

Goeree-Overflakkee, Detailhandelsvisie

Gemeente Goeree-Overflakkee

Eindrapport



Goeree-Overflakkee, detailhandelsvisie

Gemeente Goeree-Overflakkee

Eindrapport

Rapportnummer:	204X00515.084889_7
Datum:	Maart 2016
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer M. Trouwborst
Projectteam BRO:	Stefan van Aarle, Geri Wijnen
Trefwoorden:	Goeree-Overflakkee, detailhandelsvisie, analyse, ruimtelijk-functionele structuur, scenario, beleid, toetsingskader, strategie, uitvoeringsprogramma
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 4
Beknopte inhoud:	In dit rapport wordt de detailhandelsvisie voor de gemeente Goeree-Overflakkee gepresenteerd. Het beleid dient als een ontwikkelings- en toetsingskader voor initiatieven. Naast algemene beleidsuitgangspunten is er aandacht voor de structuur van de detailhandel in de verschillende kernen, perifere detailhandel en bijzondere vormen van detailhandel. Ook is er aandacht voor de uitvoering.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting	3
1.Achtergrond en vraagstelling	7
2.Visie op de detailhandelsstructuur	11
2.1Hoofddoel	11
2.2Uitgangspunten	12
2.3Visie op hoofdlijnen	16
3.Visie op winkelgebieden naar verzorgingsfunctie	19
3.1Hoofdwinkelcentrum	19
3.1.1 Middelharnis/Sommelsdijk	19
3.2Toeristisch centrum	22
3.2.1 Ouddorp	22
3.3Bovenlokaal centrum	23
3.3.1 Oude-Tonge	24
3.4Lokale centra	25
3.4.1 Dirksland	25
3.4.2 Ooltgensplaat	25
3.4.3 Sommelsdijk	26
3.4.4 Stellendam	26
3.5Dorpssteunpunten	27
3.5.1 Achthuizen	27
3.5.2 Den Bommel	27
3.5.3 Goedereede	27
3.5.4 Herkingen	28
3.5.5 Melissant	28
3.5.6 Nieuwe-Tonge	28
3.5.7 Stad aan 't Haringvliet	28
4.Visie op perifere detailhandel	29
5.Visie op bijzondere vormen van detailhandel	33

6.Uitvoeringsstrategie en -programma	37
6.1Toetsingscriteria	37
6.2Aanpak en rol overheid	40
6.3Acties	45
6.3.1 Algemeen	45
6.3.2 Middelharnis	47
6.3.3 Ouddorp	48
6.3.4 Oude-Tonge	48

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: analyse	1
1.1Aanbodanalyse	1
1.1.1 Aanbod algemeen	1
1.1.2 Detailhandelsstructuur	7
1.1.3 Inzoomen op het aanbod	10
1.2Vraaganalyse	19
1.2.1 Bevolkingsontwikkeling	19
1.2.2 Bestedingen	21
1.3Trends & ontwikkelingen	22
1.3.1 Algemene trends en ontwikkelingen	22
1.3.2 Beleidskaders	26
1.3.3 Lokale ontwikkelingen	31
1.4Koopstromen en functioneren	32
1.5Conclusies: input voor de visie	34

BIJLAGE 2: Juridisch-planologisch kader	37
--	-----------

BIJLAGE 3: Begrippenlijst	41
----------------------------------	-----------

SAMENVATTING

De meest recente gemeentelijke beleidsnota ten aanzien van detailhandel dateert uit 2009 en is dus inmiddels ruim 5 jaar oud. Sindsdien is er veel veranderd in de detailhandel, aan vraag- en aanbodzijde: bedreigingen, maar ook veel nieuwe uitdagingen. Daarbij komt dat per 1 januari 2013 de tot voorheen zelfstandige gemeenten Goedereede, Middelharnis, Dirksland en Oost-Flakkee zijn samengevoegd tot één gemeente. Het geactualiseerde gemeentelijke detailhandelsbeleid is in dit rapport beschreven. De detailhandelsvisie van de Federatie Ondernemersverenigingen Goeree-Overflakkee (FOGO) is hierbij leidend geweest.

Hoofddoelstellingen en uitgangspunten

De gemeentelijke detailhandelsvisie heeft als hoofddoelstellingen:

- Behoud van een goede, duurzame verzorgingsstructuur voor haar inwoners en de toeristen en recreanten in het gebied, met een vitale en toekomstbestendige detailhandel. Het beleid is gericht op het centraliseren en concentreren van winkelvoorzieningen die elkaar aanvullen, en het tegengaan van versnippering.
- Behoud en waar mogelijk versterken van de concurrentiepositie van Goeree-Overflakkee met Middelharnis als belangrijkste winkelgebied. Hiertoe worden nadrukkelijk verbanden gelegd met voorzieningen en beleid op andere terreinen, zoals natuur, cultuur, recreatie, duurzaamheid en toerisme.
- Versterken van het ondernemersklimaat: aan ondernemers wordt binnen de gestelde kaders zo veel mogelijk ruimte wordt geboden om in te kunnen blijven spelen op de dynamiek in de detailhandel. Daarbij is er nadrukkelijk ruimte voor (zelfstandige) lokale ondernemers en aandacht voor een krachtige samenwerking tussen partijen. Het beleid vormt een leidraad voor nieuwe en bestaande ondernemers om te kunnen investeren in de meest kansrijke plekken binnen de detailhandelsstructuur.

De uitgangspunten op basis waarvan de visie is uitgewerkt komen voort uit provinciaal, regionaal en gemeentelijk beleid en de detailhandelsvisie van de FOGO. Deze zijn door BRO gespiegeld aan de uitgevoerde analyse van vraag en aanbod, huidig functioneren van de detailhandel op Goeree-Overflakkee en huidige trends en ontwikkelingen. De belangrijkste uitgangspunten zijn:

Duurzaam ruimtegebruik

Nieuwe ontwikkelingen dienen bij voorkeur plaats te vinden in of aansluitend op bestaande concentraties. De Ladder voor Duurzame Verstedelijking is hierbij bepalend.

Goede, duurzame consumentenverzorging

Een goede voorzieningenstructuur om de inwoners en toeristen van Goeree-Overflakkee zo optimaal mogelijk te bedienen moet centraal staan. Gestreefd worden naar een zo

compleet, uitgebreid en gevarieerd mogelijk pakket van consumentgerichte voorzieningen op de daarvoor meest geschikte locaties binnen de ruimtelijke en functionele aanbodstructuur. Keuzes maken ten aanzien van de positionering van de verschillende plaatsen is daarom van belang.

Concentratie & clustering

Voor de herkenbaarheid moet worden uitgegaan van compacte winkelgebieden en verspreide bewinkeling moet worden teruggedrongen. De meerwaarde van concentratie c.q. clustering van winkels is dat de bedrijven kunnen profiteren van gemeenschappelijke faciliteiten, elkaars nabijheid en aantrekkingskracht. Concentratie biedt consumenten gemak, resulteert in meer bezoekers en minder verkeersbewegingen.

Ruimte bieden voor dynamiek

Het is noodzakelijk om (verantwoord) mee te bewegen met de wensen van de consumenten, ondernemers en andere marktpartijen, bijvoorbeeld op met betrekking tot schaalvergroting. Detailhandelsontwikkelingen worden zoveel mogelijk ingezet ten behoeve van versterking van de detailhandelsstructuur. Op basis van berekeningen van het huidige en toekomstig functioneren van het winkelaanbod is er geen theoretische uitbreidingsruimte. Daarnaast is voorzienbaarheid in bestemmingsplannen een thema om te sturen op detailhandelsbetemmingen.

Toerisme en recreatie

Toerisme en recreatie zijn essentieel voor het behoud van de detailhandelsstructuur en biedt kansen voor verdere versterking. Om kansen optimaal te benutten is het noodzakelijk verbanden te leggen met andere voorzieningen, zoals horeca, musea, watersportfaciliteiten, leisurevoorzieningen en thema's als historie en natuur, en op die vlakken samenwerkingen aan te gaan.

Detailhandelsstructuur

In de visie op de detailhandelsstructuur van Goeree-Overflakkee wordt gekozen voor een ruimtelijke structuur die gebaseerd is op de verzorgingsfunctie van de verschillende winkelgebieden.

- *Hoofdwinkelcentrum*: Er is één centraal winkelcentrum voor de gemeente. Dit is 'D'n Diek' in Middelharnis. Dit centrum heeft enerzijds een boodschappenfunctie en anderzijds een toeristisch-recreatieve functie. Behoud en versterking van zowel het dagelijkse als niet-dagelijkse aanbod is van belang, onder andere door clustering.
- *Toeristisch centrum*: Een bijzonder element in de structuur is het toeristische centrum van Ouddorp. In het toeristisch seizoen functioneert dit centrum eveneens als een hoofdwinkelcentrum binnen de gemeente, buiten het seizoen heeft het centrum een bovenlokale functie.
- *Bovenlokaal centrum*: Het centrum van Oude-Tonge heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie, met name een boodschappenfunctie voor de eigen en omliggende ker-

nen. Het aanbod is gericht op boodschappen aangevuld met een beperkt niet-dagelijks/recreatief winkelaanbod.

- *Lokale centra:* In de kernen Dirksland, Ooltgensplaat, Sommelsdijk en Stellendam is enkel ruimte voor winkelvoorzieningen gericht op dagelijkse boodschappen, zoals een buurtsuper met enkele aanvullende, voornamelijk op food gerichte winkels en eventueel winkelaanbod in hoog frequente, niet-dagelijkse artikelen, (afhaal)horeca en kleinschalige dienstverlening. Het beleid is gericht op het behoud van voorzieningen en concentratie.
- *Dorpssteunpunten:* De overige kernen (Achthuizen, Den Bommel, Goedereede, Herkingen, Melissant, Nieuwe-Tonge en Stad aan 't Haringvliet) hebben slechts een (zeer) beperkte lokale functie. Het aanbod is veelal enkel gericht is op het primaire levensonderhoud voor inwoners uit de directe omgeving. Behoud van deze voorzieningen is wenselijk vanuit leefbaarheid, maar alleen indien er voldoende draagvlak is.
- *Perifere detailhandel:* de Zuidelijke Randweg in Middelharnis is de enige perifere detailhandelslocatie waar nieuwe vestigingen nog mogelijk zijn en enkel binnen de traditionele PDV-branches.
- *Bijzondere vormen:* In de visie worden aanbevelingen gegeven voor het regelen van bijzondere vormen van detailhandel, zoals boerderijverkoop, detailhandel bij recreatiebedrijven, tijdelijke winkels, ambulante handel, verkoop aan huis, traffic-locaties, internetwinkels en afhaalpunten. Handhaving op vormen die niet passend zijn binnen het beleid is gewenst.

In het hoofdstuk Uitvoeringsstrategie en –programma worden op basis van de visie een aantal algemene kaders ter afweging van nieuwe initiatieven gegeven en een inkadering van de rol van de overheid. Er is een stroomschema opgenomen waarin de initiële toetsingscriteria voor detailhandelsinitiatieven op Goeree-Overflakkee zijn vastgelegd. Daarnaast wordt nog een aantal algemene acties en maatregelen benoemd en enkele specifiek voor het hoofdwinkelcentrum en de bovenlokale centra.

1. ACHTERGROND EN VRAAGSTELLING

De meest recente gemeentelijke beleidsnota ten aanzien van detailhandel dateert uit 2009 en is dus inmiddels ruim 5 jaar oud. Sindsdien is er veel veranderd. Sinds 1 januari 2013 zijn de tot voorheen zelfstandige gemeenten Goedereede, Middelharnis, Dirksland en Oost-Flakkee samengevoegd tot één gemeente. Een gemeentelijk beleid op het vlak van detailhandel ontbreekt daardoor op dit moment. Maar misschien nog wel belangrijker zijn de ontwikkelingen in de detailhandelssector zelf. Met het oog op de dynamiek in de sector en het belang van de sector voor de economie van het eiland is een integraal en toekomstbestendig beleidsdocument meer dan ooit noodzakelijk. Onder andere als gevolg van jaren van crisis, de toegenomen concurrentie tussen winkelgebieden, de grotere oriëntatie van de consument en de toename van winkelen via het internet staat het presteren van veel winkelgebieden onder druk. Actueel beleid is noodzakelijk om de structuur en daarmee de consumentenverzorging te sturen. Bovendien hebben hogere overheden (provincie, rijk en Europa) nieuwe wettelijke kaders in het leven geroepen die gevolgen hebben voor de omgang met detailhandelsstructuren. De aanleiding voor het opstellen van nieuw beleid is dus meervoudig.

De uitdagingen vragen om scherpe keuzes. Keuzes die beargumenteerd worden vanuit ruimtelijke motieven en niet vanuit economische motieven. Dit blijkt uit de uitgebreide jurisprudentie die de laatste jaren is opgebouwd op het vlak van detailhandel. Kortom, waar zijn detailhandelsontwikkelingen het meest gewenst? Welke locaties hebben het meeste perspectief? Dat vraagt ook aandacht voor de keerzijde. Het maken van keuzes impliceert namelijk ook dat er 'afvallers' of 'verliezers' zijn. Ook deze gebieden worden in kaart gebracht.

Belangrijk te vermelden is dat in het licht van bovenstaande de Federatie Ondernemersverenigingen Goeree-Overflakkee (FOGO) aan het begin van dit jaar het initiatief genomen om een eigen detailhandelsvisie op te stellen namens de ondernemers op het eiland. Deze visie is door alle ondernemersverenigingen bekrachtigd en door de wethouder als leidend bestempeld in het proces om te komen tot een gemeentelijke detailhandelsvisie.

Specifieke thema's op het eiland

Op het eiland Goeree is leefbaarheid één van de centrale opgaven. In een gebied met vele kleine dorpen en kernen is de relatie tussen de kwaliteit en de beleving van de hoofdwinkelgebieden (Middelharnis en Ouddorp) en de beschikbaarheid van voorzieningen in de kleine kernen van enorm belang. De aantrekkelijkheid van een kern om te wonen en voor de economische ontwikkeling wordt in belangrijke mate bepaald door het voorzieningenniveau: horeca, cultuur, vermaak, publieksgerichte dienstverlening, gezondheidszorg en onderwijs. Daar waar het draagvlak voor bepaalde voorzieningen te

klein is of dreigt te worden, en dat zijn met name de kleinste kernen, worden oplossingen gezocht in het gecombineerd aanbieden van meerdere voorzieningen.

Een ander specifiek thema is het eilandtoerisme. De kerncijfers leren dat inmiddels sprake is van circa 2 miljoen overnachtingen per jaar. Funshoppen staat op de zesde positie als het gaat om meest ondernomen activiteiten tijdens de vakantie. De visie besteedt aandacht aan de kansen van het toerisme voor de verschillende kernen binnen de gemeente.

Vraagstelling

Het doel is om te komen tot een actueel beleid ten aanzien van detailhandel op diverse schaalniveaus (hoofdwinkelgebieden en kleine kernen), met eveneens aandacht voor bijzondere vormen zoals e-commerce en rekening houdend met actuele jurisprudentie. De visie dient als toetsingskader voor bestaande en nieuwe initiatieven en bevat naast een streefbeeld voor de structuur ook een uitvoeringshoofdstuk.

De centrale vragen:

- *Welke detailhandelsstructuur is haalbaar en gewenst en waar liggen ontwikkelingsmogelijkheden in de gemeente Goeree-Overflakkee?*
- *Hoe kan de beoogde structuur samen met de stakeholders bereikt worden?*

Uitwerking

De voorliggende nota is opgebouwd uit diverse stappen, die zijn als volgt:

1. De *uitgangssituatie van de detailhandel* in de gemeente Goeree-Overflakkee anno 2015 is vastgelegd in de analyse in de bijlage. Hierbij wordt specifiek aandacht besteed aan de ontwikkeling van de detailhandel de afgelopen jaren. Naast analyses van het aanbod is er ook aandacht voor onder andere de consumentenvraag. Feitelijk is er zo een compleet en actueel beeld ontstaan van het huidige functioneren van de detailhandel binnen de gemeente.
2. Het *ontwikkelingskader* wordt geschetst aan de hand van trends en ontwikkelingen, de draagvlakontwikkeling, plannen en initiatieven, de concurrentiepositie en de provinciale kaders. Dit is ook vastgelegd in de analyse in de bijlage.
3. *Adviezen voor de toekomstige winkelstructuur* met aandacht voor de verschillende winkelgebieden en bijzondere/nieuwe detailhandelsvormen. Naast het formuleren van de algemene beleidslijnen wordt per kern de winkelstructuur getoetst aan het ontwikkelingskader en de geformuleerde uitgangspunten, resulterend in het *perspectief van de detailhandel* in de betreffende kern. Hierbij wordt een vertaling naar de aanwezige winkelgebieden gemaakt.
4. Een *strategie en uitvoeringsprogramma* die richting geven aan het opgestelde beleid en waarin instrumenten worden opgesomd die de diverse spelers/partijen in de retail-sector voorhanden hebben. Dit is een vervolg op de visie.

Regelmatig zal worden verwezen naar een bijlage. Deze zijn opgenomen in een apart bijlagenboek.

2. VISIE OP DE DETAILHANDELSSTRUCTUUR

In dit hoofdstuk presenteren wij de kaders en uitgangspunten van de detailhandelsstructuurvisie en de visie op hoofdlijnen. De gepresenteerde visie is op structuurniveau. Het doel is het inzichtelijk maken van de mogelijkheden voor de detailhandel in de gemeente Goeree-Overflakkee en de positie en het perspectief van de verschillende kernen in het bijzonder. De consequenties van keuzen worden zo duidelijk en de effecten van plannen en initiatieven zijn zo af te zetten tegen het totale wensbeeld voor de structuur op lange termijn.

Voordat de visie centraal staat, is het waardevol om op te merken dat er in 2016 een nieuw koopstromenonderzoek uitgevoerd zal worden in de provincie Zuid-Holland, waaronder in de gemeente Goeree-Overflakkee. De resultaten kunnen aanleiding zijn om voorliggende visie op onderdelen te actualiseren.

2.1 Hoofddoel

De gemeentelijke detailhandelsvisie heeft als hoofddoelstellingen:

- Behoud van een goede, duurzame verzorgingsstructuur voor haar inwoners en de toeristen en recreanten in het gebied, met een vitale en toekomstbestendige detailhandel. Het beleid is gericht op het centraliseren en concentreren van winkelvoorzieningen die elkaar aanvullen, en het tegengaan van versnippering.
- Behoud en waar mogelijk versterken van de concurrentiepositie van Goeree-Overflakkee met Middelharnis als belangrijkste winkelgebied. Hiertoe worden nadrukkelijk verbanden gelegd met voorzieningen en beleid op andere terreinen, zoals natuur, cultuur, recreatie, duurzaamheid en toerisme.
- Versterken van het ondernemersklimaat: aan ondernemers wordt binnen de gestelde kaders zo veel mogelijk ruimte wordt geboden om in te kunnen blijven spelen op de dynamiek in de detailhandel. Daarbij is er nadrukkelijk ruimte voor (zelfstandige) lokale ondernemers en aandacht voor een krachtige samenwerking tussen partijen. Het beleid vormt een leidraad voor nieuwe en bestaande ondernemers om te kunnen investeren in de meest kansrijke plekken binnen de detailhandelsstructuur.

2.2 Uitgangspunten

De uitgangspunten voor de gemeentelijke detailhandelsstructuurvisie van Goeree-Overflakkee komen voort uit provinciaal, regionaal en gemeentelijk beleid en uit de detailhandelsvisie die door de Federatie Ondernemersverenigingen Goeree-Overflakkee (FOGO) is opgesteld. Deze uitgangspunten zijn door BRO gespiegeld aan de uitgevoerde analyse van vraag en aanbod, huidige functioneren van de detailhandel op Goeree-Overflakkee en huidige trends en ontwikkelingen.

