fietsnietjes en bankjes. Fietsen worden her en der geparkeerd.

De verbindingsstraat tussen de Markt en de Schoolstraat, de Passaazje, is relatief smal, en mist gezelligheid en sfeer. Dat komt met name door de uitstraling van de gevels. De aanwezigheid van vers-speciaalzaken en het terras van de pizzeria bieden wel mogelijkheden.



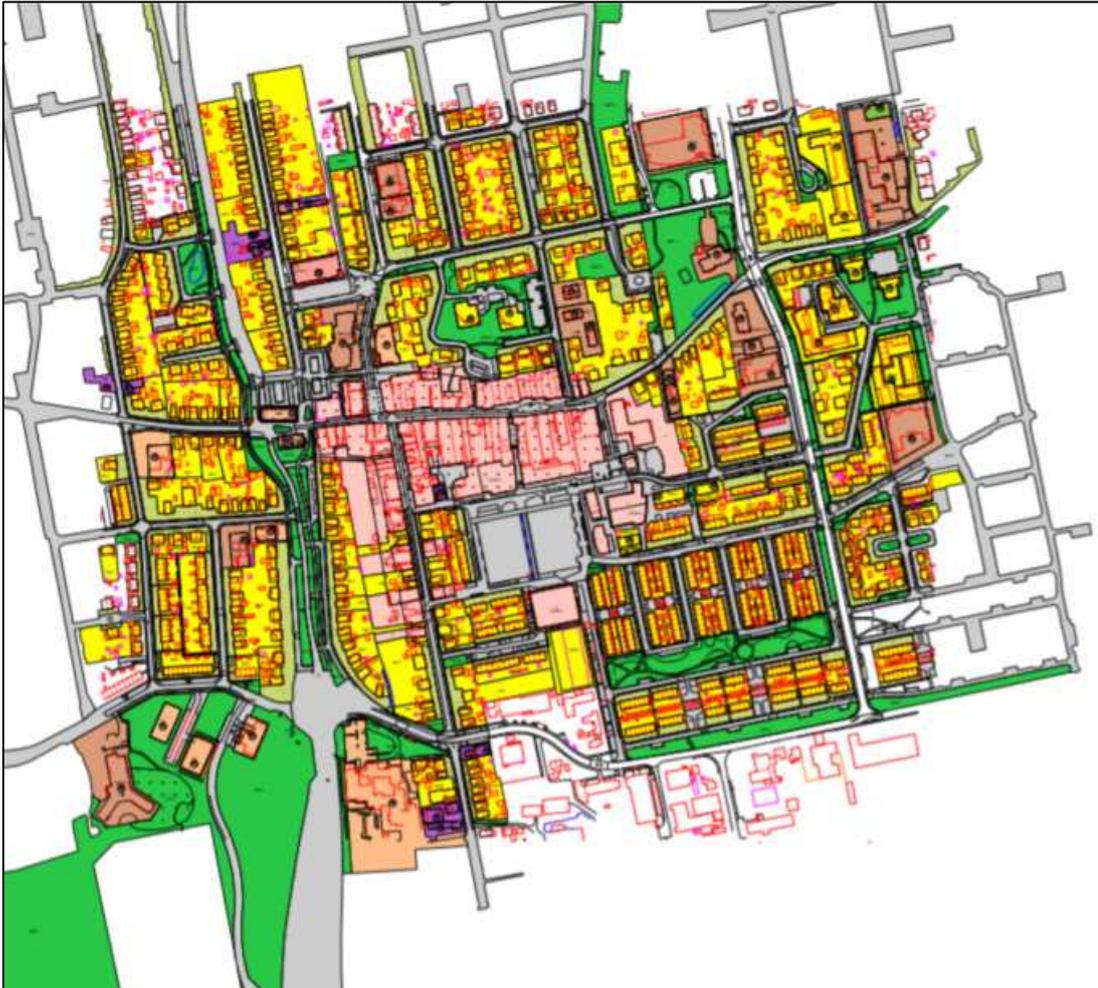
De verbindingsstraten vanaf de Lageweg naar de Markt zijn met name woonstraten en worden gebruikt als bevoorradingsstraten. Ze hebben momenteel geen functie als winkelstraat.