Europese Dienstenrichtlijn

Op 12 december 2006 is de Europese Dienstenrichtlijn in werking getreden. Op basis van jurisprudentie omtrent de Europese Dienstenrichtlijn blijkt dat ruimtelijke ordening op basis van economische motieven (bescherming van bestaande ondernemers) niet meer mag. De overheid mag alleen nog sturen op detailhandel wanneer redenen van algemeen belang doorslaggevend zijn: consumentenbescherming, ruimtelijke ordening en milieu. Consumentenbescherming / consumentenverzorging en ruimtelijke ordening worden als centrale uitgangspunten gehanteerd in het detailhandelsbeleid. De derde reden, milieu, is meer technisch en komt in andere beleidsstukken aan de orde.

Opname Ladder voor Duurzame Verstedelijking in Bro

Op 28 augustus 2012 is de 'ladder voor duurzame verstedelijking' opgenomen in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Op grond hiervan zijn gemeenten en provincies verplicht om in de toelichting van een ruimtelijk besluit de 'ladder voor duurzame verstedelijking' op te nemen, wanneer een besluit een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt. Dit betekent dat voor nieuwe ruimtelijke ontwikkelingen, ook op het gebied van detailhandel, gemeenten de drie treden van de ladder moeten motiveren (zie Bijlage 1). Hoewel per nieuw initiatief de ladder doorlopen zal moeten worden, wordt er in het opgestelde detailhandelsbeleid al rekening gehouden met de uitgangspunten van de ladder.

Goede, duurzame consumentenverzorging

Het detailhandelsbeleid is er in de basis op gericht de voorzieningenstructuur en het winkelaanbod zo in te richten, dat deze zo optimaal mogelijk voldoet aan de consumenten-vraag van inwoners en toeristen in het verzorgingsgebied en duurzaam functioneert. Dit betekent dat er voor de inwoners en toeristen van Goeree-Overflakkee een zo compleet, uitgebreid en gevarieerd mogelijk pakket van consumentgerichte voorzieningen wordt geboden op de daarvoor meest geschikte locaties binnen de ruimtelijke en functionele aanbodstructuur. Keuzes maken ten aanzien van de positionering en het onderscheidend vermogen van de verschillende plaatsen is daarom van belang.

Concentratie & clustering

In het detailhandelsbeleid wordt zorgvuldig ruimtegebruik, de ruimtelijke inpassing en de ruimtelijke impact van detailhandel zorgvuldig afgewogen. Voor behoud en versterking van de detailhandelsstructuur betekent dit dat uitgaan dient te worden van een beperkt

aantal centrale winkelgebieden die zo compact mogelijk zijn opgezet en dat verspreide bewinkeling dient te worden tegengegaan. De meerwaarde van concentratie c.q. clustering van winkels is dat de bedrijven kunnen profiteren van gemeenschappelijke faciliteiten, elkaars nabijheid en aantrekkingskracht. Dit geldt bijvoorbeeld ook voor internet afhaalpunten, idealiter worden deze gevestigd in of aansluitend aan winkelgebieden. Op deze manier worden bezoekmotieven geclusterd. De consument heeft als voordelen gemak, overzichtelijkheid en ruimere keuzemogelijkheden. Clustering resulteert daardoor in meer bezoekers en versterking van de concurrentiepositie.

Daarnaast draagt concentratie ook bij aan beperking van het aantal verkeersbewegingen en is dus voordelig voor het milieu. Dit zijn tevens belangrijke richtlijnen van de Europese Dienstenrichtlijn.

Ruimte bieden voor dynamiek

De ontwikkelingen in de retailwereld gaan snel. Winkelformules komen en gaan, de schaalvergroting zet door en doorlopend worden nieuwe concepten geïntroduceerd. Om de kritische consument te blijven binden, moet ingezet worden op optimalisering van voorzieningencentra door compactheid, inrichting, routing, bereikbaarheid, enzovoort. Daarnaast is schaalvergroting één van de belangrijkste motoren achter de dynamiek in de detailhandel. Dit speelt o.a. in de supermarktbranche, maar ook in de modische branche. Om de concurrentiepositie te behouden en te versterken, is het mogelijk maken van wensen met betrekking tot schaalvergroting van belang. Een zorgvuldige ruimtelijke inpassing van grotere winkels in de verzorgingsstructuur is daarom noodzakelijk. Hierbij vormen aspecten als locatie, branche, bezoekersintensiteit en parkeercapaciteit belangrijke afwegingscriteria.

Met het oog op het bieden van ruimte voor dynamiek geldt dat kwaliteit leidend moet zijn boven kwantiteit en dat een gezonde ondernemersvrijheid wordt gefaciliteerd. De wenselijke detailhandelsstructuur moet uiteindelijk leidend zijn bij de overwegingen. Kwaliteitsverbetering gaat daarbij boven de benaderde marktmogelijkheden. Zolang er geen sprake van aantasting is van de structuur, zal er altijd ruimte zijn voor vernieuwende ontwikkelingen en initiatieven. Het faciliteren van ondernemers op de juiste locaties is daarbij van belang, zodat zij in kunnen blijven spelen op de geschetste dynamiek.

Daarnaast is het op Goeree-Overflakkee van belang te anticiperen op de dynamische markt door een voorzienbaarheid in het bestemmingsplan. Bijvoorbeeld door de mogelijkheid op te nemen de bestemming detailhandel middels een wijzigingsbevoegdheid van het college te laten vervallen indien een locatie langer dan drie jaar niet in gebruik is als commercieel verkooppunt

Nieuwe ontwikkelingen t.b.v. versterking detailhandelsstructuur

Detailhandelsontwikkelingen worden zoveel mogelijk ingezet met het oog op herstructurering, herontwikkeling en modernisering van die winkelgebieden die voor de detailhandelsstructuur het meest van belang zijn. Nieuwe ontwikkelingen dienen dus zoveel moge-

lijk plaats te vinden binnen of aansluitend op de aangewezen winkelconcentraties. Met ontwikkelingen daarbuiten dient zeer terughoudend te worden omgegaan. Supermarkten zijn bijvoorbeeld alleen in een commerciële zone toegestaan, tenzij er ruimtelijk-fysieke beperkingen zijn of er onvoldoende draagvlak is in de eigen plaats. Dan komen randzones (binnen de bebouwde kom) in beeld.

Eventuele detailhandelsontwikkelingen mogen er niet toe leiden dat de leegstand op een locatie elders dusdanig toeneemt dat er geen sprake meer is van zorgvuldig ruimtegebruik wat tot verloedering van een gebied kan leiden.

Ook beleidsmatige keuzes kunnen effect hebben op de consumentenverzorging en die effecten kunnen ook ruimtelijke gevolgen hebben: detailhandelsontwikkelingen mogen niet leiden tot duurzame ontwrichting, waarbij de consument op acceptabele afstand niet meer haar reguliere aankopen kan doen.

Sluit aan bij wat sterk is

Voor de toekomstige positie van de detailhandel op Goeree-Overflakkee is het uitgangspunt om in het detailhandelsbeleid in te zetten op dat wat al sterk is. Het eiland is aantrekkelijk voor bewoners en bezoekers door de combinatie van water, strand, natuur, cultuur en sportieve mogelijkheden. Het eiland biedt een mix van rust en activiteit, binnen een omgeving met historische dorpskernen, authentieke eilandproducten en eigen waarden. Het gratis parkeren op het gehele eiland is een sterk punt.

Gastvrijheid, het nieuwe goud

Toerisme en recreatie zijn essentieel voor het behoud van de detailhandelsstructuur en biedt kansen voor verdere versterking. Vanuit dat oogpunt is gastvrijheid een centraal thema op Goeree-Overflakkee. Het is van belang deze gastvrijheid ook in alle beleid uit te dragen. Een beleidsmatig sterke, onderscheidende uitgangspositie voor toeristische kernen en voorzieningen en ruimte voor ondernemersvrijheid zijn daarom voorwaarden. In het detailhandelsbeleid wordt nadrukkelijk een relatie gelegd met beleid op het gebied van recreatie, toerisme, cultuur, natuur en duurzaamheid. Om kansen optimaal te benutten is het noodzakelijk verbanden te leggen met andere voorzieningen, zoals horeca, musea, watersportfaciliteiten, leisurevoorzieningen en thema's als historie en natuur, en op die vlakken samenwerkingen aan te gaan.

Perspectief marktruimte

Vanuit het huidige functioneren van het detailhandelsaanbod en de verwachte toekomstige ontwikkeling van de bevolking, bestedingen en koopstromen is er theoretisch gezien geen uitbreidingsruimte voor detailhandel op Goeree-Overflakkee, in de dagelijkse noch in de niet-dagelijkse sector. Nieuwe ontwikkelingen kunnen echter wel vanuit kwalitatief oogpunt een waardevolle toevoeging vormen voor de detailhandelsstructuur. De aanleg van een aantal nieuwe vakantieparken die een meer 'jaar-rond' toerisme stimuleren zal

naar verwachting wel een positief effect hebben op het draagvlak van de detailhandel en voorzieningen in de gemeente.

Leegstand en leefbaarheid

Algemene ontwikkelingen als de schaalvergroting, de toename van e-commerce en de (toenemende) gemiddelde leeftijd van ondernemers, hebben tot gevolg dat er de komende jaren in bepaalde winkelgebieden meer winkelaanbod zal verdwijnen. Verwacht wordt dat met name op het laagste schaalniveau, aan de randen van grotere kernen en in de verspreide bewinkeling de winkelleegstand nog verder zal toenemen. Dat kan negatieve gevolgen hebben voor de leefbaarheid van woongebieden en de uitstraling van winkelgebieden.

Winkels dragen in zijn algemeenheid in positieve zin bij aan de leefbaarheid. Ze voorzien in de verzorging van de bewoners, hebben een functie als ontmoetingspunt en creëren door hun trekkracht vaak ook een draagvlak voor andere publieksgerichte voorzieningen. Met name supermarkten spelen hierbij een centrale rol. Als het consumentendraagvlak in het marktgebied echter te klein is of wordt voor een rendabele exploitatie van een supermarkt, dan verdwijnen uiteindelijk ook vaak de andere (winkel)voorzieningen.

Dit proces is ook op het eiland al gaande en resulteert in de praktijk gewoonlijk niet in ontvolking of sociale ontwrichting: de inwoners stellen zich er op in. Vaak zijn alternatieve aankoopplaatsen niet al te ver weg en veel consumenten zijn mobiel en doorgaans al gewend om elders naar een grotere supermarkt te gaan.

De toenemende leegstand van winkelpanden als gevolg van de ontwikkelingen in vraag en aanbod kan negatieve gevolgen hebben voor de uitstraling en daarmee het functioneren van winkelgebieden en de leefbaarheid van wijken. Het streven is dat de leegstand in perspectiefrijke winkelgebieden zo veel mogelijk beperkt blijft, en dat daar waar er sprake is van winkelgebieden zonder perspectief, de leegstand aangepakt wordt, bijvoorbeeld door transformatie.

Tot slot

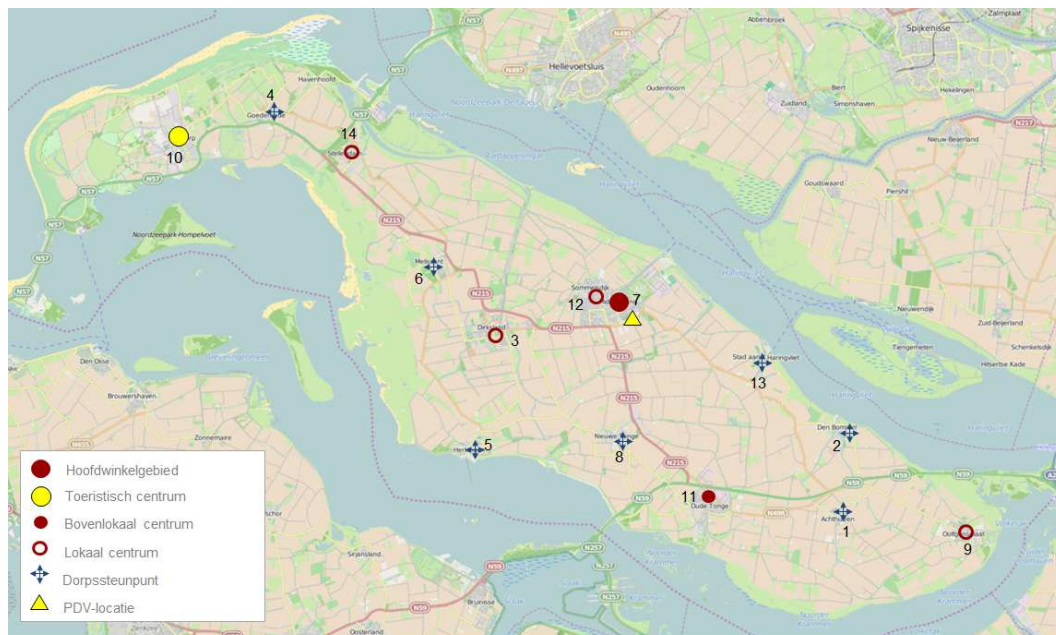
In de voorgaande uitgangspunten is regelmatig benoemd dat de detailhandel een dynamische sector is waarbinnen trends/ontwikkelingen elkaar snel opvolgen. Voorliggend beleidskader heeft met nadruk een 'levend karakter'. Niet alle trends/ontwikkelingen zijn op voorhand te voorzien. Regelmatig worden de bestaande regels daarom tegen het licht gehouden. Zo kan optimaal worden ingespeeld op de wensen van aanbieders en vragers. En vanzelfsprekend kan zo optimaal worden ingespeeld op marktontwikkelingen. Dat vereist maatwerk, durf en lef van de gezamenlijke stakeholders.

2.3 Visie op hoofdlijnen

Het detailhandelsbeleid is gericht op een evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur waarbij de verschillende winkelgebieden op Goeree-Overflakkee door hun eigen kenmerken, kwaliteiten en bezoekdoelen elkaar aanvullen (complementariteit) en ieder een eigen rol binnen de structuur vervullen. Dit schept duidelijkheid voor de consument, biedt aanknopingspunten voor strategie en investeringen van bedrijven en versterkt de totale structuur.

In de visie op de detailhandelsstructuur van Goeree-Overflakkee wordt gekozen voor een ruimtelijke structuur die gebaseerd is op de verzorgingsfunctie van de verschillende winkelgebieden. De meeste winkelgebieden op het eiland hebben primair een verzorgingsfunctie voor de eigen inwoners van het eiland. Daarin kan een onderscheid gemaakt worden naar een functie als hoofdwinkelgebied, bovenlokale functie, lokale functie en dorpssteunpunt. Daarnaast hebben enkele kernen een sterke toeristisch-recreatieve functie voor vakantiegangers, dagjesmensen en vaste gasten. Perifere detailhandel komt op verschillende locaties voor: de verzorgingsfunctie daarvan is gericht op doelgerichte aankopen. In het detailhandelsbeleid worden ten opzichte van het huidige functioneren enkele duidelijke keuzes gemaakt in de positionering van de verschillende winkelgebieden. Ook het bezoekmotief (recreatief, doelgericht, boodschappen) speelt per gebied een duidelijke rol in de positionering.

Figuur 2.1: Visie op detailhandelsstructuur Goeree-Overflakkee



Tabel 2.1: Toekomstige typering winkelgebieden

Winkelgebied	Positie binnen detailhandelsstructuur
1. Achthuizen	Dorpssteunpunt
2. Den Bommel	Dorpssteunpunt
3. Dirksland (Centrum)	Lokaal centrum
4. Goedereede	Dorpssteunpunt
5. Herkingen	Dorpssteunpunt
6. Melissant	Dorpssteunpunt
7. Middelharnis (Centrum / Zuidelijke Randweg)	Hoofdwinkelgebied / PDV
8. Nieuwe-Tonge (Centrum)	Dorpssteunpunt
9. Ooltgensplaat (Centrum)	Lokaal centrum
10. Ouddorp (Centrum)	Toeristisch centrum
11. Oude-Tonge (Centrum)	Bovenlokaal centrum
12. Sommelsdijk (Centrum)	Lokaal centrum
13. Stad aan 't Haringvliet	Dorpssteunpunt
14. Stellendam (Centrum)	Lokaal centrum

Hier van uitgaande vertalen de hoofddoelstellingen van de visie zich in onderstaande hoofdwinkelstructuur voor Goeree-Overflakkee. De positionering van de afzonderlijke winkelgebieden wordt hierbinnen aangegeven. In figuur 2.1 is de visie op de detailhandelsstructuur verbeeld.

- **D'n Diek in Middelharnis:** Er is één centraal winkelcentrum voor de gemeente. Dit is 'D'n Diek' in Middelharnis. Het is het grootste winkelgebied op het eiland met het breedste en meest gevarieerde aanbod, dat wordt gevormd door een combinatie van filiaalbedrijven en couleur locale. De inwoners van het eiland bezoeken dit centrum enerzijds om boodschappen te doen (dagelijkse en frequente non-food aankopen) en om (efficiënt) recreatief te winkelen. Dit centrum heeft ook een toeristisch-recreatieve functie. Behoud en versterking van zowel het dagelijkse als niet-dagelijkse aanbod is van belang, onder andere door clustering.
- **Centrum van Ouddorp:** Ouddorp functioneert als bovenlokaal centrum voor de kop van het eiland en heeft aanvullend een sterke toeristisch-recreatieve functie. Dat zien we terug in het aanbod en de structuur van het centrum. Het centrum is namelijk (deels autovrij) en er is een behoorlijk aanbod aan modische artikelen aanwezig. Gezien de plannen voor uitbreiding van het aanbod aan verblijfsaccommodaties aan de kust neemt de toeristische functie naar de toekomst toe alleen maar toe. Een uitgebreider niet-dagelijks/recreatief aanbod is toegestaan aangezien dat het toeristische karakter versterkt.
- **Centrum van Oude-Tonge:** Er is één winkelcentra met een bovenlokale verzorgingsfunctie: Oude-Tonge. Oude-Tonge heeft een duidelijke boodschappenfunctie

voor de eigen en omliggende kernen. Het centrum heeft een bovenlokale verzorgingsfunctie voor het oosten van het eiland. Een bovenlokale centrum heeft een sterk boodschappenaanbod aangevuld met een beperkt niet-dagelijks/recreatief winkel-aanbod.

- **Lokale centra:** De kernen Dirksland, Ooltgensplaat, Sommelsdijk en Stellendam hebben een lokale verzorgingsfunctie. Er is enkel ruimte voor winkelvoorzieningen gericht op dagelijkse boodschappen, zoals een buurtsuper met enkele aanvullende, voornamelijk op food gerichte winkels en eventueel winkelaanbod in hoog frequente, niet-dagelijkse artikelen, (afhaal)horeca en kleinschalige dienstverlening. Het beleid is gericht op het behoud van deze voorzieningen met het oog op de leefbaarheid in de kernen. Concentratie van voorzieningen is wenselijk.
- **Dorpssteunpunten:** De overige kernen (Achthuizen, Den Bommel, Goedereede, Herkingen, Melissant, Nieuwe-Tonge en Stad aan 't Haringvliet) hebben slechts een (zeer) beperkte lokale functie. Het aanbod is veelal enkel gericht is op het primaire levensonderhoud voor inwoners uit de directe omgeving. Behoud van deze voorzieningen is wenselijk met het oog op leefbaarheid, echter de levensvatbaarheid hangt af van de bereidheid van inwoners om er gebruik van te maken.
- **Zuidelijke Randweg in Middelharnis:** Dit is dé aangewezen locatie voor versterking van het perifere detailhandelsaanbod van Goeree-Overflakkee. Alhoewel deze locatie niet als traditionele PDV-locatie functioneert, is dit wel de enige locatie binnen de gemeente waar nieuwe vestigingen van grootschalige winkels mogelijk zijn. De branchering moet worden beperkt tot de traditionele PDV-branches Wonen en Doe-het-zelf. Bestaande vestigingen voor doelgericht winkelen op andere perifere locaties in de gemeente blijven uiteraard toegestaan, maar het beleid is er op gericht de detailhandelsfunctie op deze plekken zoveel mogelijk een halt toe te roepen of te concentreren binnen de centrale detailhandelsstructuur. Dit wordt nader uitgewerkt in Hoofdstuk 4.

In de volgende paragrafen worden voor de verschillende type winkelconcentraties op basis van de verzorgingsfunctie kaders gegeven. Per winkelgebied wordt vervolgens ingegaan op de mogelijkheden binnen deze kaders. De afzonderlijke kernen worden separaat behandeld, evenals perifere detailhandel en bijzondere vormen van detailhandel.

3. VISIE OP WINKELGEBIEDEN NAAR VERZORGINGS-FUNCTIE

In deze paragraaf wordt voor de verschillende type winkelconcentraties op basis van de verzorgingsfunctie kaders gegeven. Per winkelgebied en kern wordt vervolgens ingegaan op de mogelijkheden binnen deze kaders en het perspectief naar de toekomst toe.

3.1 Hoofdwinkelcentrum

Randvoorwaarden hoofdwinkelcentrum

- Gericht op de combinatie boodschappen, efficiënt recreatief winkelen en recreatief winkelen.
- Compleet voor de eigen inwoner, veelzijdig en gastvrij voor de recreant.
- Compleet en divers dagelijks aanbod met supermarkten en speciaalzaken als basis. De supermarkten hebben een moderne omvang (minimaal 850 m², maar bij voorkeur ca. 1.100 - 2.000 m² wvo).
- Voldoende kritische massa (keuze, variëteit) in niet-dagelijks aanbod in een bijzondere ambiance (karakter, identiteit), waarbij er ruimte is voor filiaalbedrijven en lokale ondernemers (couleur locale).
- Faciliteren van grootschaligheid en aanbod van (vernieuwende) specialistische winkels.
- Ruime aanvullende aanbod op het gebied van horeca, cultuur, leisure, dienstverlening en maatschappelijke voorzieningen.
- De openbare ruimte is sfeervol ingericht en draagt bij aan de belevingswaarde van het winkelgebied.
- Compacte structuur door intensivering van ruimtegebruik en combinatie van functies.
- Voortdurende aandacht voor een goede bereikbaarheid en voldoende (gratis) parkeergelegenheid.
- Online zichtbaarheid en vindbaarheid van het winkelgebied en individuele retailers.
- Accommodeer afhaalpunten, als ruimtelijk verschijnsel van het winkelen via internet.
- Kernwoorden zijn comfort, gemak, compleet, verrassend, beleving en uniciteit.
- Indien een locatie buiten het kernwinkelgebied langer dan drie jaar niet in gebruik is als commercieel verkooppunt dan bestaat de mogelijkheid de bestemming detailhandel te laten vervallen.

3.1.1 Middelharnis/Sommelsdijk

In de detailhandelsstructuur van Goeree-Overflakkee is D'n Diek in Middelharnis het enige winkelgebied dat als hoofdwinkelcentrum binnen de gemeente functioneert. Het winkelgebied vormt feitelijk het centrum van de kernen Middelharnis en Sommelsdijk samen en heeft een verzorgingsfunctie voor het gehele eiland. Op provinciaal niveau is het centrum van Middelharnis aangewezen als 'te optimaliseren centrum'. Vanuit de analyse blijkt dat D'n Diek te lang gerekt is om goed te functioneren. In het middenstuk is veel leegstand, er zijn 'gaten' in het winkelfront en de aantakking met de haven is matig. In Middelharnis / Sommelsdijk is ook nog een winkelconcentratie in het oude centrum van Sommelsdijk, aan de Doetinchemsestraat en de Zuidelijke Randweg. De uitgangspunten

ten aanzien van de detailhandelsstructuur van Middelharnis en Sommelsdijk zijn als volgt:

- Het kernwinkelgebied van Middelharnis en Sommelsdijk wordt gevormd door één centrale winkelvoorziening (D'n Diek) die functioneert als het winkelhart van het eiland, zowel voor het doen van boodschappen als (efficiënt) recreatief winkelen. Het beleid is toegespitst op het behoud van de combinatie van functies: naast winkels, ook horeca, cultuur, leisure en maatschappelijke voorzieningen. Zowel binnen als buiten het kernwinkelgebied is sprake van een heldere positionering van deelgebieden.
- De dijk is het centrale en verbindende element binnen het kernwinkelgebied, met aan beide uiteinden een winkelconcentratie met een supermarkt. Om D'n Diek als één winkelcentrum te laten blijven functioneren en niet in twee deelgebieden uiteen te laten vallen, is het noodzakelijk vol in te zetten op de voorzieningen aan de dijk en het kernwinkelgebied scherp af te kaderen. De grenzen van dit gebied worden gevormd door Anne Franklaan en Langeweg aan westelijke zijde en de Kaai aan oostelijke zijde. Het Zandpad, Westdijk en Beneden Zandpad vallen volledig binnen dit gebied, evenals de Nieuwstraat en het plein aan de Nieuwstraat/Kerkepad. Met het oog op een zo compact mogelijk centrum en het beperken van de lengte van het kernwinkelgebied behoort een deel van het Kerkepad en de Westelijke Achterweg hier niet meer toe. Ook het Spuikwartier valt daarbuiten. De eerste panden aan het Gedempt Kanaal en op de hoek van de Schoolstraat en het Beneden Zandpad vallen nog binnen het kernwinkelgebied. Figuur 3.3 geeft de afbakening van het kernwinkelgebied weer.
- Buiten het afgebakende kernwinkelgebied zijn in principe geen nieuwe detailhandelsvestigingen toegestaan. Het beleid is erop gericht verplaatsingen van winkels naar het middenstuk van D'n Diek vanuit andere gebieden te stimuleren, zoals vanuit het gebied achter de PLUS (Kerkepad), het oude dorpscentrum van Sommelsdijk en de Doetinchemseweg. Dit is met pijlen aangegeven in figuur 3.3.

Figuur 3.1: Uitstraling winkels Kerkepad



Figuur 3.2: Horecaconcentratie aan haven



Figuur 3.3: Grenzen en positionering van kernwinkelgebied D'n Diek



- Aaneensluiting van het winkelfront op en aan D'n Diek heeft hoge prioriteit. De herontwikkeling van de (afgebrande) bebouwing aan het middenstuk van het Zandpad en een visie op het deel van het Beneden Zandpad, waar momenteel geen winkels zijn (het Diekhuus, Diekhuisplein en het Burgemeester Boumanplein met muziekiosk) zijn daarvoor van belang.
- Versterken van de connectie tussen het kernwinkelgebied en haven met inzet op cultuurhistorische elementen. De connectie tussen de Westdijk, Nieuwstraat, de Kaai-Vingerling en de Voorstraat laat zowel functioneel als fysiek-ruimtelijk te wensen over. Naast horeca, cultuur en recreatiefuncties is hier beperkt ruimte voor winkels. Aandacht voor de cultuurhistorische waarde van de Voorstraat is daarbij een kans.
- Binnen het kernwinkelgebied worden expliciet mogelijkheden geboden en locaties benoemd voor het vestigen van meer grootschaligere winkels, bij voorkeur in het middenstuk van D'n Diek met het oog op trekkracht.
- Inzetten op belevingswaarde en onderlinge samenhang, zowel tussen deelgebieden als in samenwerkingsverbanden. Behoud van voldoende (gratis) parkeercapaciteit met een aantrekkelijke uitstraling. Aanpak van de uitstraling van de parkeerterrein aan het Spui en de parkeerterreinen aan het Kerkepad heeft daarom prioriteit.

3.2 Toeristisch centrum

Randvoorwaarden toeristische centrum

- Gericht op boodschappen doen en recreatief winkelen
- Accent op dagelijkse artikelen, modische artikelen, cadeauartikelen en seizoensgerichte producten.
- Trekkersrol wordt vervuld door minimaal twee, bij voorkeur complementaire supermarkten. De supermarkten hebben een moderne omvang (minimaal 850 m², maar bij voorkeur ca. 1.100 - 1.500 m² wvo).
- Aanvullend een zo compleet mogelijk aanbod aan speciaalzaken in de dagelijkse sector, winkels in de niet-dagelijkse sector en aanvullende functies (dienstverlening, horeca, maatschappelijk, cultuur), bij voorkeur in een mix van filiaalbedrijven en lokale ondernemers (couleur locale).
- Flexibiliteit ten aanzien van seizoenswinkels.
- Ondersteuning van accommodaties voor slecht weer.
- Compacte structuur
- Een goede bereikbaarheid en voldoende gratis parkeergelegenheid.
- Accommodeer afhaalpunten, als ruimtelijk verschijnsel van het winkelen via internet.
- Kernwoorden zijn gezelligheid, diversiteit, comfort en functioneel.
- Indien een locatie buiten het kernwinkelgebied langer dan drie jaar niet in gebruik is als commercieel verkooppunt dan bestaat de mogelijkheid de bestemming detailhandel te laten vervallen.

3.2.1 Ouddorp

De kern Ouddorp kent één echt winkelgebied zijnde het centrum. Ouddorp-Bad is de zone voor (verblijfs)recreanten en kent daarom ook enige detailhandel en overige voorzieningen. Buiten de kern is nog recreatiegebied Brouwersdam (Port Zélande) gelegen. Het centrum van Ouddorp heeft een dubbele functie. In de eerste plaats heeft het een verzorgingsfunctie voor de kop van het eiland. Door de concentratie van toerisme in de omgeving heeft het dorp echter ook een sterk toeristisch-recreatieve functie. Naast een aanbod gericht op boodschappen en efficiënt recreatief winkelen, is er ook aanvullend recreatief aanbod dat specifiek gericht is op toeristen. Het recreatieve aanbod is echter niet op dezelfde wijze en minder nadrukkelijk aanwezig als in Middelharnis. Hierdoor heeft het winkelgebied vanuit de gemeentelijke detailhandelsstructuur gezien een wat hybride karakter. De uitgangspunten ten aanzien van Ouddorp zijn als volgt:

- Behoud van de positie voor de eigen inwoner met een aanvullend toeristisch-recreatief karakter. Vanuit die bril biedt het centrum mogelijkheden voor het doen van boodschappen, efficiënt recreatief winkelen en aanvullende mogelijkheden voor recreatief winkelen gericht op toerisme. Het beleid is toegespitst op het behoud van de combinatie van functies: naast winkels, ook horeca, cultuur, leisure en maatschappelijke voorzieningen. Seizoenswinkels zijn een welkome aanvulling onder de voorwaarde dat zij goed zijn ingepast in de ruimtelijke structuur van de kern.
- Het winkelgebied concentreert zich rondom de kerk met enkele aanloopstraten en de nieuw ontwikkelde Dorpstienden. Tot het kernwinkelgebied worden gerekend de Raadhuisstraat, Weststraat, Hoenderdijk, Boompjes en Dorpstienden. De straten Sta-

tionsweg en Hofdijkseweg zijn aanloopstraten. Het beleid is gericht op een verdere concentratie van winkels binnen het kernwinkelgebied en het 'afmaken' van het winkelrondje door op termijn realisatie van Dorpstienen Fase II en III. Voor wat betreft Fase III is het gewenst het beoogde programma scherp te beoordelen qua omvang en kwaliteit en er mogelijk aanvullende voorwaarden aan te verbinden (bijv. extra meters te koppelen aan elders meters uit de markt nemen). De aanloopstraten en andere locaties buiten het centrum lenen zich voor (verdere) verkleuring naar andere functies en/of wonen.

- Behoud van autovrije winkelstraat (in toeristisch seizoen) en behoud en eventueel uitbreiding van voldoende gratis parkeercapaciteit met het oog op piekmomenten.
- Als onderdeel van de (geplande) recreatieparken is in Ouddorp-Bad een beperkte mogelijkheid tot het toevoegen van winkelvoorzieningen met een kleinschalige omvang, zoals bijvoorbeeld een supermarktvoorziening. Voorwaarde is dat de winkel gericht is op de bezoekers van de recreatievoorziening. In alle gevallen geldt de voorwaarde dat de winkel niet structuurverstorend mag werken voor de detailhandelsstructuur op het eiland. Ditzelfde geldt voor recreatiegebied Brouwersdam / Port Zélande.

Versterking van de relatie tussen het Ouddorp Centrum en Ouddorp-Bad door goede en herkenbare ontsluiting voor verschillende vervoersvormen.

3.3 Bovenlokaal centrum

Randvoorwaarden bovenlokaal centrum

- Gericht op boodschappen doen en beperkt efficiënt recreatief winkelen
- Accent op dagelijkse artikelen met beperkt aanvullend niet-dagelijks artikelenaanbod.
- Trekkersrol wordt vervuld door minimaal twee, bij voorkeur complementaire supermarkten. De supermarkten hebben een moderne omvang (minimaal 850 m², maar bij voorkeur ca. 1.100 - 1.500 m² wvo).
- Aanvullend een zo compleet mogelijk aanbod aan speciaalzaken in de dagelijkse sector, winkels in de niet-dagelijkse sector en aanvullende functies (dienstverlening, horeca, maatschappelijk, cultuur), bij voorkeur in een mix van filiaalbedrijven en lokale ondernemers (couleur locale).
- Voldoende draagvlak in de directe omgeving.
- Compacte structuur
- Centrale ligging in het verzorgingsgebied.
- Een goede bereikbaarheid en voldoende gratis parkeergelegenheid.
- Accommodeer afhaalpunten, als ruimtelijk verschijnsel van het winkelen via internet.
- Kernwoorden zijn comfort, gemak, dichtbij en functioneel.
- Indien een locatie buiten het kernwinkelgebied langer dan drie jaar niet in gebruik is als commercieel verkooppunt dan bestaat de mogelijkheid de bestemming detailhandel te laten vervallen.

In de detailhandelsstructuur is één winkelgebied aangeduid als bovenlokaal centrum. Het betreft het centrum van Oude-Tonge. Vanuit het oogpunt van centralisatie en concentratie heeft deze kern een helder perspectief naar de toekomst vanwege de duidelijke bovenlokale verzorgingsfunctie voor het oostelijk deel van het eiland.

Figuur 3.4: Dorpstienden Fase 1 in Ouddorp



Figuur 3.5: Dabbehof in Oude-Tonge



3.3.1 Oude-Tonge

Oude-Tonge heeft duidelijk een bovenlokale verzorgingsfunctie, met name voor het oostelijk deel van eiland. De meeste winkels zijn geclusterd in gemoderniseerde winkelcentrum Dabbehof met bovengelegen parkeerdek. Het aanbod is gericht op boodschappen doen en efficiënt recreatief winkelen. Door de beperkte toeristisch-recreatieve functie van de kern is een aanvullend recreatief winkelaanbod niet aan de orde. De uitgangspunten ten aanzien van de detailhandelsstructuur zijn als volgt:

- Inzetten op de Dabbehof en Dabbestraat als het kernwinkelgebied van Oude-Tonge. In de Nieuwstraat, Molendijk en het gebied rondom de Kerk zijn van oudsher winkels gehuisvest, maar deze straten lenen zich voor (verdere) verkleuring naar andere functies en/of wonen. Het beleid is erop gericht verplaatsingen van winkels naar (de directe omgeving van) de Dabbehof te stimuleren.
- Versterking van de relatie tussen het winkelgebied en het horecacluster aan de haven is wenselijk met het oog op combinatiebezoeken van toeristen en recreanten.

3.4 Lokale centra

Randvoorwaarden lokaal centrum

- Gericht op boodschappen doen en primair levensonderhoud voor inwoners uit de directe omgeving.
- Er is in ieder geval een volwaardige supermarkt of buurtsuper. De omvang is afhankelijk van het verzorgingsgebied, maar meestal is deze kleiner dan de gemiddelde omvang van een supermarkt in een bovenlokaal centrum (200 – 850 m² wvo).
- Er is ondersteuning van speciaalzaken met dagelijkse artikelen, evt. winkelaanbod in hoog frequente, niet-dagelijkse artikelen, (afhaal)horeca en kleinschalige dienstverlening.
- De voorzieningen zijn bij voorkeur geconcentreerd gelegen.
- Aandacht voor positie in structuur (met name relatie tot bovenlokale centra) en draagvlak.
- Bereikbaarheid en gratis parkeren (echter in mindere mate vanwege nabijheidsfactor).
- Kernwoorden zijn nabijheid, gemak en een schone, hele en veilige uitstraling.
- Kleinschalig ondernemerschap op het gebied van food (max. 850 m² wvo) is binnen het kernwinkelgebied toegestaan, echter geen winkels in de niet-dagelijkse sector.
- Indien een locatie langer dan drie jaar niet in gebruik is als commercieel verkooppunt dan bestaat de mogelijkheid de bestemming detailhandel te laten vervallen.
- Internetwinkels met een showroom en/of afhaalmogelijkheid zijn niet toegestaan.

3.4.1 Dirksland

Binnen de winkelstructuur van Goeree-Overflakkee heeft De kern Dirksland kan worden getypeerd als een lokaal verzorgend centrum. Het inwoneraantal, dat vergelijkbaar is met Ouddorp), biedt hier ook voldoende draagvlak voor. Door de korte afstand tot Middelharnis en het ontbreken van een aantrekkingskracht op toeristen is versterking van de positie van Dirksland echter vrijwel niet aan de orde. De aanwezige supermarkt is van gemiddelde omvang en modern qua opzet en uitstraling. Wel zou clustering van winkels binnen de kern rondom de supermarkt aan de Boomvliet wenselijk zijn vanuit overlevingskansen van het winkelaanbod. Positionering van de Voorstraat vanuit historie in combinatie met horeca en cultuur biedt wel (beperkte) kansen met het oog op het aantrekken van toeristen.

3.4.2 Ooltgensplaat

Door de geïsoleerde ligging van Ooltgensplaat en de afstand tot Oude-Tonge en Middelharnis heeft de kern een lokaal verzorgende functie. Bovendien heeft het dorp een beperkte toeristisch-recreatieve functie, door de aanwezigheid van een kleine jachthaven en Fort Prins Frederik. Behoud van het aanbod en zo mogelijk concentratie rondom de buurtsuper zou wenselijk zijn.

3.4.3 Sommelsdijk

Doordat Sommelsdijk samen met Middelharnis feitelijk één kern vormt, is een aparte positionering van Sommelsdijk als kern niet aan de orde. D'n Diek in Middelharnis is het centrale winkelgebied van de twee kernen. Het oude centrum van Sommelsdijk ligt fysiek op te grote afstand daarvan: de relatie is zwak. Met het oog op concentratie en clustering is het beleid gericht op het stimuleren van verplaatsingen van winkels met een bovenlokale functie vanuit andere gebieden naar D'n Diek. Met het oog op behoud van de weekmarkt en clustering van bezoekersstromen, is een verplaatsing van de markt naar een locatie nabij D'n Diek zeer gewenst. Het oude centrum van Sommelsdijk heeft wel vanuit cultuur-historisch oogpunt grote waarde. Positionering van het gebied rondom dit thema in combinatie met horeca en cultuur biedt kansen met het oog op het aantrekken van toeristen.

De solitaire vestiging van Albert Heijn aan de Dorpsweg heeft een boodschappenfunctie voor de buurten in de directe omgeving en enkele omliggende kernen. De positie binnen de wijk en de bereikbaarheid laten echter te wensen over. Uitbreiding en aanvullend winkelaanbod is daar niet wenselijk.

3.4.4 Stellendam

Stellendam heeft een lokaal verzorgende functie en heeft geen toeristische aantrekkingskracht. Het Oranjeplein vormt een duidelijke winkelconcentratie met een supermarkt van gemiddelde omvang. Clustering rondom deze locatie is wenselijk. Behoud van de lokale verzorgingspositie is wenselijk met het oog op het inwoneraantal en de afstand tot Ouddorp en Middelharnis. Er zijn relatief veel winkels op bedrijventerreinen aanwezig. Beperkte themagerichte detailhandel en leisure gerelateerd aan de haven (watersport, viswinkel, A Seal Centrum) is toegestaan.