Het plein van de Markt is groot, en voelt ook groot. Aan de noord- en zuidzijde zijn groene stroken met bomen aangebracht. Maar door de grote oppervlakte aan aaneengesloten parkeerplaatsen oogt het terrein erg stenig en ongezellig. De afstand tot Jumbo/Action lijkt hierdoor ook groter dan in de praktijk het geval is. De afwateringsgoot in het midden van het plein voelt als verkeersgebruiker onveilig aan.

9.3 Afbakening kernwinkelgebied

In figuur 9.5 is de huidige begrenzing van het winkelgebied van Burgum aangegeven. In onderstaande kaart staat de bestemming van de panden in het centrum aangegeven. Alles in zalm/roze-kleur heeft op dit moment de bestemming 'centrum'. Dit gebied loopt nagenoeg gelijk met die van figuur 9.3. Het enige verschil zit in het zuidelijke deel van de Lageweg, vanaf de noordzijde van de Markt.

Figuur 9.5: Begrenzing centrumgebied



Bron; Ruimtelijke Plannen

Het kenmerk van de bestemming 'centrum' is dat in principe elke bestemming in dit gebied op de begane grond mogelijk is. Naast detailhandel kan dat horeca, dienstverlening of een maatschappelijke voorziening zijn, maar ook wonen. Juist in het hart van de bewikeling is een woonhuis op de begane grond minder gewenst; voor bezoekers is dit een onderbreking van het winkelfront. Hierdoor neemt de aandacht van bezoekers af. Voor een aantrekkelijk winkelgebied is een aaneengesloten winkelfront prettig en sfeer-verhogend. In aanloopgebieden ligt dit anders; hier is een menging van functies geen probleem en ook algemeen gangbaar. Om deze reden is een onderscheid tussen het nader te definiëren kernwinkelgebied en aanloopgebied gewenst.

9.4 SWOT-analyse

Het centrum van Burgum biedt een vrij groot aanbod aan winkels en overige voorzieningen in een gezellig met relatief kleinschalige bebouwing waaronder een aantal karakteristieke panden. Het aanbod aan winkels in Burgum is divers, met een groot aanbod aan niet-dagelijkse winkels.

Door ontwikkelingen van de afgelopen jaren rondom de Markt zijn een aantal belangrijke trekkers in de food en non-food goed gehuisvest, waarmee de verzorgende regiofunctie vergroot is. Hoewel het aanbod aan winkels relatief geconcentreerd gevestigd is in de



Schoolstraat, bestaat er geen duidelijk 'winkelrondje'. Er is tussen het parkeerbrongpunt op de Markt en de Schoolstraat alleen een beperkt aantrekkelijke route via De Passaazje. De zichtbaarheid en de looproutes in het centrum zijn voor verbetering vatbaar.

Aan alle zijden ontbreekt het aan heldere 'entrees' van het centrum en zeker van het kernwinkelgebied: het is voor de consument niet direct duidelijk waar en wanneer het gebied begint of eindigt. Met name de entree van de parkeervoorziening op de Markt aan de zuidoostkant is niet fraai. De herkenbaarheid van het centrum en de toegang tot het centrum vanaf de Noordersingel vanuit noordelijke richting is beperkt.

Tabel 9.1: SWOT-analyse centrum Burgum

Sterkte	Zwakte
Ruim en gevarieerd aanbod qua winkels en supermarkten	Geen logisch winkelrondje
Veel zelfstandige kwaliteitswinkels	'Stenige' Markt
Kwaliteit grootste deel vastgoed	Looproutes niet erg duidelijk
Compact centrum	Ontbreken heldere entrees centrum
Weinig leegstand	Beperkt horeca aanbod (kwalitatief)
Goede en gratis parkeermogelijkheden	Uitstraling Passaazje
Dorpse mentaliteit	Verschil Schoolstraat en Markt qua inrichting openbare ruimte
Goede functiemix	
Kansen	Bedreigingen
Verbetering bereikbaarheid	Toenemende kracht online
Versterken horeca (kwalitatief)	Langetermijneffecten coronacrisis
Meer beleving en gastvrijheid	Groeiopotentieel vanuit Burgum beperkt
Woningbouw	Bedrijfsopvolging
Centrale As	
Toerisme	

Bron; BRDG Advies

Het aanbod qua service-supermarkten is goed. Aan de noordwestzijde enigszins buiten het centrum zit een Poiesz, in het kernwinkelgebied aan de Markt zit een Plus. Aan de andere zijden van de Markt zit een Aldi en een Jumbo. De enige discounter - Aldi - kent een relatief geringe oppervlakte.

De horeca in het centrum is in beperkte mate aanwezig en is redelijk eenzijdig qua aanbod. De nieuwbouw op het Van Sminia plein biedt wellicht kansen ter versterking. Waar aspecten

als beleving belangrijker worden is ook de ondersteunende functie van horeca in belang toegenomen.

De kwaliteit van het vastgoed is op de meeste plekken van voldoende niveau. Midden in de Schoolstraat hebben in de afgelopen jaren diverse herontwikkelingen met, winkelunits, een horecagelegenheid en appartementen plaatsgevonden.

De inrichting van de straten van het kernwinkelgebied heeft sterke en minder sterke elementen: de bestrating en het straatmeubilair, zoals straatverlichting en verwijsbordjes zijn op een goed niveau. Wat echter opvalt is het ontbreken van voldoende groen in het centrum. Dit geldt voor de winkelstraten, maar met name de Markt doet relatief 'stenig' aan. Dit wordt nog versterkt door het feit dat de afmeting van de Markt niet geheel in verhouding staat tot de rest van de omgeving. Een groene leefomgeving, ook in het centrum, komt sfeer en uitstraling ten goede en draagt ook bij aan klimaatadaptatie en het tegengaan van hittestress. Het verschil tussen de Schoolstraat en de Markt is duidelijk aanwezig. De Passaazje is de belangrijkste verbinding tussen beide winkeldelen, maar mist de nodige aantrekkingskracht. Vooral de gevelwanden trekken in negatieve zin de aandacht.

De Centrale As biedt inwoners vanuit de regio (inclusief wijken van Leeuwarden) de mogelijkheid om sneller en eenvoudiger in Burgum te komen. Dit biedt kansen, maar tegelijkertijd is dit ook een bedreiging. Immers, men kan ook snel langs Burgum rijden of vanuit Burgum juist in omgekeerde richting gaan.



10 Situatie woningmarkt

In dit hoofdstuk behandelen we eerst de ontwikkelingen op de woningmarkt van heel Burgum. Vervolgens wordt gespecificeerd wat dat betekent voor de mogelijkheden voor woningbouw in het *centrum* van Burgum.

10.1 Ontwikkelingen Burgum

Aantal inwoners neemt af, mede door weinig nieuwbouw

In de afgelopen vijf jaar is het inwonertal van Burgum van net boven de 10.000 inwoners naar net onder de 10.000 inwoners gedaald (zie tabel 6.1). Dat is vooral het gevolg van de vergrijzing. We zien namelijk dat de groep tot 45 jaar (vaak gezinnen) daalde en het aantal ouderen juist toenam. Ook het aantal huishoudens is sinds 2010 afgenomen: van 4.385 naar 4.195. Het aantal gezinnen daalde relatief snel, terwijl het aantal stellen zonder kind en alleenstaanden ongeveer gelijk bleef. De daling in inwoners van de afgelopen jaren is vrijwel zeker toe te schrijven aan een combinatie van herstructurering van vroeg-naoorlogse straten (vooral corporatiewoningen) en het gebrek aan geschikte locaties voor woningbouw. Burgum is namelijk een gewilde kern. Met name koopwoningen zijn in Burgum opvallend veel waard, zowel vrijstaand, tweekappers als appartementen.