3.5 Dorpssteunpunten

Randvoorwaarden dorpssteunpunt

- Gericht op primair levensonderhoud voor inwoners uit de directe omgeving.
- Een dorpssteunpunt heeft de grootste overlevingskansen wanneer dit vanuit het oogpunt van verzorging noodzakelijk is (bijv. overige centra op te grote afstand).
- Er is mogelijk één dagwinkel (max. 500 m² wvo) en één of enkele foodspeciaalzaken aanwezig.
- Voldoende draagvlak in de directe omgeving.
- Kleinschalig ondernemerschap op het gebied van food (max. 500 m² wvo) is binnen het kernwinkelgebied toegestaan, echter geen winkels in de niet-dagelijkse sector.
- Bijzondere vormen van detailhandel (boerderijverkoop, SRV-wagen, standplaatsen) kunnen een aanvulling op het aanbod vormen.
- Indien een locatie langer dan drie jaar niet in gebruik is als commercieel verkooppunt dan bestaat de mogelijkheid de bestemming detailhandel te laten vervallen.
- Internetwinkels met een showroom en/of afhaalmogelijkheid zijn niet toegestaan.

3.5.1 Achthuizen

Achthuizen behoort tot de kernen die binnen de detailhandelsstructuur als dorpssteunpunt aangemerkt worden. Hoewel er door het beperkte inwoneraantal beperkt draagvlak is voor voorzieningen, zijn er toch enkele kleinschalige voorzieningen. Met het oog op de leefbaarheid is dit positief, maar voortbestaan ervan is afhankelijk van het gebruik door de inwoners en de bereidheid van de desbetreffende ondernemers.

3.5.2 Den Bommel

Ook Den Bommel wordt aangemerkt als dorpssteunpunt. Aandacht is wel benodigd voor Landwinkel 't Zand. Hoewel deze boerderijwinkel een welkome aanvulling is op het aanbod vanuit het oogpunt van leefbaarheid en recreatie, is het niet wenselijk dat dit initiatief uitgroeit tot een volwaardige supermarkt.

3.5.3 Goedereede

De kern Goedereede functioneert als dorpssteunpunt, maar heeft dankzij de historische uitstraling en het intieme karakter ook een toeristisch-recreatieve functie. Door het inwoneraantal en positie tussen Ouddorp en Stellendam is er echter beperkte ruimte voor voorzieningen. De aanwezige dagwinkel en aanvullende voorzieningen zijn wenselijk, maar afhankelijk van het draagvlak. Vanuit het oogpunt van toerisme en het bijzondere karakter van de kern is het behoud van het museum en de geconcentreerde horecavoorzieningen wenselijk. Op het gebied van cultuur en horeca is zelfs enige kleinschalige (seizoengeoriënteerde) versterking mogelijk.

3.5.4 Herkingen

Als één van de kleinste kernen op het eiland is Herkingen duidelijk een dorpssteunpunt. Met het oog op leefbaarheid is de aanwezigheid van een kleine buurtsuper en enkele aanvullende voorzieningen positief. Door de aanwezigheid van de haven zijn er ook enkele horecazaken. Aandachtspunt is de transformatie van enkele leegstaande panden, die op herinvulling wachten.

3.5.5 Melissant

Melissant heeft binnen de winkelstructuur van het eiland een positie als dorpssteunpunt. Melissant is een woonkern vergelijkbaar met Stellendam en kent weinig tot geen toeristische aantrekkingskracht. De aanwezigheid van een dagwinkel en bakkerij zijn positief, maar afhankelijk van het draagvlak. Een verdere oriëntatie van inwoners op het winkelaanbod in Dirksland en Middelharnis ligt voor de hand.

3.5.6 Nieuwe-Tonge

Nieuwe-Tonge heeft momenteel een beperkte lokaal verzorgende functie door de aanwezigheid van een buurtsuper, aangevuld met een handvol dagelijkse en niet-dagelijkse winkels. Door de positie van de kern tussen Middelharnis/Sommelsdijk en Oude-Tonge en het beperkt aantal inwoners is een verdere afname van het winkelaanbod te verwachten.

3.5.7 Stad aan 't Haringvliet

Hoewel er in Stad aan 't Haringvliet momenteel geen winkels zijn gericht op primair levensonderhoud, zijn er wel enkele voorzieningen en (verborgen) winkels¹. Stad aan 't Haringvliet wordt daarom aangemerkt als dorpssteunpunt. Indien zich in de toekomst kleinschalige initiatieven op het gebied van food aandienen kan daar medewerking aan worden verleend.

¹ Bijzondere vormen van detailhandel die niet geregistreerd worden door Locatus, zie ook Bijlage 1, par. 1.1.2.

4. VISIE OP PERIFERE DETAILHANDEL

De oorsprong van perifere detailhandel is gelegen in de aard en omvang van de artikelen. Winkels die vanwege de aard en omvang van de artikelen een groot oppervlak nodig hebben, krijgen ruimte in de daarvoor benoemde gebieden buiten de centra van de kernen, waar winkels niet of nauwelijks inpasbaar blijken te zijn. In de loop der jaren is de aard en omvang van de assortimenten op perifere locaties sterk gewijzigd. Mede vanwege gunstiger marges is de nadruk steeds meer komen te liggen op niet-volumineuze assortimenten en branchevreemde artikelen. Onderscheid met aanbod in centrumgebieden is kleiner geworden. Dat zien we bijvoorbeeld terug in Middelharnis. Ongebreidelde mogelijkheden op (bestaande en nieuwe) perifere locaties zullen echter leiden tot sterke wijziging van de bestaande winkelstructuur. Gelet op de grote ruimtelijke, economische en maatschappelijke belangen zal dit in veel gevallen niet gewenst zijn. Bij elke verruiming van beleid is dan ook steeds een afweging nodig van de gevolgen voor de bestaande en beoogde winkelstructuur. Centraal staat de uitdaging om de dynamiek op een verantwoorde wijze te faciliteren.

Het perifere detailhandelsaanbod op Goeree-Overflakkee is erg versnipperd gelegen. Vrijwel iedere kern, hoe klein ook, heeft een bedrijventerrein met daarop één of meerdere (grootschalige) winkels. Clustering van dergelijke winkels heeft de voorkeur met het oog op gemak en duidelijkheid voor de consument en zodat een vermenging van consumenten- en bedrijfsmatig (industriële) verkeer zoveel mogelijk wordt voorkomen.

Zuidelijke Randweg

Vanuit Provinciaal beleid is het gebied 'Zuidelijke Randweg' aangewezen als perifere opvanglocatie (PDV-locatie) voor grootschalige detailhandel. Vanuit gemeentelijke optiek is dit de enige perifere detailhandelslocatie waar nieuwe vestigingen nog mogelijk zijn. Men dient zeer terughoudend om te gaan met het vestigen van grootschalige en/of doelgerichte winkels op andere locaties in de gemeente.

Hierbij wordt er nadrukkelijk voor gekozen om (indien aan de orde) grootschalige winkels met een recreatieve winkelfunctie, zoals speelgoedwinkels, sportwinkels, electrozaken en huishoudelijke artikelenwinkels (zoals Action) te concentreren in het hoofdwinkelgebied van Middelharnis, alsmede andere (grootschalige) dagelijkse en niet-dagelijkse winkels. Dit is noodzakelijk om de regionale positie van het centrum van Middelharnis waar te kunnen maken. Het ontwikkelen van dit type winkels op de Zuidelijke Randweg zou de positie van D'n Diek als recreatieve winkelbestemming frustreren.

Nieuwe ontwikkelingen op de Zuidelijke Randweg zijn gezien de marktruimte naar alle waarschijnlijkheid zeer beperkt te verwachten. Verplaatsingen binnen de woon- en doe-het-zelf-branchen vanuit elders in de gemeente liggen meer voor de hand en zijn toe te

juichen. Wel is dan aandacht voor de bestemming en herinvulling van de voormalige vestigingslocatie benodigd.

Randvoorwaarden perifere detailhandelslocatie (Zuidelijke Randweg)

- Alleen op de 'PDV-locatie' Zuidelijke Randweg zijn nieuwe vestigingen (waaronder ook verplaatsingen) van grootschalige winkels (>500 m² wvo) binnen de traditionele PDV-branches toegestaan:
 - ☐ Woonbranche, inclusief keukens, badkamers en woninginrichting;
 - ☐ Plant en dierbenodigdheden, inclusief tuincentra;
 - ☐ Bouwmarkten en doe-het-zelf.

Nieuwe vestiging van grootschalige vestigingen in andere branches en andersoortige detailhandel is daar niet toegestaan.

- Eventueel bijbehorend niet-volumineus assortiment is ondergeschikt hieraan en is gemaximeerd op 10% van het winkelvloeroppervlak met een maximum van 150 m² wvo (eenmalig toegestaan).
- Nieuwe vestiging van welke vorm van (perifere) detailhandel dan ook is niet toegestaan op andere bedrijfsterreinen, perifere locaties of buiten de kernwinkelgebieden, met uitzondering van de ABC-branche (auto's, boten, caravans) en/of tegels/stenen, bouwmaterialen, zwembaden en sauna's.
- Bestaande vestigingen op andere perifere locaties blijven uiteraard toegestaan, maar het beleid is erop gericht de detailhandelsfunctie op deze plekken zoveel mogelijk een halt toe te roepen.
- Uitbreiding van bestaande bedrijfsactiviteiten op de huidige locatie is toegestaan met het oog op het faciliteren van ondernemerschap.
- Om verdere versnippering van het winkelaanbod tegen te gaan is scherpe handhaving op internet-handel en illegale (neven)verkoop vanaf bedrijfsterreinen en andere vormen van niet geoorloofde rechtstreekse verkoop aan consumenten een aandachtspunt.

Wat zijn de gevolgen van brancheverbreiding?

Brancheverbreiding op perifere locaties is steeds meer gemeengoed geworden. In verschillende branches is er een sterke vraag naar vestiging van grootschalige winkels buiten de reguliere winkelcentra. Dit is enerzijds terug te voeren naar schaalvergroting, maar anderzijds ook naar de moeilijke marktomstandigheden en de relatief hoge huisvestingslasten in centra. De gemeenschappelijke noemer van dergelijke winkelgebieden is de grote schaal van de winkels en het bezoekdoel van de consument (doelgericht laagfrequent aankopen doen). In de praktijk gaat het met name om de branches sport, speelgoed, rijwielen en electro. De meters in de periferie zijn goedkoper, de uitingsmogelijkheden uitgebreider en parkeren en bereikbaarheid consumentvriendelijker. Indien brancheverbreiding op de Zuidelijke Randweg wordt toegestaan, is een neergang van het centrum van Middelharnis echter het gevolg.

Overige locaties

Voor bouwmarkten en tuincentra geldt aanvullend hierop het volgende. Soms worden deze winkels dusdanig doelgericht bezocht of hebben ze een dusdanige ruimtevraag dat clustering geen meerwaarde biedt of niet mogelijk is. In uitzonderlijke gevallen kunnen dergelijke winkels, mits passend binnen gestelde randvoorwaarden (zie kader), zich daarom vestigen op bepaalde locaties buiten de Zuidelijke Randweg. Clustering op de Zuidelijke Randweg is wenselijk, maar is vanuit het oogpunt van gemak in deze branches

niet noodzakelijk omdat daardoor de afstand tot het aanbod voor consumenten toeneemt. Vanuit ruimtelijk ordeningsperspectief (efficiënt ruimtegebruik) is aansluiting bij andere voorzieningen en het eventueel clusteren van bouwmarkten en tuincentra dan wel gewenst.

Figuur 4.1: Bouwmarkt op Zuidelijke Randweg



Figuur 4.2: Detailhandel op bedrijventerrein



Omvang winkels

Op meerdere perifere clusters in Nederland is een trend waarneembaar dat ook kleinere zaken toetreden. De gedachte hierachter is dat nieuwe aanbieders zo gemakkelijker kunnen toetreden en dat leegstand kan worden aangepakt. Dit kan een stimulans bieden aan de aantrekkelijkheid. Vanuit het oogpunt van de heldere structuur kan het echter een gevaar vormen. Om deze reden wordt de minimale maat voor nieuwvestigingen bepaald op 500 m² vwo.

Detailhandel op bedrijventerreinen

In principe wordt detailhandel op bedrijventerreinen niet toegestaan. Gezien de noodzaak tot 'verkleuring' en functiemenging van enkele van de terreinen binnen de gemeente, als gevolg van het vertrek van de traditionele gebruikers, ligt er echter een kans voor productiegebonden detailhandel. Vaak zijn het de oudere terreinen, aan de randen van de kernen, die behoefte hebben aan wat ruimere bestemmingsmogelijkheden.

De daar toegestane detailhandel (verkoop en/of levering) dient ondergeschikt te zijn aan de vervaardiging en/of verwerking of herstel van het product. Er is geen maximum aan verbonden. Het toestaan van deze vorm van detailhandel past bij de ambitie van het eiland om ruimte te bieden aan ondernemerschap.

5. VISIE OP BIJZONDERE VORMEN VAN DETAILHANDEL

Op Goeree-Overflakkee zijn er naast reguliere winkels ook nog diverse andere bijzondere vormen van detailhandel te vinden, die relevant zijn voor het gemeentelijke detailhandelsbeleid. Deze vormen worden niet (altijd) door Locatus geregistreerd en zodoende ook niet in onze statistieken opgenomen. Wij kenmerken dit ook wel als 'verborgen winkel-aanbod'. Bijzondere vormen van detailhandel kunnen de detailhandelsstructuur aanvullen, maar ook aantasten. Het uitgangspunt van deze visie is de keuze voor de bestaande winkelgebieden zoals in hoofdstuk 2 omschreven. Dit betekent dus een terughoudend beleid ten aanzien van (andere) vormen van detailhandel, die deze structuur bedreigen, echter zonder welkom ondernemerschap te belemmeren. Verborgen winkels zijn wel een aandachtspunt. Handhaving op vormen die niet passend zijn binnen het beleid is gewenst.

Boerderijverkoop

Het behoud van agrarische activiteiten op het platteland is onder meer vanuit het oogpunt van werkgelegenheid, landschapsbeheer en recreatie zeer wenselijk. De reguliere bedrijfsvoering is niet altijd voldoende om te voorzien in een economisch renderend bedrijf. Er wordt door agrariërs dan ook steeds meer gezocht naar alternatieve inkomstenbronnen, zoals de verkoop van (eigen) producten rechtstreeks aan consumenten en recreanten. Een boerderijwinkel moet hoofdzakelijk ter plaatse geproduceerde producten en streekproducten verkopen. Verkoop blijft nadrukkelijk ondergeschikt aan de reguliere agrarische activiteiten, zowel naar omzet als in oppervlakte (maximaal 150 m² wvo). Er is sprake van een maximale omvang vanwege de mogelijke verstorende effecten van de verkoop op de voorzieningen in de kernen. Als aanvullende voorwaarden gelden dat het enkel om levensmiddelen in het vers segment mag gaan en dat de verkoop op verantwoorde wijze ruimtelijk dient te worden ingepast, zodanig dat er geen negatieve gevolgen ontstaan voor de parkeermogelijkheden en bereikbaarheid van de omgeving.

Recreatiebedrijven

Het is voor Goeree-Overflakkee belangrijk dat de recreatieparken op het eiland een sterke uitgangspositie hebben. In beperkte mate kan ook detailhandel hier een rol in spelen (bijvoorbeeld een kleine supermarktvoorziening). Voorwaarde is dat de winkel is gericht op de bezoekers van de recreatievoorziening. In alle gevallen geldt de voorwaarde dat de winkel niet structuurverstorend mag werken voor de detailhandelsstructuur op het eiland.

Tijdelijke winkels

Tijdelijke winkels zoals pop-up stores of seizoenswinkels zijn een welkome aanvulling in toeristisch-recreatieve centra. Naast winkels kan dit ook in de vorm van tijdelijke diensten, horeca of cultuuraanbod. Voorwaarde is altijd dat het tijdelijke aanbod goed is ingepast in de ruimtelijke structuur van de kern. Dit betekent dat het zich in het centrum van

de kern bevindt, maar wel bij voorkeur aan de randen van het centrum. Deze lenen zich het beste voor verkleuring, ook in tijdelijke zin. Vanuit het optimaal faciliteren van ondernemers zijn verkorte procedures en flexibiliteit in bestemmingsplannen dan gewenst. Op Goeree-Overflakkee lenen D'n Diek en het centrum van Ouddorp zich hiervoor. In Goedereede zijn eventueel kleinschalige seizoensgebonden initiatieven mogelijk op het gebied van cultuur en horeca.

Figuur 5.1: Weekmarkt in Sommelsdijk



Figuur 5.2: Winkel bij recreatiepark



Ambulante handel

Ambulante handel wordt in de kernen waar geen dagelijkse detailhandelsvoorzieningen zijn als kans gezien om de leefbaarheid te waarborgen en daarom positief beoordeeld. In de kernen waar wel dagelijks winkelaanbod aanwezig is kan ambulante handel concurrerend zijn aan het bestaande aanbod. In grotere kernen is er juist vaak sprake van kruisbestuiving tussen warenmarkt en reguliere detailhandel en werkt de fysieke nabijheid versterkend. Een sterke warenmarkt kan dan ook de attractiviteit van een winkelgebied vergroten. Vanuit het oogpunt van beleving en verrassing biedt ambulante handel kansen voor het aantrekken van toeristen en recreanten.

In verschillende kernen zijn er weekmarkten en standplaatsen. Optimalisering van de positie en branchering van weekmarkten binnen de detailhandelsstructuur is gewenst. Zo is de warenmarkt in Sommelsdijk een belangrijke publiekstrekker, maar wordt deze binnen de winkelstructuur te weinig uitgenut. Verplaatsing van de warenmarkt naar een locatie nabij D'n Diek is gewenst met het oog op clustering van bezoekersstromen en toekomstbestendigheid van de weekmarkt. Met het oog op belevingswaarde zijn in de recreatieve winkelcentra D'n Diek en Ouddorp aanvullende thematische (seizoens)markten een mogelijkheid. Om de detailhandelsstructuur in lokale centra en dorpssteunpunten te behouden en te versterken wordt zorgvuldig omgesprongen met het afgeven van vergunningen en wordt ambulante handel uitsluitend toegestaan op daarvoor aangewezen (geconcentreerde) standplaatsvoorzieningen.

Verkoop aan huis

Detailhandel aan huis is volgens de zuivere definitie van detailhandel ongewenst, omdat dit de bestaande structuur kan aantasten, kan leiden tot precedentwerking, zorgt voor verdere verspreiding van het winkelaanbod en ongewenste verkeersbewegingen oproept. Een uitzondering vormen concepten waar de logistieke bezorgfunctie centraal staat, zoals 'SRV-wagens', online boodschappendiensten en versboxen.

Trafficlocaties

- *Detailhandel op bedrijfslocaties, instellingen en sportvoorzieningen:* Dit betreft winkelaanbod in bijvoorbeeld ziekenhuizen, scholen, sportaccommodaties, ouderen- en verzorgingstehuizen. Omvang en invulling hiervan moeten passen bij de functie van het gebied en is ondergeschikt aan de hoofdactiviteit. Dit aanbod mag niet verstorend werken voor de detailhandelsstructuur en dient gericht te zijn op de 'eigen' doelgroep.
- *Groothandelsbedrijven:* Rechtstreekse verkoop van groothandelsbedrijven aan consumenten is niet toegestaan.
- *Detailhandel bij tankstations:* Voor de winkels bij motorbrandstoffenverkooppunten wordt uitgegaan van een beperkte omvang (max 50 m² wvo). Daarnaast dient het assortiment primair gericht te zijn op automobilisten.
- *Kringloopbedrijven:* Kringloopbedrijven zijn bedrijven gericht op het inzamelen, verwerken/repareren en ter verkoop aanbieden van afgedankte producten. Door dit totaalconcept onderscheiden zij zich van gewone tweedehandswinkels. Vanwege de koppeling van de verkoop met andere bedrijfsmatige activiteiten en het doelgerichte bezoek door consumenten, is de vestiging van kringloopbedrijven op bedrijventerreinen min of meer gemeengoed geworden. In dit beleidskader worden kringloopbedrijven echter als detailhandel beschouwd. Mogelijkheden voor vestiging worden dan ook alleen geboden in de centra van de kernen. Vanwege de diversiteit in verschijningsvorm, dient elk initiatief afzonderlijk beoordeeld te worden.