Vergelijking woningvraag en planlijsten

In zowel de woonvisie van de gemeente als in de woningmarktanalyse is volop aandacht voor de woningbouw in de gemeente en in de kern Burgum. Burgum heeft dankzij de Centrale As een goede bereikbaarheid. Ook de ligging in de regio en het voorzieningenniveau zijn goed. Dat maakt Burgum aantrekkelijk voor woningzoekenden.

Volgens het woningmarktonderzoek van KAW (2020) is in de periode 2020-2025 ruimte voor toevoeging van 45 tot 90 woningen – waarvan ongeveer 25 sociale huur en 10 vrije huur. Met name appartementen en ‘patio’s’ (grondgebonden gelijkvloerse woningen met een kleine tuin) zijn gewenst. In de koopsector zijn die ook gewild, hoewel daar een mix aan producten (dus ook tweekappers en vrijstaande woningen) aangeboden moet worden. We zien dat de vraag naar wonen sinds de oplevering van het onderzoek verder is toegenomen. Het is dus aannemelijk dat de bandbreedte van 45 tot 90 woningen nu hoger uitkomt.

In de Woonvisie 2019-2024 (2019) die Tytsjerksteradiel heeft vastgesteld wordt Burgum aangemerkt als belangrijke voorzieningskern in de gemeente. Juist in de voorzieningskernen is een grote woningvraag. In Burgum is er grote vraag naar extra woningen, zowel bij ouderen (die dicht bij voorzieningen willen wonen), gezinnen als bij starters. De plancapaciteit blijft volgens de gemeente achter. Daarom is het belangrijk dat er meer plannen voor deze kern worden ontwikkeld, om te voorkomen dat woningzoekenden alternatieven in andere gemeenten gaan zoeken. Hierbij wil de gemeente inzetten op kleinere wooneenheden, gericht op (oudere) een- en tweepersoonshuishoudens die nu vaak in een ruime gezinswoning wonen.

De vraagdruk op de sociale huurmarkt is binnen Tytsjerksteradiel het grootst in Burgum en omstreken. Daar zien gemeente en corporaties ruimte om het aantal sociale huurwoningen uit te breiden.

Huidige plancapaciteit

In de bestaande planlijsten zijn nu twee projecten in het centrum al bestemd (harde plannen), eentje van 32 woningen, eentje met het 'fictieve aantal' van 52 woningen. In een reeds gestart nieuwbouwproject worden tien huurappartementen ontwikkeld aan de Schoolstraat. Dan zijn er nog diverse andere locaties in het centrum (meestal winkels) waar woningbouw mogelijk gemaakt wordt, maar waar nu nog geen harde plannen voor zijn. In potentie voorzien die locaties in toevoeging van 32 woningen.

10.2 Kansen voor het centrum

Inzichten makelaars

Voor dit onderzoek zijn drie in Burgum gevestigde makelaars gesproken. Zij merken op dat er in de gehele plaats de laatste jaren te weinig ontwikkelingen zijn op de woningmarkt: sinds grote toevoeging van appartementen in 2004-2005 zijn er slechts mondjesmaat woningen bijgebouwd. Dat is zonde, omdat er overduidelijk vraag is naar meer woningen. Ook in het centrum. Als daar ruime appartementen gerealiseerd kunnen worden (meer dan 100 m²), zullen daar met name ouderen in geïnteresseerd zijn. Jongeren mogelijk ook, hoewel die waarschijnlijk meer moeite hebben met de hogere prijzen in (de buurt van) het centrum dan ouderen. Die laten een grotere gezinswoning elders achter en willen niet in één stap terug naar een veel kleinere woning, maar zoeken wel de aanwezigheid van voorzieningen en het gemak van een gelijkvloerse woning. Het liefst zouden zij waarschijnlijk een grondgebonden woning betrekken, maar in het centrum moeten de plinten volgens de makelaars gebruikt blijven worden voor winkels. Het centrum moet namelijk levendig blijven en zijn regiofunctie niet verliezen. Vervanging van commerciële activiteiten door woningen is dan ook ongewenst. Bovendien is transformatie van leegstaande of -komende panden kansloos: deze zijn zo moeilijk en kostbaar om te zetten in woningen dat sloop-nieuwbouw beter is.

Volgens de makelaars zijn wonen en winkelen twee elkaar versterkende thema's: het goede voorzieningenaanbod is nu een reden voor mensen om in of bij het centrum van Burgum te gaan wonen. Tegelijkertijd zijn er voldoende woningen in en rond het centrum nodig om het levendig te houden en voldoende draagvlak voor voorzieningen te onderhouden. Woningbouwprojecten die nu gerealiseerd worden (met name in het buitengebied) concurreren niet met eventuele nieuwe woningen in het centrum, daarvoor zijn de doelgroepen te verschillend.

Het winkelgebied kan maar een bepaald aantal woningen 'absorberen' voordat het voorzieningenniveau er te laag wordt om nog aantrekkelijk te zijn. Volgens de makelaars wordt dat maximale aantal al gauw gehaald als woningen winkels gaan vervangen. Op dit moment is er erg weinig horeca in het centrum. Als dat in plaats van verdwijnende winkels kan komen, draagt dat meer bij aan de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van het centrum. Dan blijven de plinten in gebruik voor commerciële activiteiten. Sinds de vorige centrumvisie zijn de bestemmingsplannen in het centrum flexibeler geworden. Dat heeft positief bijgedragen aan de mogelijkheden voor nieuwe ontwikkelingen en functieveranderingen.

Nu is het advies om de visie voor het centrum ruim op te vatten: commerciële activiteiten zijn zich al aan het uitbreiden naar locaties buiten het officieel aangegeven centrum, bovendien zijn er juist mogelijkheden voor woningbouw op locaties net daarbuiten. Het huidige pand van de Rabobank (die gaat vertrekken) zou bijvoorbeeld wel geschikt kunnen zijn voor

transformatie of sloop-nieuwbouw naar appartementen. Maar door ook naar de (directe) omgeving van het centrum te kijken komen sowieso nieuwe kansen in beeld voor het verbeteren van de aantrekkelijkheid en doorloop van het centrum. Het centrum zal baat hebben bij het stimuleren van meer woningbouw in Burgum in het algemeen, maar met name in de locaties in de buurt.

Woningmarktanalyse

In de woningmarktanalyse is ook onderzoek gedaan naar de kwaliteit en gewildheid van de woningen. Daaruit blijkt dat juist in het centrum van Burgum de woningen staan met mindere kwaliteit (ouder, daardoor minder energiezuinig), terwijl de (nieuwere) uitbreidingswijken betere woningen bevatten. Daardoor is de vierkantemeter-waarde in het centrum gemiddeld ook lager, hoewel de marktpositie van die woningen even goed is. De aanwezigheid van voorzieningen compenseert namelijk de mindere kwaliteit van de woningen. Het centrum is dus gewild als woonlocatie, dat biedt kansen voor ontwikkeling van woningen. Op basis van het marktonderzoek is het raadzaam om daar met name appartementen en patio's toe te voegen: daarnaar is vraag en ze passen qua doelgroep (ouderen die gelijkvloers willen wonen, dichtbij voorzieningen of juist jongere starters die levendigheid zoeken) goed in het centrum.

Sinds de uitbraak van het coronavirus en de beperkende maatregelen sinds maart 2020, is de woningmarkt volgens de makelaars alleen maar nog meer op slot geraakt. Mensen blijven nog vaker in hun huidige woning zitten en prijzen zijn verder gestegen. Het toegenomen thuiswerken kan een positief effect hebben voor Burgum, dat als woonkern (waar normaliter veel mensen forenzen) nu meer in beeld komt bij instromers die niet per se dicht bij hun werk hoeven te wonen. Dit zal waarschijnlijk echter weinig gevolgen hebben voor de woonvraag in het centrum: de thuiswerkers zijn niet de doelgroep voor het woningtype dat in het centrum aangeboden wordt.