Internethandel en afhaalpunten

De laatste jaren is het faciliteren van internethandel een belangrijk onderdeel in het detailhandelsbeleid van provincies en gemeenten, waarbij vooral de keuze op welke locaties dit eventueel plaats kan vinden centraal staat. Ondanks dat Goeree-Overflakkee nog weinig te maken heeft met aanvragen uit de markt, zal dit de komende jaren ongetwijfeld gaan plaatsvinden. Dan is het zaak de dynamiek binnen de internethandel te faciliteren op de daarvoor kansrijke plekken. Deze nieuwe vorm van koopgedrag kan een bijdrage leveren aan de vitaliteit van bestaande winkelgebieden en het verzorgingsniveau in de kleinste kernen. Bovendien verwacht de consument simpelweg dat afhaalpunten ruimtelijk mogelijk worden gemaakt.

Afhaalpunten

Het beleid gaat uit van de realisatie van afhaalpunten in of aansluitend op bestaande winkelcentra en perifere detailhandelslocaties. Vestiging van afhaalpunten op winkellocaties heeft tevens als voordeel dat nieuwe bezoekmotieven ontstaan. De kansen op synergie met andere functies is groot, met name in de centra die doelgericht bezocht worden of waar boodschappen doen centraal staat. Evenals afhaalpunten, worden met name deze locaties efficiënt (snel) bezocht. Bij voorkeur worden afhaalpunten geconcentreerd. Ook kunnen afhaalpunten gerealiseerd worden op goed bereikbare locaties aan invalswegen waar zich reeds voorzieningen gericht op de reiziger bevinden (zoals tankstations, transferia of andere trafficlocaties). Het is dan echter zaak te zorgen voor een goede spreiding van deze locaties over het eiland. Dit argument dient een belangrijke rol te spelen bij de beoordeling van het initiatief. Echte solitaire afhaalpunten worden, vanuit het oogpunt van een optimale consumentenverzorging en een concentratie van voorzieningen, in het beleid niet toegestaan.

Doordat er bij afhaalpunten geen goederen worden gepresenteerd, verkocht, besteld of omgeuild is het niet nodig brancheringsregels voor afhaalpunten op te nemen.

Tot slot kan niet voorbij worden gegaan aan de opkomst van kleinschalige onbemande afhaalpunten ('de Buren'-concept). Deze afhaalpunten worden vooral gevestigd in winkels en winkelcentra. Vanuit het oogpunt van leefbaarheid en service verdient het aanbeveling dergelijke kleinschalige afhaalpunten een plek te geven in bestaande winkelconcentraties.

Webwinkels

Webwinkels (waar ook artikelen gepresenteerd worden, waar de consument artikelen kan kopen die men niet via internet besteld heeft en waar de consument artikelen kan afhalen) worden als detailhandel beschouwd en vormen dus een wezenlijk onderdeel van voorliggend advies. Ter voorkoming van ongewenste concurrentie op ruimtelijke aspecten zoals bereikbaarheid, parkeren of gebiedsbestemming worden voor deze vorm van detailhandel alleen mogelijkheden geboden in de centra van de kernen en op de PDV-locatie Zuidelijke Randweg (mits passend in branchering).

Het gevaar schuilt vooral in de kleinere internethandels, deze hebben vaak de behoefte om juist vanuit de bestaande (opslag)locatie in woonwijken of op bedrijventerreinen een winkel te openen omdat de huurlasten hier laag of zelfs helemaal niet zijn. Op Goeree-Overflakkee zijn er diverse voorbeelden van dergelijke winkels, zoals bijvoorbeeld in Stad aan 't Haringvliet. Hoewel het kleinschalige ondernemerschap toe te juichen is, dient deze wildgroei van webwinkels nadrukkelijk voorkomen te worden. Webwinkels moeten juist een goede plaats worden gegeven in de huidige duurzame structuur en niet tot verdere versnippering leiden.

6. UITVOERINGSSTRATEGIE EN -PROGRAMMA

De visie op de detailhandelsstructuur geeft de gewenste winkelstructuur aan, met een heldere opbouw en een onderlinge samenhang van de verschillende winkelgebieden. Naast de 'wat'-vraag, is de 'hoe'-vraag minstens zo belangrijk. De structuurvisie is vooral ook een procesdocument dat aangeeft hoe de gewenste winkelstructuur wordt gerealiseerd en wanneer en hoe initiatieven worden getoetst. In de visie is vastgesteld waar voor Goeree-Overflakkee de meeste kansen liggen. Een visie zonder uitvoeringsplan en acties snijdt echter geen hout. In het meerjarenbeleidsplan van de Federatie Ondernemersverenigingen Goeree-Overflakkee (FOGO) is de urgentie tot actie ten behoeve van de positie van de detailhandel op het eiland ook duidelijk benoemd. De uitvoeringsstrategie geeft het noodzakelijke vervolg aan om de voorliggende kansen te grijpen.

Naast een aantal algemene kaders ter afweging van nieuwe initiatieven en een inkadering van de rol van de overheid, worden per onderdeel in de detailhandelsstructuur nog een aantal specifieke acties en maatregelen benoemd.

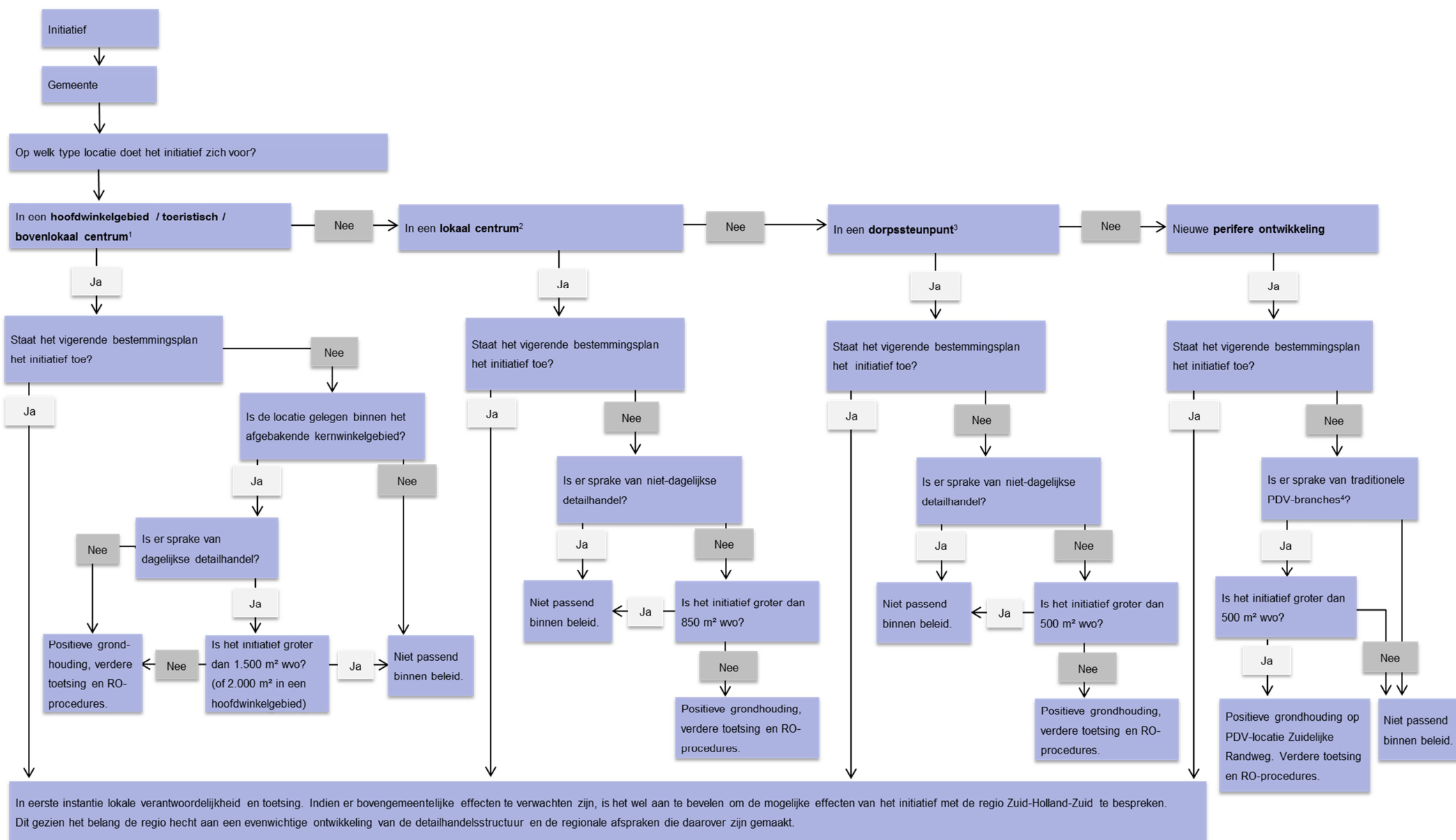
6.1 Toetsingscriteria

In de detailhandelsvisie zijn uitgangspunten opgenomen die om toetsingskaders vragen. Zo is het bieden van ruimte voor dynamiek één van de uitgangspunten, bijvoorbeeld in het geval er wensen tot schaalvergroting zijn of om gezonde ondernemersvrijheid te faciliteren. Een zorgvuldige ruimtelijke inpassing met afweging van enkele criteria is dan van belang. Kwaliteitsverbetering gaat daarbij boven de benaderde marktmogelijkheden. Het centrale uitgangspunt is echter dat nieuwe detailhandelsontwikkelingen zoveel mogelijk ingezet worden ter versterking van de gewenste detailhandelsstructuur. In figuur 6.1. is een stroomschema opgenomen waarin de initiële toetsingscriteria voor detailhandelsinitiatieven op Goeree-Overflakkee zijn vastgelegd.

Echter...

Ondanks dat de bestaande structuur prioriteit heeft en dat grote uitbreidingen kritisch beoordeeld dienen te worden op de toegevoegde waarde, gaat de vernieuwing in de detailhandel in een hoog tempo door. Het is belangrijk deze vernieuwing een plek te geven. Dat betekent dat er waar mogelijk medewerking verleend dient te worden aan kwalitatieve impulsen, innovatieve concepten of vervanging van oud door nieuw. Dit veronderstelt dat het navolgende toetsingskader een middel is, geen doel op zichzelf.

Figuur 6.1: Stroomschema toetsingscriteria



Er kunnen zich echter in de toekomst onvoorziene initiatieven voordoen, die niet zonder meer passend zijn binnen de gewenste detailhandelsstructuur (zoals vastgelegd in deze visie). Deze kunnen onder bepaalde en strikte voorwaarden worden toegestaan via een herziening van het bestemmingsplan. Dit om antwoord te geven op de dynamiek in de markt. Initiatieven dienen te voldoen aan de volgende voorwaarden:

- Bijzondere en onderscheidende formule of concept waarmee Goeree-Overflakkee zich regionaal kan profileren.
- Geen betrekking op de branches dagelijkse artikelen.
- Niet passend (ruimtelijk en/of functioneel) op één van de locaties zoals vastgelegd in de detailhandelsstructuur vanwege aspecten als omvang, bereikbaarheid en zichtbaarheid.
- Bij meerdere initiatieven op één locatie: geen nieuwe concurrerende concentratie, wel cluster van individueel onderscheidende bedrijven.

Voor onvoorziene initiatieven dienen de volgende toetsingscriteria te worden doorlopen:

- Het nieuwe initiatief moet worden getoetst worden aan de Ladder voor duurzame verstedelijking (zie bijlage 2).
- Aangevoerd dient te worden dat het initiatief een meerwaarde voor de detailhandelsstructuur heeft. Deze meerwaarde kan zich uiten in toename van keuzemogelijkheden voor de consument, bijvoorbeeld omdat de branche zwak vertegenwoordigd is op Goeree-Overflakkee. Ook kan er sprake zijn van een nieuwe formule die zich onderscheidt door kwaliteit, complementariteit, uniciteit, specialisatie en/of gerichtheid op één of meer doelgroepen.
- Aangevoerd dient te worden dat het initiatief geen blijvende negatieve effecten heeft op de bestaande detailhandelsstructuur en/of de in de visie aangegeven ontwikkeling daarvan. Hierbij zal moeten worden ingegaan op de effecten van het initiatief op de overige winkelgebieden met vergelijkbaar aanbod op brancheniveau, dat op basis van de verzorgingsfunctie gewenst is op de betreffende locatie.
- Relatie met andere ruimtevragers (bedrijven, kantoren, wonen).
- Regionale impact.
- Passend bij de ambitie van Goeree-Overflakkee voor een evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur, waarbij centraliseren en concentreren en het tegengaan van versnippering een hoofddoelstelling is.
- De mate waarin het succes van het concept wordt bepaald door de specifieke locatie buiten de detailhandelsstructuur. Verder zal het initiatief worden getoetst op relevante ruimtelijke aspecten als:
 - o Inpassing in de omgeving
 - o Bereikbaarheid
 - o Parkeermogelijkheden bezoekers en personeel
 - o Bevoorrading

Kijken we naar nieuwe initiatieven dan zal het in de praktijk voorkomen dat ruimtelijke plannen ruimte laten voor interpretatie, bijvoorbeeld als het gaat om branchering of vier-

kante meters. Het is dan zaak om in een goed overleg met de betrokkenen tot een zorgvuldige beoordeling te komen.

6.2 Aanpak en rol overheid

Het ruimtelijk beleid gericht op de detailhandel is beschreven in de visie. Op basis van de doelstellingen van de visie kan een aantal acties worden geformuleerd. In deze paragraaf gaan we in op de aanpak en rol van de overheid. De gemeentelijke inzet (in de zin van inspanning) om doelen voor elkaar te krijgen wordt beschreven. Dit betreft planologische facilitering van ruimtelijk beleid, een actieve handhaving én economische stimulering.

Aanpassing bestemmingsplannen

De voorliggende voorgestelde adviesnota vormt het uitgangspunt voor het vertalen van de bestemmingsplannen binnen de gemeente. In de tussentijd zal, indien een ontheffing of wijziging niet tot de mogelijkheden behoort, een bestemmingsplanherziening moeten plaatsvinden om gewenste initiatieven mogelijk te maken.

Actief sturen

Uitgangspunt van de visie is dat detailhandel geconcentreerd dient te worden op kansrijke locaties in de structuur. Als gevolg van meerdere trends zullen er naar de toekomst toe minder winkels nodig zijn. Dat vereist terughoudendheid met het toestaan van nieuwe detailhandel en daarnaast actief beleid om detailhandel op niet kansrijke plekken terug te dringen. Dat is een moeizaam proces. In de praktijk blijven vastgoedeigenaren ook bij langdurige leegstand vasthouden aan de detailhandelsfunctie. Overheden zijn terughoudend met het actief wijzigen van bestemmingen vanwege planschaderisico's.

Planschade

Planschade betreft de schadevergoeding waar een burger of bedrijf recht op heeft wanneer een overheid rechtmatige ingrepen doet in het algemeen belang. Als gevolg van een bestemmingswijziging lijdt de eigenaar of exploitant vervolgens onder grondwaarde- of inkomstenvermindering, direct of indirect. Uit jurisprudentie blijkt dat het lastig is om planschadeclaims te voorkomen bij het wegbestemmen van functies.

Voorzienbaarheid

Een mogelijke grond om planschade te voorkomen is door het creëren van voorzienbaarheid. Van voorzienbaarheid is sprake als een redelijk denkend en handelend koper redelijkerwijs op het moment van de aankoop had kunnen weten dat er een voor het betreffende perceel c.q. pand een schadeveroorzakend (ruimtelijk) besluit genomen zou worden. Dus bijvoorbeeld een bestemmingsplan waarin bepaalde functies wegbestemd worden. Om dit te creëren moet er beleid opgesteld en gepubliceerd zijn op dat specifieke onderdeel (bijvoorbeeld wegbestemmen van functies).

Crisis- en Herstelwet

Een meer vergaande mogelijkheid is geboden in de Crisis- en Herstelwet. Hierin is voor een aantal gebieden de mogelijkheid gecreëerd om bij vaststelling van een bestemmingsplan te besluiten dat geen recht op planschade bestaat bij het vervallen van planologische bouw- en gebruiksmogelijkheden die ten minste drie jaar ongebruikt zijn gebleven.

Alvorens dit te kunnen besluiten, moet aan drie voorwaarden worden voldaan:

- De herziening van het bestemmingsplan is ten minste drie jaar voor vaststelling van het bestemmingsplan aangekondigd.
- Van voorgenomen herziening is kennis gegeven aan de eigenaren in het gebied.
- Gedurende deze termijn bestond de mogelijkheid de bouw- of gebruiksmogelijkheden te realiseren.

Alvorens men van deze mogelijkheid gebruik kan maken, is het echter noodzakelijk dat men zich bij het ministerie van I&M aanmeldt om gebruik te maken van deze mogelijkheid. Hiervoor is een nieuw wettelijk besluit (Algemene Maatregel van Bestuur) nodig. De termijn van formele aanmelding tot inwerkingtreding van dit besluit neemt doorgaans circa 1 jaar in beslag.

Om van deze mogelijkheid gebruik te maken, moet men zich bij het Ministerie van I&M aanmelden voor de pilot 'bestemmingsplannen met verbrede reikwijdte' in het kader van de Crisis- en Herstelwet. Twee keer per jaar wordt, om nieuwe projecten aan de deze wet toe te voegen, door het Ministerie de procedure gestart om het Besluit uitvoering Crisis- en herstelwet te wijzigen (de zogenoemde tranches, welke gekoppeld zijn aan de Crisis- en herstelwet). De sluitingsdata voor deze procedures zijn 1 maart en 1 oktober.

Wijze van wegbestemmen

Ook de wijze van wegbestemmen kan van invloed zijn op de (omvang van de) planschade. Er zijn verschillende manieren om een (detailhandels)bestemming weg te bestemmen, afhankelijk van de vraag of het om een bestaande detailhandelsfunctie gaat of alleen een recht om detailhandel te vestigen (dus nog niet feitelijk aanwezig):

1. Andere bestemming opnemen met aanduiding 'detailhandel', i.c.m. wijzigingsbevoegdheid om na een bepaalde tijd (normaal gesproken ongeveer 1 à 2 jaar) de aanduiding te verwijderen, indien gedurende die tijd er geen detailhandel uitgeoefend is en er ook geen zicht op is dat dit op korte termijn zal gebeuren.
2. Zelfde constructie als onder 1) (andere bestemming opnemen met aanduiding 'detailhandel') maar dan met de bepaling dat de aanduiding van rechtswege (dus automatisch, zonder procedure) vervalt na een bepaalde periode (bijv. 2 jaar).
3. Vigerende bestemming (detailhandel, centrum of gemengd) opnemen met wijzigingsbevoegdheid naar andere bestemming (zonder detailhandelsfunctie).
4. Andere bestemming opnemen met wijzigingsbevoegdheid naar detailhandel. (Om toch de mogelijkheid open te houden en planschade te voorkomen. Eventueel kan opgenomen worden dat na 5 jaar na onherroepelijk worden van het plan (de termijn

waarbinnen nog planschade gevorderd kan worden) geen medewerking meer verleend zal worden aan de wijzigingsbevoegdheid).

5. Bredere bestemming opnemen om eventuele planschade te compenseren. Hierbij moet met name aan 'winstgevende' bestemmingen zoals wonen gedacht worden.
6. Bij nog niet gerealiseerde nieuwbouw van detailhandel kan, indien sprake is van passieve risico-aanvaarding doordat er al lange tijd geen gebruik gemaakt is van de vigerende rechten, de bouw- en gebruiksmogelijkheden geheel wegbestemd worden.

Op dit moment lijkt optie 4 de beste optie. Bij optie 1 en 3 moet er altijd nog een procedure doorlopen worden. Bij optie 2 kan alsnog planschade ontstaan (dit kan tot 5 jaar na vaststelling). Bij optie 4 kan men afwachten of er een planschadeclaim ingediend wordt en op dat moment kan men alsnog beslissen om met een wijzigingsbevoegdheid de detailhandelsbestemming terug te brengen. Ook kan men een combinatie tussen 2 en 4 maken, dus nog twee jaar (of een andere reële termijn) toestaan en dan van rechtswege laten vervallen, i.c.m. een wijzigingsbevoegdheid om de detailhandelsbestemming op verzoek eventueel terug te laten komen. Dit is een iets 'vriendelijkere' methode.

Handhaving

Handhaving en goede mogelijkheden daartoe zijn van groot belang om het detailhandelsbeleid ook in de praktijk goed handen en voeten te kunnen geven. Vanuit de samenleving wordt hier ook nadrukkelijk op gewezen. BRO komt tot de aanbeveling om de prioriteit voor handhaving van niet toegestane detailhandel (bijvoorbeeld branchering op perifere locaties en internetwinkels met showroom) te verhogen. Voor een adequate handhaving is het van belang dat de spelregels omschreven in de detailhandelsstructuurvisie als uitgangspunt gelden.

Professionele overlegstructuren

Een sterke publiek-privaat samenwerking is een voorwaarde voor invulling van de ambitie. Een duurzame structuur is nodig om verder te komen als het gaat om profilering en marketing, en rondom transformatie.

Op Goeree-Overflakkee zijn er op het terrein van detailhandel een zevental ondernemersverenigingen actief (Den Bommel, Goedereede, Middelharnis, Ooltgensplaat, Ouddorp, Oude-Tone en Stellendam). Deze ondernemersverenigingen maken onderdeel uit van de Federatie Ondernemersverenigingen Goeree-Overflakkee (FOGO). Tussen FOGO en gemeenten is sprake van een sterke en professionele publiek-private samenwerking. Ten behoeve van promotie is er een samenwerkingsverband met de VVV van het eiland te Ouddorp. Daarnaast is er de Stichting Promotie Kop van Goeree, een samenwerkingsverband van detailhandelsondernemers en recreatieondernemers die met gebruikmaking van de mogelijkheden van de VVV en financiering van de gemeente de promotie van de Kop van Goeree verzorgen.

De huidige structuur van samenwerkingsverbanden op het gebied van detailhandel en winkelgebieden heeft zijn oorsprong in de voorheen vier verschillende gemeenten. Deels

is er al sprake van overkoepelende eilandbrede organisatiestructuren en deels (nog) niet. Voor een slagvaardige en professionele samenwerking is een overkoepelende eilandbrede focus en een groot draagvlak van belang. Daaronder kunnen gebiedsgerichte samenwerkingen functioneren. Momenteel zijn niet alle ondernemers in de winkelcentra op het eiland lid van een ondernemersvereniging. Daarnaast ontbreken de vastgoedeigenaren die op het eiland actief zijn in de bestaande samenwerkingsverbanden.

Aan een eilandbrede en gebiedsgerichte organisatiestructuur kan een gezamenlijk investeringsprogramma gehangen worden, met doelstellingen op het gebied van promotie, centrummanagement, organisatie van evenementen, acquisitie en de aanpak van leegstand. Mogelijkheden hiertoe zijn het invoeren van één of meerdere 'bedrijfsinvesteringszones' (BIZ). Kortom, een ondernemersfonds. De nieuwe BIZ-wet die in januari 2015 in werking is getreden, biedt aan collectieven van ondernemers en vastgoedeigenaren de mogelijkheid om in het betreffende winkelgebied te investeren.

BIZ

De Wet op de bedrijfsinvesteringszones (BIZ) biedt de mogelijkheid om gebiedsgericht een financiële bijdrage van alle ondernemingen en eigenaren afdwingbaar te maken. De Rijksoverheid heeft in de periode 2009-2012 geëxperimenteerd met de Experimentenwet Bedrijfsinvesteringszone (BIZ) om een wettelijk kader te scheppen voor fondsvorming. Een BIZ is een uniek instrument om de kosten voor het verbeteren van de kwaliteit van een winkelgebied te verdelen over alle individuen. Voorwaarde is wel dat een meerderheid van degene die meebetalen daarmee instemt en is daarmee volstrekt democratisch. Op basis van de evaluatie van de Experimentenwet is gebleken dat het wenselijk is op structurele basis te voorzien in de mogelijkheid voor gemeenten en ondernemers te voorzien in een gebiedsgerichte bestemmingsheffing voor gezamenlijke investeringen in de kwaliteit van de bedrijfsomgeving. De definitieve Wet BIZ is vanaf 1 januari 2015 van kracht.

Dit kan per winkelgebied worden ingevoerd. Op Goeree-Overflakkee heeft winkelcentrum D'n Diek in Middelharnis de hoogste prioriteit met het oog op gezamenlijke (ruimtelijke) investeringen. Met de middelen uit het fonds kan bijvoorbeeld een actieve leegstands-aanpak worden geformuleerd, kan worden geïnvesteerd in de openbare ruimte en kan een manager worden aangesteld die de taakstelling krijgt om het desbetreffende winkelgebied te voorzien van impulsen (professioneel centrummanagement)>

Centrummanagement

Centrummanagement is een structureel samenwerkingsverband van private en publieke partijen in een centrumgebied, op basis van gelijkwaardigheid, met een gezamenlijke inzet van middelen, met als doel de aantrekkingskracht en daarmee het economisch functioneren van het centrum te versterken. Centrummanagement richt zich op alles wat te maken heeft met het economisch functioneren en de ruimtelijke kwaliteit van het centrumgebied, rekening houdend met de leefbaarheid en de positie van het winkellandschap in de regio.

Daarnaast zijn de huidige regelingen ten aanzien van reclamebelasting nog niet geharmoniseerd na het samenvoegen van de vier gemeenten, waardoor deze nu per locatie verschillen. De inkomsten hieruit zouden bijvoorbeeld gekoppeld kunnen worden aan de

Stichting Promotie Kop van Goeree, die een eilandbrede promotiedoelstelling zou kunnen krijgen. Ook is het wenselijk de samenwerking met organisaties van specifieke (jaarlijkse) activiteiten (zoals de Stichting ZIJN en Stichting Evenementen Middelharnis) en verenigingen op het gebied van cultuur, natuur en sport gemeente overkoepelend in te steken.

Actieplan leegstand

Leegstand op het eiland is zichtbaar in vrijwel alle winkelgebieden maar het karakter van de leegstandsproblemen verschilt wel per winkelgebied. Niemand is gebaat bij leegstaand vastgoed. De gemeentelijke doelstelling is behoud van ruimtelijke kwaliteit en voorkomen van verpaupering. Het doel van vastgoedpartijen is behouden van de vastgoedwaarde. De rol van de gemeente in het vastgoedvraagstuk is gelegen in het faciliteren van het gesprek tussen belanghebbenden (eigenaren, beleggers, bewoners, winkeliers), met als doel de vitale voorzieningenstructuur van de detailhandel te versterken.

De overheid heeft allerlei instrumenten voorhanden waarmee de leegstand actief kan worden bestreden. Voorbeelden zijn een Leegstandsverordening, een subsidieprogramma, stedelijke herverkaveling, strategische aankoop van leegstaand vastgoed, een actief collectief acquisitieprogramma en het stimuleren van overleg tussen ondernemers, vastgoedeigenaren en andere partijen zoals instellingen op het gebied van cultuur, sport, zorg en onderwijs (bijv. met het oog op stimuleren van ondernemerschap). Er is niet één wondermiddel maar de instrumenten dienen elkaar te versterken. Het belangrijkste is dat de overheid in woord en daad uitstraalt dat het bestrijden van leegstand, het accommoderen van kansen en de vitaliteit van de detailhandelsstructuur hoog op de politieke agenda staan. Dit schept duidelijkheid naar potentiële investeerders.

Het advies van BRO luidt om direct na het vaststellen van het nieuwe detailhandelsbeleid in ieder geval aan te slag te gaan met een 'actieplan leegstand'. Een actieplan komt tot stand samen met de stakeholders op het eiland zoals ondernemers en vastgoedeigenaren. Het actieplan dient een gebiedsgerichte insteek te hebben om zo de kans van slagen voor de verschillende gebieden te vergroten. Een kansrijk instrument voor Middelharnis wil niet automatisch betekenen dat het tevens ingezet dient te worden in de dorpssteunpunten.

6.3 Acties

6.3.1 Algemeen

Actieve acquisitie en leegstandbestrijding

Voor de aantrekkingskracht van winkelgebieden is een aantrekkelijk winkel- en horeca-aanbod van groot belang. Daarom dienen er inspanningen geleverd te worden om in ieder geval het huidige aanbod op peil te houden en waar mogelijk de aantrekkingskracht te vergroten. Om de diversiteit in het aanbod te waarborgen, een goede balans te behouden tussen zelfstandige ondernemers en filiaalbedrijf, het niveau van het aanbod te bewaken en een toename van de leegstand te voorkomen is het zaak actief in te zetten op acquisitie. Mogelijke acties van het centrummanagement zijn:

- Het opbouwen van een acquisitielijst van gewenste branches, sectoren, speciaalzaken of ketens, met name om actief te kunnen werven bij dreigende leegstand.
- Het opzetten van een digitale pandenbank die publiek toegankelijk is waarin alle informatie over beschikbare panden is opgenomen (huurprijs, omvang, locatie, geschikte functies, contactpersoon, et cetera).
- Het ondersteunen van startende ondernemers (kennis, netwerk etc.).
- Versterking van het aanbod of het bestrijden van leegstand in het centrum kan tot slot gebeuren door relocatie van sterke spelers die momenteel buiten het centrum gevestigd zijn.

Naast de meer structurele oplossingen ter bestrijding van de leegstand is het tevens van belang aandacht te hebben voor de aanpak op de korte termijn. Dan kan door leegstand te verbloemen via het beplakken van de ramen, raamstickers met 3D afbeeldingen, tijdelijke huisvesting van ondernemers (doorgroeipand), het pand beschikbaar stellen voor de culturele / creatieve hoek, kleinschalige evenementen in leegstaande panden et cetera.

Openingstijden

Om de consument het eiland optimaal te laten beleven, is het zaak dat alle winkels op uniforme tijden geopend zijn. Eventuele duidelijke afspraken omtrent openingstijden (reguliere openingstijden, (extra) koopavonden en evt. koopzondagen) kunnen namelijk bijdragen aan het verhogen van de aantrekkingskracht op de consument. Zeker wanneer incidentele ruimere openingstijden gekoppeld worden aan acties en evenementen kan een groter publiek worden aangetrokken. De afgesproken uniforme openingstijden dienen vervolgens helder gecommuniceerd te worden.

Alle ondernemers op één site

BRO doet de suggestie om een interactief webportaal te bouwen, waarin alle ondernemers op het eiland kunnen worden opgenomen. De website biedt de mogelijkheid als ondernemer online zichtbaar te zijn, aanbiedingen te plaatsen, gezamenlijk acties op te pakken enzovoort. Tevens geeft de website ook andere informatie over de verschillende winkelgebieden zoals de evenementenkalender, de koopavonden en welke ondernemers

er open zijn, bereikbaarheid en parkeermogelijkheden enzovoort. Overigens behoort ook een applicatie (app) tot de mogelijkheden. Daarnaast is het aan te bevelen het winkelcentrum aan te sluiten op een WIFI-netwerk. Hiermee kan internet aan bezoekers worden aangeboden, maar dit is vooral ook nuttig ten behoeve van monitoring.

Campagnes

Wanneer de digitale basis staat is tevens het moment daar om een professionele 'social media campagne' te starten. Social media zoals Facebook, Twitter, LinkedIn, Foursquare en YouTube zijn niet meer weg te denken uit het leven van de consument. Inmiddels hebben deze kanalen zich ook bewezen als effectief marketingmiddel. De stakeholders in het verbeteren van de online zichtbaarheid van het eiland via social media. Er wordt een 'social marketingplan' in het leven geroepen met daarin een planning van de campagnes gedurende het jaar. Doelstelling is tevens om ondernemers trainingen aan te bieden om ze wegwijs te maken in de mogelijkheden van adverteren via social media.



Verleid de toerist

Waar vele gemeenten jaloers op zijn is de stroom aan toeristen en recreanten die op het eiland verblijven. Vanzelfsprekend moet het een doel zijn om het toerisme verder te bevorderen door actieve marketing. Het is echter eveneens zaak om de toerist/recreant die reeds heeft gekozen voor het eiland kennis te laten maken met de diversiteit van het aanbod door middel van arrangementen, georganiseerd vervoer, evenementen et cetera. Dat begint met marketing op de plaatsen waar de toerist verblijft (met name aan de kust).



Sfeer en beleving

Winkelgebieden veranderen van 'places to buy' in 'places to meet/be'. Dat betekent dat het bezoekgedrag van consumenten verandert. Het worden steeds minder plekken om producten te kopen maar centra om te verblijven en ter plekke te consumeren. Dat stelt eisen aan de sfeer en beleving. Om de concurrentiestrijd met andere plaatsen en het

internet aan te gaan is het steeds belangrijker om je als winkelgebied te onderscheiden met vermaak en gemak. Dat betekent onder andere het investeren in een sfeervol winkelklimaat. Een definitie van 'sfeer' laat zich moeilijk omschreven. Sfeer is een gevoel waarop allerlei indicatoren van invloed zijn. Verzorgde terrassen, aankleding, decoratie, evenementen, verlichting, gevels, groen, routes, straatmeubilair, een verzorgde openbare ruimte et cetera.

6.3.2 Middelharnis

Optimaliseren structuur, uitstraling en voorzieningen

Voor het behoud van D'n Diek als een goed functionerend aangesloten winkelgebied zijn een aantal acties gewenst. Om dit voor elkaar te krijgen is het aan te raden een integraal uitvoeringsplan op te stellen samen met de verschillende belanghebbenden, zoals ondernemers (winkels, horeca, markt) en vastgoedeigenaren, maar ook ondernemers en instellingen op gebied van cultuur, recreatie/toerisme, onderwijs en sport. Daarbij is het noodzakelijk afspraken te maken over de organisatie en financiering.

Zo is het wenselijk om bestaande winkels vanuit andere gebieden naar het middenstuk van D'n Diek en het Beneden Zandpad te verplaatsen, zoals vanuit de omgeving achter de PLUS (Kerkepad), het oude dorpscentrum van Sommelsdijk en de Doetinchemseweg. Het Diekhuus en het Diekhuusplein kunnen positief bijdragen aan het winkelgebied door ze binnen de structuur een nadrukkelijker positie en functie te geven (bijv. een publieke toiletvoorziening, toevoegen van horeca, toeristische slechtweervoorziening, streekmarkt). Ook is verplaatsing van de weekmarkt van Sommelsdijk naar een locatie nabij D'n Diek gewenst. Bijvoorbeeld naar het Diekhuusplein/ Beneden Zandpad of het plein aan de Nieuwstraat/Kerkepad.

Ook zijn er enkele parkeerpleinen en panden die een opknapbeurt mogen krijgen om de sfeer en uitstraling van het winkelgebied te verbeteren. In zijn algemeenheid kan de uitstraling van het winkelgebied ook aangepakt worden door gerichte (seizoens)aankleding en de introductie van een uitstallingsbeleid. Daarnaast is de toegankelijkheid van het winkelgebied gerelateerd aan hoogteverschillen een aandachtspunt, bijvoorbeeld door het toevoegen van een extra lift. Vanuit het oogpunt van gastvrijheid is het daarnaast een mogelijkheid om zitmeubilair toe te voegen en de 'blauwe parkeerzone' te heroverwegen, om een langere verblijfsduur van bezoekers te stimuleren.

Positionering deelgebieden

Met het oog op de profilering van het centrumgebied is het daarnaast gewenst om verschillende deelgebieden te onderkennen en deze helder te positioneren. In deze detailhandelsvisie is daar een voorzet voor gedaan. Op basis van gebiedsprofielen kunnen bijvoorbeeld gericht nieuwe mengvormen van functies (winkels, horeca, dienstverlening, cultuur, maatschappelijke voorzieningen), seizoensgebonden winkels of horeca, of detailhandel en voorzieningen gerelateerd recreatie (streekproducten, watersport) worden

toegestaan. Door het faciliteren van functiewijzigingen en functieverruiming kan ook de connectie tussen de Westdijk, Nieuwstraat, Kaai-Vingerling en de Voorstraat versterkt worden. Met name de planologische verankering en een gericht acquisitieplan kan hierbij helpen.

6.3.3 Ouddorp

In Ouddorp is het gewenst een duidelijk beleid op te stellen ten aanzien van seizoenswinkels en de positionering dan wel verkleuring van aanloopstraten en dit juridisch-planologisch te verankeren. Daarnaast is het gewenst om meer zicht te krijgen op de plannen voor Dorpstienden Fase III en deze scherp te overwegen. Het zou goed zijn hier aanvullende voorwaarden aan te verbinden (bijv. extra meters te koppelen aan elders meters uit de markt nemen). Daarnaast is een visie op bereikbaarheid van Ouddorp met auto en fiets gewenst en het organiseren van alternatief vervoer naar het centrum vanaf de recreatiegebieden in Ouddorp. Een uitbreiding van de parkeercapaciteit kan bij de ontwikkeling van Dorpstienden Fase II en III meegenomen worden.

6.3.4 Oude-Tonge

In Oude-Tonge vormen de Dabbehof en Dabbestraat het kernwinkelgebied. De Nieuwstraat, Molendijk en het gebied rondom de Kerk behoren daar niet toe. Een visie en eventueel actieplan gericht op verplaatsingen van winkels vanuit deze straten naar (de directe omgeving van) de Dabbehof en verdere verkleuring naar andere functies en/of wonen is gewenst. De versterking van de relatie tussen het winkelgebied en het horecacluster aan de haven kan in dat plan worden meegenomen. Vanuit het oogpunt van gastvrijheid zou het toevoegen van een openbare toiletvoorziening nog een mogelijkheid zijn.

BIJLAGEN

BIJLAGE 1: ANALYSE

1.1 Aanbodanalyse

1.1.1 Aanbod algemeen²

Detailhandel

De gemeente Goeree-Overflakkee heeft een detailhandelsaanbod van 78.985 m² winkelvloeroppervlak (wvo) verdeeld over 295 verkooppunten. Circa driekwart van het aanbod betreft de niet-dagelijkse sector (215 verkooppunten, 59.696 m² wvo) en een kwart de dagelijkse sector (80 verkooppunten, 19.289 m² wvo)³. Middelharnis heeft met ruim 27.000 m² het grootste winkelaanbod van het eiland, waarvan ook een substantieel deel niet-dagelijks. De tweede kern qua winkelaanbod is Ouddorp, gevolgd door Oude-Tonge, Sommelsdijk, Dirksland en Stellendam. Ten opzichte van gemeenten met een vergelijkbaar inwoneraantal (30.000 tot 50.000 inwoners) en de referentieset is met name het aanbod in de branches 'mode & luxe' en 'in/om het huis' beperkter. Het aanbod in de levensmiddelenbranche is licht hoger.