Figuur 10.1: Marktsignalen die iets zeggen over de gewildheid van wonen in Burgum



Bron: Woningmarktonderzoek Noordoost-Fryslân (KAW, 2020)

Ontwikkelingen huurmarkt

In 2020 zijn vertegenwoordigers van vier in Tytsjerksteradiel actieve corporaties gesproken. Alleen WoonFriesland en Accolade hebben op dit moment bezit in Burgum, waarvan WoonFriesland duidelijk de grootste partij is. Zij merken op dat de afgelopen jaren de vraagdruk overal is toegenomen, waarbij grotere voorzieningskernen (waaronder Burgum) nóg populairder zijn geworden ten koste van de kleinere dorpen. Appartementen zijn alleen iets voor ouderen, en dan ook nog alleen in de centra van grotere dorpen, waar ze alle benodigde voorzieningen dichtbij hebben. Aan de randen van kernen voorzien ze al niet meer in een vraag. Over het algemeen zijn appartementen in de regio minder gewild en ze worden dan ook nauwelijks bijgebouwd door corporaties. Echte seniorenwoningen

(grondgebonden of in gebouwen met een lift) hebben vaak een relatief hoge huur (rond de liberalisatiegrens). Veel mensen in de regio kunnen of willen dat niet betalen.



Bijlage 1 - Trends en ontwikkelingen

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

Online winkelen

Het gebruik van internet voor het doen van aankopen is de afgelopen jaren sterk blijven stijgen. Het aantal webwinkels in Nederland is in tien jaar tijd meer dan verdrievoudigd, van circa 15.000 webwinkels in 2010 tot ruim 50.000 in 2020¹¹. Ook de online bestedingen zijn flink gestegen; in 2013 bedroeg het nog ongeveer 10 miljard euro, in 2018 ruim 23 miljard euro en in 2019 al bijna 26 miljard euro¹². Het aandeel bestedingen dat online gedaan wordt aan producten is van bijna 8% in 2014 gestegen naar 13 à 17% in 2018 en dit aandeel stijgt jaarlijks hard door. Zo lag het aandeel online in Q2 van 2019 op 24% en in Q2 van 2020 op 26%¹³. Behalve de branches media, elektronica, mode en speelgoed, laat ook de food sector sterke groeipercentages zien.

Social media vervullen tegenwoordig een grote rol bij het nemen van beslissingen door consumenten. Reviews van influencers/vloggers/bloggers worden steeds belangrijker ten opzichte van reguliere advertentiekkanalen. Consumenten hebben tal van keuzemogelijkheden en kunnen gemakkelijk producten met elkaar vergelijken. Daarnaast is de smartphone onontbeerlijk geworden, waarmee potentiële consumenten op elke gewenste plek van de meest actuele aanbiedingen op de hoogte kunnen worden gehouden. Winkels maken veel gebruik van de technische mogelijkheden; apps bieden vele kansen. Dat de smartphone onmisbaar is geworden blijkt uit de cijfers: in 2019 gebruikte 37% van de online kopers wel eens zijn telefoon om een aankoop te doen, in 2020 lag dit percentage al op 43%¹⁴.

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

¹¹ Hoeveel webwinkels zijn er in Nederland (Thuiswinkel.org, 2020)

¹² Nederlandse consumenten geven online €25,8 miljard uit in 2019 (Thuiswinkel.org, maart 2020)