Ten opzichte van 2010 is het winkelvloeroppervlak in omvang nauwelijks veranderd (+1%), maar het aantal verkooppunten is wel met 8% gedaald. Er heeft zich een verschuiving voor gedaan van het niet-dagelijkse naar het dagelijkse segment. In de dagelijkse sector (22%) en met name de levensmiddelenbranche (29%) is een sterke toename van het vloeroppervlak zichtbaar. Hierbij speelt schaalvergroting een duidelijke rol. In de niet-dagelijkse sector is het vloeroppervlak (-4%) en aantal verkooppunten (-11%) afgenomen. De afname doet zich vooral voor in de branches Mode & Luxe (met name kleding en mode), vrije tijd en in/om het huis (met name en dier en plant). Dit is in lijn met de landelijke trend.

Overig commercieel

Het detailhandelsaanbod in Goeree-Overflakkee bedraagt 57% van het totale aanbod aan commerciële voorzieningen. Het leisure-aanbod bedraagt 25% en het dienstenaanbod 18%. Middelharnis en Ouddorp springen er duidelijk uit wat betreft aanbod leisure en diensten. Beide plaatsen vervullen naast een bovenlokaal verzorgende ook een toeristisch-recreatieve functie.

² Gegevens afkomstig van Locatus, de state-of-the art dataverzamelaar en -leverancier in Nederland van informatie over winkelgebieden, winkelvloeroppervlak, aantal verkooppunten, branchering, leegstand, etc. en algemeen gebruikt door overheden, retail- en vastgoedsector.

³ Tot de dagelijkse sector behoren de subbranches levensmiddelen en persoonlijke verzorging. Tot de niet-dagelijkse sector behoren de overige subbranches. Deze subbranches zijn weer onderverdeeld in een viertal hoofdbranches: Mode & Luxe (warenhuis, kleding en mode, schoenen en lederwaren, juwelier en optiek, huishoudelijke en luxe artikelen), Vrije Tijd (antiek en kunst, sport en spel, hobby), In en om huis (media, dier en plant, bruin- en witgoed, fietsen en autoaccessoires, doe-het-zelf, wonen) en Detailhandel overig.

In vergelijking met referentiegemeenten is het aandeel detailhandel binnen het totale commerciële aanbod wat hoger en het aandeel leisure wat lager. In absolute zin is het leisure- en dienstenaanbod een stuk beperkter dan in gemeenten uit de referentieset, met name wat betreft horeca, ambachten en particuliere dienstverlening. In vergelijking met gemeenten met een vergelijkbaar inwoneraantal is er enkel een beperkter aanbod in de dienstensector. Ten opzichte van 2010 valt op dat het aantal vestigingen van financiële instellingen sterk is teruggelopen (-13) en dat het aantal vestigingen in de branche Ontspanning is toegenomen (+7), dit betreft voor het merendeel fitnesscentra.

Leegstand

De in Locatus genoteerde leegstand⁴ in Goeree-Overflakkee bedraagt momenteel 44 verkooppunten (6,5%) en 8.729 m² (6,9%). Dit is relatief laag in vergelijking met gemeenten en met een vergelijkbaar inwoneraantal (respectievelijk 9,4% en 8,8%) en gemeenten uit de referentieset (respectievelijk 7,0% en 8,2%). Per kern zijn er grote verschillen in leegstand (zie ook paragraaf 2.2). De meeste (geregistreerde) leegstand is te vinden in Middelharnis, maar ook in Ouddorp, Sommelsdijk en Oude-Tonge. In deze plaatsen samen is 82% van het leegstand in de gemeente te vinden.

Opvallend is dat de leegstand ten opzichte van 2010 licht gedaald is. Destijds bedroeg de winkelleegstand 6,7% van het aantal verkooppunten en 8,2% van het winkelvloeroppervlak. Een verklaring hiervoor is dat in veel kernen leegstaande panden niet meer als winkellocatie worden aangemerkt. Het kan zijn dat deze panden ook daadwerkelijk 'uit de markt' zijn genomen: ze worden niet meer als verkooppunt aangeboden en hebben mogelijk een andere invulling gekregen, bijvoorbeeld als woonhuis. Een deel ervan staat echter nog altijd leeg (zie figuur 1.1). In een aantal kernen is dan ook zeker nog sprake van leegstandsproblematiek en neemt de leegstand, ondanks dat deze niet meer geregistreerd is, niet af. De typering van de leegstand bevestigt dit beeld van verborgen leegstand. De langdurige en structurele leegstand (22% en 12%) is namelijk opmerkelijk laag ten opzichte van referentiegemeenten (30% en 38%).

Ten opzichte van 2010 is de leegstand met name sterk toegenomen Middelharnis, Ouddorp en Sommelsdijk. In Middelharnis is de leegstand met meer dan de helft toegenomen en in Ouddorp is deze meer dan verdubbeld. In enkele plaatsen is de leegstand juist afgenomen, zoals in Achthuizen, Den Bommel, Dirksland, Herkingen, Melissant, Nieuwe-Tonge, Oude-Tonge en Stellendam.

⁴ Het leegstandspercentage wordt als volgt berekend: binnen de categorie 'Leegstand' is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer fiftyfifty (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter groter dan panden in de niet-detailhandel. Om de leegstandsoppervlakte per groep te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Voor het aantal leegstaande panden is de verhouding detailhandel - niet-detailhandel dus 1:1 en voor het oppervlakte leegstaande panden is de verhouding detailhandel - niet-detailhandel 2:1.

Figuur 1.1: Voorbeeld van niet-geregistreeerde leegstand



Figuur 1.2: Voorbeeld van boerderijverkoop



Tabel 1.1: Winkelaanbod per kern (2010 en 2015)

Woonplaats	2010		2015	
	Aantal verkooppunten	WVO	Aantal verkooppunten	WVO
Achthuizen	1	25	1	25
Den Bommel	1	333	4	792
Dirksland	21	3.824	21	3.554
Goedereede	9	1.659	7	1.565
Herkingen	4	416	4	585
Melissant	6	2.161	3	1.321
Middelharnis	113	23.865	107	27.147
Nieuwe-Tonge	9	1.684	8	1.012
Ooltgensplaat	13	1.733	8	1.407
Ouddorp	68	15.107	62	13.369
Oude-Tonge	31	12.011	31	12.968
Sommelsdijk	22	9.062	19	8.168
Stad aan 't Haringvliet	1	175	-	-
Stellendam	23	6.203	20	7.072
TOTAAL	322	78.258	295	78.985

Tabel 1.2: Aanbod leisure en diensten per kern (2010 en 2015)

Woonplaats	2010		2015	
	Leisure (aantal verkooppunten)	Diensten (aantal verkooppunten)	Leisure (aantal verkooppunten)	Diensten (aantal verkooppunten)
Achthuizen	2	-	1	2
Den Bommel	2	2	2	3
Dirksland	5	10	5	8
Goedereede	7	2	4	1
Herkingen	6	1	5	-
Melissant	2	1	2	1
Middelharnis	28	39	31	35
Nieuwe-Tonge	4	7	4	2
Ooltgensplaat	4	5	7	5
Ouddorp	42	18	42	19
Oude-Tonge	8	13	11	9
Sommelsdijk	6	8	7	3
Stad aan 't Haringvliet	1	3	2	1
Stellendam	12	6	12	6
TOTAAL	129	115	135	95

Tabel 1.3: Detailhandelsaanbod Goeree-Overflakkee

	Goeree-Overflakkee 2010			Goeree-Overflakkee 2015			Vergelijkbare plaatsen			Referentieset*		
	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	66	13.434	204	69	17.343	251	60	15.523	258	63	16.115	256
Persoonlijke verzorging	15	2.323	155	11	1.946	177	18	2.640	151	16	2.296	144
dagelijkse artikelen	81	15.757	195	80	19.289	241	78	18.162	234	79	18.411	233
Warenhuis	2	1.534	767	2	1.594	797	2	2.457	1.438	2	1.478	739
Kleding en mode	54	10.234	190	43	7.727	180	63	11.708	186	56	9.520	170
Schoenen en lederwaren	5	794	159	7	1.111	159	14	3.237	235	10	2.619	262
Juwelier en optiek	12	679	57	10	580	58	13	962	72	11	757	69
Huishoudelijke en luxe artikelen	15	2.859	191	16	3.195	200	12	3.334	281	14	3.507	251
Antiek en kunst	2	76	38	1	29	29	2	371	160	4	717	179
Sport en spel	16	2.749	172	12	2.773	231	12	3.951	326	12	2.879	240
Hobby	11	679	62	7	496	71	7	770	108	6	581	97
Media	7	913	130	6	822	137	6	973	158	6	858	143
Dier en plant	28	7.873	281	23	5.924	258	17	8.409	503	20	10.246	512
Bruin- en witgoed	13	1.977	152	14	1.969	141	14	2.326	160	14	1.755	125
Fietsen en autoaccessoires	9	1.471	163	8	2.547	318	10	1.974	189	12	2.456	205
Doe-het-zelf	18	9.214	512	18	9.796	544	10	10.333	1.077	14	9.418	673
Wonen	33	20.051	608	32	19.226	601	32	24.143	744	31	25.942	837
Detailhandel overig	16	1.398	87	16	1.907	119	19	3.409	180	18	3.343	186
niet-dagelijkse artikelen	241	62.501	259	215	59.696	278	234	78.357	335	230	76.076	331
Totaal detailhandel	322	78.258	243	295	78.985	268	312	96.519	310	309	94.487	306
Leegstand	50	10.516	210	44	8.729	198	62	13.900	225	50	12.717	254

*Referentieset gewogen naar inwoneraantal Goeree-Overflakkee

Bron: Locatus

Tabel 1.4: Aanbod leisure en diensten Goeree-Overflakkee

		Goeree- Overflakkee 2010		Goeree- Overflakkee 2015		Vergelijkbare plaatsen		Referentieset*	
		aantal		aantal		aantal		aantal	
		aantal	per 1.000	aantal	per 1.000	aantal	per 1.000	aantal	per 1.000
		inwoners		inwoners		inwoners		inwoners	
Leisure	Horeca	103	2,14	105	2,18	102	2,11	129	2,68
	Cultuur	15	0,31	12	0,25	9	0,19	16	0,33
	Ontspanning	11	0,23	18	0,37	15	0,31	15	0,31
Diensten	Verhuur	8	0,17	3	0,06	3	0,06	3	0,06
	Ambacht	54	1,12	54	1,12	60	1,24	62	1,29
	Financiële instelling	30	0,62	17	0,35	15	0,30	16	0,33
	Particuliere dienstverlening	21	0,44	30	0,61	30	0,62	23	0,48

*Referentieset gewogen naar inwoneraantal Goeree-Overflakkee

Bron: Locatus

Tabel 1.5: Leegstand per kern (2010 en 2015)

Woonplaats	2010		2015	
	Aantal verkooppunten	WVO	Aantal verkooppunten	WVO
Achthuizen	1	125	0	0
Den Bommel	2	206	0	0
Dirksland	6	2446	2	890
Goedereede	0	0	0	0
Herkingen	2	123	0	0
Melissant	3	217	1	40
Middelharnis	11	1495	18	2428
Nieuwe-Tonge	1	40	0	0
Ooltgensplaat	2	140	2	160
Ouddorp	4	686	8	1738
Oude-Tonge	9	1524	7	1340
Sommelsdijk	4	321	5	1633
Stad aan 't Haringvliet	0	0	0	0
Stellendam	5	3193	1	500
TOTAAL	50	10.516	44	8.729

Tabel 1.6: Aanbod Goeree-Overflakkee naar branchegroep

Branchegroep	Aantal	m ² wvo	Schaal (gem. omvang pand)	Gem. aanbod in m ² per 1.000 inwoners
Dagelijks	80	19.289	241	400
Mode en luxe	79	14.236	180	295
Vrije tijd	25	4.091	164	85
In en om huis	95	39.462	415	819
Detailhandel overig	16	1.907	119	1239
Totaal detailhandel	295	78.985	268	1639
Leegstand	44	8.729	198	181

Bron: Locatus

1.1.2 Detailhandelsstructuur

De kernen in Goeree-Overflakkee kennen duidelijk verschillende verzorgingsfuncties en bezoekmotieven. Hieruit kan een hiërarchische winkelstructuur gedestilleerd worden, die is weergegeven in figuur 1.3. Deze typering is aangepast op de verzorgingsfunctie van het collectief van winkels en sluit voor een groot deel aan op de hiërarchie van kernen-profilering uit de Regionale Structuurvisie Goeree-Overflakkee 2010.

Figuur 1.3: Hiërarchische winkelstructuur Goeree-Overflakkee



Figuur 1.4: Supermarktstructuur



Tabel 1.7: Typering winkelgebieden

Winkelgebied	Aantal verkoop-punten	WVO (in m²)	Winkelgebiedstype
1. Achthuizen	1	25	Verspreide bewinkeling
2. Den Bommel	4	792	Verspreide bewinkeling
3. Dirksland (Centrum)	21	3.554	Bovenlokaal centrum
4. Goedereede	7	1.565	Buurtcentrum
5. Herkingen	4	585	Buurtcentrum
6. Melissant	3	1.321	Buurtcentrum
7. Middelharnis (Centrum / Zuidelijke Randweg)	107	27.147	Hoofdwinkelgebied / PDV
8. Nieuwe-Tonge (Centrum)	8	1.012	Buurtcentrum
9. Ooltgensplaat (Centrum)	8	1.407	Buurtcentrum
10. Ouddorp (Centrum)	62	13.369	Hoofdwinkelgebied
11. Oude-Tonge (Centrum)	31	12.968	Bovenlokaal centrum
12. Sommelsdijk (Centrum)	19	8.168	Buurtcentrum
13. Stad aan 't Haringvliet	0	0	Verspreide bewinkeling
14. Stellendam (Centrum)	20	7.072	Bovenlokaal centrum

Hoofdwinkelgebieden

Een tweetal kernen hebben duidelijk een bovenlokale of zelfs regionale functie. Dit zijn de centra van Middelharnis en Ouddorp. Naast een sterk dagelijks aanbod is hier ook een groot niet-dagelijks aanbod en aanbod in leisure- en horecavestigingen te vinden. Deze kernen worden daardoor ook bezocht worden om recreatief te winkelen door inwoners uit de gehele gemeente en uit de regio. Daarnaast hebben ze ook een sterk toeristische functie voor bezoekers van buiten de regio.

Bovenlokale centra

Er zijn enkele kernen die duidelijk een boodschappenfunctie hebben en die men bezoekt voor het doen van doelgerichte aankopen. Dit zijn Oude-Tonge, Dirksland en Stellendam. Deze kernen zijn bovenlokaal verzorgend met een uitgebreider dagelijks aanbod en beperkt niet-dagelijks aanbod.

Buurtcentra

Daarnaast zijn er nog enkele kleinere kernen waar alleen supermarkt of dagwinkel aanwezig is en een zeer beperkt aanvullend aanbod dat vaak verspreid gelegen is. Dat zijn Sommelsdijk, Goedereede, Herkingen, Melissant, Nieuwe-Tonge en Ooltgensplaat. Deze centra typeren we als buurtcentrum.

Verspreide bewinkeling

De overige kernen (Den Bommel, Achthuizen en Stad aan 't Haringvliet) hebben een zeer beperkt of geen winkelaanbod en worden slechts bezocht voor het doen van doelgerichte aankopen.

Perifere detailhandel

In Middelharnis is perifere detailhandelslocatie Zuidelijke Randweg te vinden. Deze is als PDV-locatie door de Provincie aangemerkt. Onder PDV-branches vallen woninginrichting, doe-het-zelf en plant en dier en de verkoop van andere grootschalige artikelen, soms uitgebreid met electronica. Door de aanwezigheid van twee supermarkten (50% van het aanbod) functioneert de Zuidelijke Randweg niet als een traditionele PDV-locatie. Bovendien heeft deze ook maar een beperkte grootte en is er geen sprake van ruimtelijke samenhang van de concentratie. Ook in andere kernen is perifere detailhandel te vinden, veelal op kleine bedrijfsterreinen, echter deze is zo verspreid en versnipperd dat niet van een concentratie gesproken kan worden.

Bijzondere winkelvormen

Op Goeree-Overflakkee zijn er daarnaast ook nog andere vormen van detailhandel te vinden. Het betreft bijvoorbeeld boerderijverkoop (zie figuur 1.2), seizoenswinkels- en markten, tankstations, standplaatsen voor ambulante handel, SRV-wagens en groothandels- of internetbedrijven die ook rechtstreeks en ter plekke aan consumenten verkopen. Deze vormen worden niet (altijd) door Locatus geregistreerd en zodoende ook niet in onze statistieken opgenomen. Wij kenmerken dit ook wel als 'verborgen winkelaanbod'. Bijzondere vormen van detailhandel kunnen echter wel een belangrijke rol spelen in het op peil houden van de leefbaarheid van woonkernen. Een goed voorbeeld daarvan is Landwinkel 't Zand in Den Bommel. Deze winkel is ontstaan als nevenactiviteit van een landbouwbedrijf en heeft zijn activiteiten steeds verder uitgebreid. Momenteel worden er onder andere groenten, fruit, kaas, zuivel, brood, vlees, noten, eieren, chocolade, soepen en wijnen verkocht. Wekelijks staat Landwinkel ook met een marktkraam in Den Bommel en Achthuizen. Een ander voorbeeld is het tankstation in Stad aan 't Haringvliet, waar tegelijkertijd ook een fietsenzaak geëxploiteerd wordt. Daarnaast zijn er ook verschillende

groothandels of internetwinkels actief, die bijvoorbeeld een showroom annex winkel geopend hebben op afspraak.

1.1.3 Inzoomen op het aanbod

Na met name algemene gegevens met betrekking tot het aanbod op het eiland te hebben gepresenteerd, zoomen we navolgend nader in op de situatie in de verschillende kernen. Er is aandacht voor de ruimtelijk-functionele opzet, marktsegmentatie, aanwezigheid en locatie van trekkers, externe presentatie van zaken, bereikbaarheid, parkeren, enzovoort.

Middelharnis is de hoofdplaats van de gemeente met een fors winkelaanbod. Het centrum heeft een recreatieve functie wat terug te zien is in het aandeel van de hoofdgroep 'mode en luxe' op het totale aanbod in de gemeente. De kern Sommelsdijk is in feite vergroeid met Middelharnis, vandaar dat we in de navolgende beschrijving deze twee samen nemen. Het westelijke deel van het eiland is vanwege de ligging aan zee het deel met de meest toeristische functie. Hier heeft Ouddorp de sterkste positie qua winkelaanbod. Deze badplaats kent in het seizoen een forse toeristische toeloop. Dat zien we terug in het aanbod. Met name de branchegroepen 'mode en luxe' en 'vrije tijd' zijn bovengemiddeld vertegenwoordigd. De bewoners van het westelijk deel van het eiland zijn voor een deel ook georiënteerd op Hellevoetsluis. In het oostelijke deel van de gemeente is meer sprake van een versnipperde structuur van kleine kernen met een beperkt aantal inwoners. Dit verklaart ook het relatief geringe detailhandelsaanbod in dit deel van de gemeente. Zeker het recreatieve aanbod (branchegroepen 'mode en luxe' en 'vrije tijd') is hier minimaal. Positieve punten van het gehele eiland zijn de toeristische functie, overal gratis parkeren en de relatieve veiligheid (de leefbaarheid is overwegend zeer positief volgens Leefbarometer).

1. Achthuizen (1.134 inwoners)

De kern Achthuizen heeft een zeer beperkt inwoneraantal, waardoor er vrijwel geen draagvlak is voor winkelveorzieningen. Positief is dat er toch nog een kleine bakkerij gevestigd is. In de kern zijn ook nog een kapsalon, schoonheidssalon en café gevestigd. Deze zaken zullen hier zeker ook een sociale functie vervullen. In het verleden was er nog een kleine supermarkt, maar deze stond echter in 2010 al leeg en is inmiddels uit de markt gehaald. In Achthuizen zijn ook nog enkele verkooppunten die niet door Locatus geregistreerd staan, zoals enkele landbouwbedrijven en een tuincentrum. Ook staat er wekelijks een marktkraam van Landwinkel 't Zand.