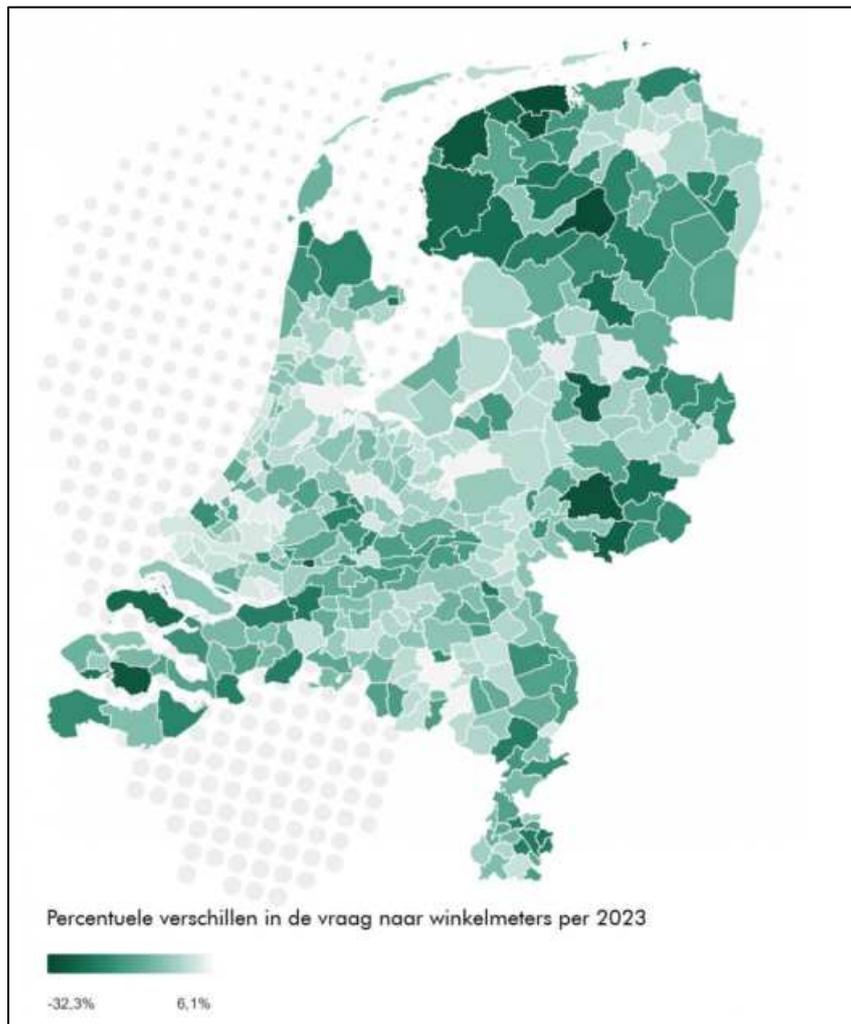
¹³ Infographic Thuiswinkel Markt Monitor Q2 2020 (Thuiswinkel.org, 2020)

¹⁴ Nederlandse online consumentenbestedingen stijgen in Q2 met 12% naar 6,36 miljard (Thuiswinkel.org, september 2020)

Afnemende behoefte aan fysieke winkelmeters

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

Figuur 1: Vraag naar winkelmeters per gemeente



Bron: CBRE 2019

Schaalvergroting en -verkleining en de 'trek weg uit het midden'

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

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

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

Branchevervaging en blurring

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



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



Bron: Oogst Groningen

Consumentengedrag

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

Identiteit, authenticiteit, beleving

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

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

Wijzigend trekkerbeeld

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

Sanering supermarkten

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

Opvolgingsproblematiek

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

Financiering en huurniveau

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

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

Ontwikkeling leegstand

Het afgelopen decennium is de leegstand in het land aanzienlijk toegenomen. De economische crisis was een belangrijke oorzaak, maar ook de opkomst van de aankopen via internet hebben de toename van de leegstand snel doen groeien. Toch waren de leegstandspercentages niet overal in het land en in elk type winkelgebied even hoog. Vooral aan de randen van het land (specifiek de krimpgebieden) en in middelgrote steden lag de leegstand op een erg hoog niveau¹⁵. Mede door diverse ingezette acties is de afgelopen jaren de leegstand teruggedrongen; deels had dit te maken met het feit dat vooral horeca zich in de leegkomende panden ging vestigen, maar ook door bijvoorbeeld transformatie naar andere functies.

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

¹⁵ Winkelleegstand in de drie noordelijke provincies (Broekhuis Rijs Advisering, augustus 2018); Transformatie winkelpanden vervolg; drie noordelijke provincies (Broekhuis Rijs Advisering, april 2019)

Broekhuis Rijs & De Gier Advisering

Wederik 1
9801 LX Zuidhorn

0594-528358

info@brdgadvies.nl

www.brdgadvies.nl



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