Sterkten	Zwakten
- Aanwezigheid bakkerij - Aanwezigheid enkele diensten - Verborgен winkelaanbod	- Beperkt draagvlak voor voorzieningen

2. Den Bommel (1.702 inwoners)

Ook Den Bommel heeft net als Achthuizen een zeer beperkt inwoneraantal, waardoor er weinig draagvlak is voor winkelvoorzieningen. Opmerkelijk is wel dat het winkelaanbod ten opzichte van 2010 juist is toegenomen: er hebben zich drie nieuwe winkels gevestigd. In 2012 heeft zich in de kern een bakkerij gevestigd. Een woonwinkel was hier al gevestigd. Nieuw zijn ook een tweedehandswinkel en Landwinkel 't Zand. Hoewel deze laatste ver buiten de bebouwde kom vlakbij de N15 gelegen is, bedient de winkel wel wekelijks de kernen Den Bommel en Achthuizen met een marktkraam. Twee leegstaande panden zijn sinds 2010 uit het aanbod gehaald. In de kern is daarnaast een kleine jachthaven aanwezig.

Sterkten	Zwakten
- Aanwezigheid bakkerij	- Beperkt draagvlak voor voorzieningen

3. Dirksland (5.353 inwoners)

De kern Dirksland (voorheen een zelfstandige gemeente) kan worden getypeerd als een lokaal verzorgend centrum. Aantrekkingskracht op toeristen/recreanten is er niet of nauwelijks. De structuur van het centrum is duidelijk aan verandering onderhevig geweest de laatste jaren. Voor de dagelijkse boodschappen zijn de inwoners georiënteerd op de Coop (voorheen C1000) aan de rand van de kern, die met circa 850 m² wvo een gemiddelde omvang heeft. Ook een slagerij en Electro World zijn hier gevestigd. Op zaterdag wordt daar een weekmarkt gehouden. De overige voorzieningen liggen in het oude centrum aan de Voorstraat. Deze straat is per auto bereikbaar met parkeren aan straatzijde. De winkels aan de Boomvliet (supermarkt, slagerij, electro) en de winkels aan de Voorstraat hebben een beperkte onderlinge relatie. De koppeling via de autovrije Straatdijk is vrijwel niet aanwezig, aangezien deze straat meer het karakter heeft van een woonstraat dan van een winkelstraat. De leegstand in Dirksland neemt af. Tot slot is het opvallend dat de kern Dirksland in verhouding tot referentieplaatsen een beperkt aanbod heeft. Dit wordt veroorzaakt door de korte afstand tot de voorzieningen in Middelharnis en Sommeldijk.

Sterkten	Zwakten
- Compleet aanbod aan voorzieningen - Supermarkt van gemiddelde omvang - Goede bereikbaarheid via N215	- Winkels geen onderling geheel - Korte afstand tot Middelharnis

4. Goedereede (2.156 inwoners)

Met slechts 2.156 inwoners is het draagvlak voor winkelvoorzieningen in de kern Goedereede, gelegen tussen Ouddorp en Stellendam, beperkt. Goedereede is een kern met een rijk verleden, wat terug te zien is in de bebouwing. De haven was tot in de jaren '50 van de vorige eeuw direct ontsloten met de Noordzee en daardoor een belangrijke handelsplaats.

In 2013 is de gevestigde Coop Compact supermarkt omgebouwd naar Onzesupermarkt.com met een postservicepunt, geldautomaat, slijterij, stomerij en bezorgservice. Met 300 m² wvo is de vestiging aan de kleine kant. Dit initiatief borgt de aankoop van eerste levensbehoeften in de kern. Daarnaast is er in het dorp een bakker, antiekwinkel en een bloemenzaak. Opvallend is het aanbod in woon- en doe-het zelf: 3 winkels. Rondom de haven ligt een aantrekkelijke concentratie van horeca. Ook is er een museum gevestigd (de kerktoeren). Er is geen sprake van leegstand. Op donderdag is er een weekmarkt.

Sterkten	Zwakten
- Historische uitstraling en intiem karakter - Aanbod voor eerste levensbehoeften - Voorzieningen voor recreanten - Geen leegstand - Goede bereikbaarheid via N215	- Beperkt draagvlak voor voorzieningen

5. Herkingen (1.214 inwoners)

Herkingen is één van de kleinste kernen op het eiland. Logischerwijs heeft dat tot gevolg dat er weinig draagvlak is voor winkelvoorzieningen. De geïsoleerde ligging (uiterste zuiden) en bereikbaarheid per water (haven) / toeristische aantrekkingskracht zorgen er echter toch voor dat er detailhandelsvoorzieningen aanwezig zijn. Onlangs is er na het vertrek van Spar een kleinschalige supermarkt (Dagwinkel van 400 m² wvo) geopend die fungeert als buurtwinkel. Het aanbod wordt aangevuld met enkele andere winkels. Opvallend is dat enkele leegstaande units uit de markt zijn gehaald en inmiddels in gebruik zijn als woonhuis. Er zijn echter ook een aantal leegstaande panden die nog op herinvulling wachten. Rondom de haven zijn diverse horecazaken gesitueerd.

Sterkten	Zwakten
- Toeristische aantrekkingskracht in seizoen - Aanbod voor eerste levensbehoeften - Transformatie	- Beperkt draagvlak voor voorzieningen - Geïsoleerde ligging

6. Melissant (2.153 inwoners)

Het aantal inwoners van de kern Melissant is vergelijkbaar met Goedereede. Ook hier dus weinig draagvlak voor winkelvoorzieningen. Melissant is een woonkern vergelijkbaar met Stellendam en kent weinig tot geen toeristische aantrekkingskracht. Ook hier is nog een kleine supermarkt voor de eerste levensbehoeften gevestigd, namelijk Coop Compact. Het aanbod wordt aangevuld met kwaliteitsbakker Van Harberden. Het detailhandelsaanbod is de laatste jaren gehalveerd. Deze meters zijn uit de markt genomen.

Sterkten	Zwakten
- Aanbod voor eerste levensbehoeften - Goede bereikbaarheid via N215	- Beperkt draagvlak voor voorzieningen

7. Middelharnis (6.942 inwoners)

De kern Middelharnis is het hoofdcentrum van de gemeente en heeft een regionale en toeristische aantrekkingskracht. Daarbij zijn Middelharnis en Sommelsdijk dusdanig tegen elkaar aan gegroeid, dat ze samen feitelijk als één kern functioneren. Het centrum van Middelharnis functioneert als het centrum van beide kernen. Het totale aanbod in de kern heeft een omvang van 107 winkels en ruim 27.000 m² wvo. Dit is fors meer dan de referentieplaatsen. 40% hiervan behoort tot de branchegroep 'mode en luxe'. Met vier volwaardige supermarkten is ook de dagelijkse artikelensector goed vertegenwoordigd. De leegstand is in de periode 2010-2015 behoorlijk opgelopen: van circa 1.500 m² wvo tot circa 2.500 m² wvo.

Feitelijk bestaat het aanbod uit de volgende concentraties:

- Centrum Middelharnis
- Zuidelijke Randweg
- Doetinchemsestraat

In Sommelsdijk is er ook nog een beperkte winkelconcentratie in het oude centrum en zijn er diverse verspreide winkels aan de Dorpsweg. Hierop zal onder '12. Sommelsdijk' worden ingegaan. Ook liggen er meerdere winkels op bedrijventerrein Oostplaat in Middelharnis.

Centrum Middelharnis

In het centrum van Middelharnis zijn 92 winkels gevestigd, samen goed voor 16.372 m² wvo. Daarvan behoren 18 winkels (3.224 m² wvo) tot de dagelijkse artikelensector. Trekkers zijn de supermarkten Plus en Albert Heijn. In de niet-dagelijkse artikelensector zijn de warenhuizen Buijsse (zelfstandig) en HEMA trekkers. Het aanbod in het centrum kent een hoge filialiseringsgraad. Die ontwikkeling gaat ook snel getuige het feit dat het percentage (in termen van m² wvo) tussen 2010 en 2015 is gegroeid van 47% naar 62%.

Ruimtelijk gezien is het centrum gelegen op een lange dijk: 'd'n Diek'. De feitelijke situatie is dat de dijk bestaat uit drie (min of meer) afzonderlijke delen, van west naar oost. Het meest westelijke deel is het nieuwe deel van het centrum. Dat bestaat uit de winkels op het Zandpad, Beneden Zandpad en winkelpassage 't Knooppunt. Trekkers zijn supermarkt Albert Heijn en warenhuis HEMA. Subtrekkers zijn Blokker, Kruidvat en Van Haren. Vanwege het hoogteverschil functioneren de winkels op het hoger gelegen Zandpad moeizaam. Hier is ook leegstand.

Het middenstuk is (vanuit winkelperspectief) het zwakste stuk van het centrum. Dit zorgt ervoor dat bezoekers van het centrum lang niet altijd het oostelijke en westelijke front tijdens één bezoekmoment aandoen. Een tweetal recente branden heeft ervoor gezorgd dat er een braakliggend terrein is ontstaan aan het Zandpad waar woningen en 230 m² aan winkelruimte voor terugkeren. Het winkelblok aan het Beneden Zandpad nabij HEMA huisvest vooral winkels met een doelgerichte functie en heeft een verouderde uitstraling.

Aan deze straat wordt het winkelfront onderbroken door enkele woningen en het Diekhuus (cultureel podium). Het plein voor het Diekhuus maakt een verlaten indruk. Op hetzelfde stuk is ook aan het bovengelegen Zandpad sprake van forse leegstand en zijn veelal diensten gevestigd, wat een indicator is voor het matige functioneren.

Het oostelijke deel van het Zandpad (Westdijk genaamd) is aan twee zijden bewinkeld. Dit is het centrale en meest historische deel dat uitmondt bij de haven. Hier bevinden zich subtrekkers zoals Bruna, Kruidvat, TerStal, O'Moda et cetera. In de haven zijn horecavoorzieningen geclusterd. Echter, het gebied maakt een verlaten indruk. Een gemiste kans. De haven functioneert ook niet als passantenhaven. Op het lager gelegen deel gaat het Beneden Zandpad over in de Nieuwstraat, het Kerkepad en het plein hiertussen. Hier liggen onder andere supermarkt Plus, Xenos en de textielzaken Wibra en Takko. Het plein functioneert als parkeerterrein en heeft een matige uitstraling. De onderlinge relatie tussen de Westdijk en de Nieuwstraat is matig. Op het uiteinde van de Westdijk is dan ook veel leegstand.

Parkeren in het centrum is mogelijk aan de achterzijde van de dijk: aan het Gedempt Kanaal, het Spui(plein) en het terrein voor langparkeerders (Joost van den Vondellaan). Dit laatste terrein heeft een goede uitstraling, in tegenstelling tot het Spui(plein). Zowel vanaf het Beneden Zandpad als de achterzijde van de dijk is de verbinding met de verhoogde winkelstraat matig. Er zijn beperkt doorgangen en hellingbanen, hoge trappen en slechts één lift. Ook bij het cluster met de Plus is een aanzienlijke parkeerlocatie met een matige uitstraling. Parkeren is gratis, in enkele gebieden met een 'blauwe zone'.

Figuur 1.5: Structuurkaart Middelharnis



Zuidelijke Randweg

De perifere detailhandelslocatie Zuidelijke Randweg wordt feitelijk gevormd door de gebieden de Hofjes en de Korendreef, die op korte afstand van elkaar liggen. Het betreft een strategisch gelegen locatie aan de rand van de kern direct aan de provinciale weg N215. Op de Hofjes zijn twee winkels gelegen: bouwmarkt Gamma (3.138 m² wvo) en supermarkt Lidl (1.207 m² wvo). De winkels hebben een aantrekkingskracht die verder reikt dan Middelharnis/Sommelsdijk. Ook de Korendreef heeft een diffuus beeld vanwege het gemengde aanbod (supermarkt en keukens). Onmiskenbaar heeft supermarkt Agri-markt een grote aantrekkingskracht. Het is met circa 1.800 m² wvo tevens de grootste supermarkt op het eiland. Keukencentrum Tieleman is een specialistische aanbieder. De twee gebieden samen zijn door de Provincie aangewezen als de gemeentelijke PDV-locatie 'Zuidelijke Randweg'. Onder PDV-branches vallen traditioneel woninginrichting, doe-het-zelf en plant en dier en de verkoop van andere grootschalige artikelen, soms uitgebreid met electronica. Door het ontbreken van een ruimtelijke samenhang en de aanwezigheid van twee supermarkten functioneert de Zuidelijke Randweg echter niet als zodanig.

Doetinchemsestraat

Het aanbod aan de Doetinchemseweg is zeer beperkt. Eigenlijk is hier nauwelijks nog sprake van een winkelconcentratie. Er is echter wel een Action gevestigd en daarnaast een Chinees restaurant, autodealer en makelaarskantoor.

Sterkten	Zwakten
- Winkelhart van het eiland - Combinatie boodschappen doen en recreatief winkelen - Enkele sterke zelfstandig ondernemers - Combinatie van functies (winkels, horeca, cultuur, maatschappelijke voorzieningen) - Cultuur-historische elementen - Winkelgebied grenzend aan haven - Parkeercapaciteit - Gratis parkeren	- Langgerektheid van winkelgebied - Winkels geen aangesloten front - Negatieve tendens leegstand - Steeds minder zelfstandig ondernemers - Desolate uitstraling havengebied - Onvoldoende diversiteit horeca - Staat onderhoud vastgoed - Aantakking D'n Diek op aanliggende straten - Toegankelijkheid minder validen - Verlaten indruk Diekhuusplein - Uitstallingen kernwinkelgebied - Uitstraling Spuiplein - Uitstraling plein Kerkepad/Nieuwstraat/Spuikwartier - Trekkers buiten het centrum

8. Nieuwe Tonge (2.365 inwoners)

Tussen Middelharnis/Sommelsdijk en Oude-Tonge ligt Nieuwe-Tonge. De kern heeft een beperkt aantal inwoners en is bovendien gelegen tussen twee kernen met beiden een sterk winkelaanbod. Het draagvlak voor voorzieningen is dan ook laag. Aan de rand van het dorp is wel een SPAR buurtsuper gevestigd voor de eerste levensbehoeften. Daar-

naast is er een slijter, bloemenzaak, modezaak en winkel in cadeauartikelen te vinden, aangevuld met enkele specialistische winkels: een bruidsmodezaak en een aquarium- en hengelsportzaak. Opvallend is dat ten opzichte van 2010 het aanbod in diensten sterk is gedaald. Er is geen leegstand.

Sterkten	Zwakten
- Aanbod voor eerste levensbehoeften - Specialistische winkels - Geen leegstand - Goede bereikbaarheid via N215	- Beperkt draagvlak voor voorzieningen

9. Ooltgensplaat (2.607 inwoners)

Ooltgensplaat heeft een inwoneraantal dat vergelijkbaar is met Nieuwe-Tonge. Het dorp is wat geïsoleerd gelegen in de meest oostelijke punt van het eiland en minder goed bereikbaar via de N15. Wel heeft het een aantrekkelijke kleine jachthaven en is vlakbij aan het water het Fort Prins Frederik met omliggend vakantiepark gelegen. Hierdoor heeft het dorp wel een beperkte toeristisch/recreatieve functie. Er zijn dan ook diverse horeca-zaaken in het dorp gevestigd. Het winkelaanbod is beperkt tot een kleine supermarkt (Emté), aangevuld met een slijterij, slagerij, bloemenzaak, cadeauwinkel, fietsenwinkel, electronicazaak en een kleine bouwmarkt. De winkels bevinden zich verspreid over het dorp. Er staan twee winkels leeg. Op zaterdag is er een weekmarkt.

Sterkten	Zwakten
- Aanbod voor eerste levensbehoeften - Beperkt aanvullend aanbod - Toeristisch-recreatieve functie	- Beperkt draagvlak voor voorzieningen - Geïsoleerde ligging

10. Ouddorp (5.714 inwoners)

De kern Ouddorp kent één echt winkelgebied, zijnde het centrum. Daarnaast is er in de kern Ouddorp-Bad, bedoeld als zone voor (verblijfs)recreanten. Buiten de kern is nog recreatiegebied Brouwersdam gelegen. Onderdeel van Brouwersdam is Port Zélande, een omvangrijk recreatiepark. In dit gebied ligt ook een jachthaven aan de Grevelingen met diverse voorzieningen (horeca en detailhandel gericht op het strand).

Het centrum van Ouddorp heeft een belangrijke recreatieve en regionale functie. Het gebied is deels autovrij wat de centrumervaring bevordert. Grofweg clustert het centrum zich rondom de Dorpstienen en de kerk. Fase 1 van de Dorpstienen is recentelijk afgerond. Onder andere supermarkt Albert Heijn is hier naartoe verplaatst. Maar ook subtrekkers als de HEMA en Kruidvat zijn er gelegen. De ontwikkeling van Fase 2 gaat in de toekomst een keer spelen. Deze fase moet de aantakking met het 'oude' centrum bevorderen, maar de programmatische invulling is nog onbekend. Het gebied rondom de kerk is waar de overige commerciële voorzieningen zich clusteren. Het betreft de straten Raadhuisstraat, Weststraat en Hoenderdijk. Het aanbod bestaat uit een mix van filiaalbe-

drijven en zelfstandigen. Het lage en middensegment domineert. Ouddorp heeft te maken met grote fluctuaties in de bezoekersaantallen als gevolg van het toerisme. Er is dan ook opvallend veel seizoensgebonden bedrijvigheid aanwezig. Het detailhandelsaanbod buiten beschouwing latende, bestaat het aanbod veelal uit horecazaken. Op korte afstand van het centrum is nog een tweede supermarkt gelegen (Jumbo). Ouddorp heeft ook een groot aanbod in leisure, namelijk 30% van het gehele aanbod in de gemeente. Dit zijn met name horecazaken. Op dinsdag is er een weekmarkt.

De leegstand in Ouddorp bedraagt 5,7% van het aantal panden en 8,0% van het vloeroppervlak. Dit is lager dan in referentiegemeenten, maar wel een meer dan verdubbeling ten opzichte van 2010. Dit is te verklaren doordat het voormalige pand van Albert Heijn aan het Molenblok nog leeg staat.

Sterkten	Zwakten
- Compleet voorzieningenniveau - Recreatieve functie - Combinatie winkelen / horeca / cultuur / maatschappelijke voorzieningen - Dorpstienden fase 1 met parkeren - Twee volwaardige supermarkten - Autovrije winkelstraat - Sterke weekmarkt - Gratis parkeren - Goede bereikbaarheid via N215	- Aantakking hoofdstraat en zijstraten - Schommelingen leegstand - Relatie en verbinding met Ouddorp-Bad - Ontbreken goede fietsvoorzieningen - Segmentering aanbod - Parkeren piekmomenten - Bewegwijzering

11. Oude Tonge (4.829 inwoners)

De kern Oude-Tonge heeft duidelijk een bovenlokale functie, die met name een functie vervult voor het oostelijk deel van eiland. Opvallend is dat het aanwezige winkelvloeroppervlak vergelijkbaar is met dat in Ouddorp. In Oude-Tonge zijn slechts 30 winkels gevestigd, maar de panden zijn gemiddeld groter van omvang. Dit is deels te verklaren door het in 2010 nieuw geopende winkelcentrum Dabbehof, die winkels van een moderne schaalgrootte heeft. De winkelpassage huisvest supermarkten Albert Heijn en Aldi en heeft een bovengelegen parkeerdek. Samen met de tegenover gelegen winkels aan de Dabbestraat maakt het geheel een zeer verzorgde en goed functionerende indruk. Wekelijks is er ook een markt. Oude-Tonge heeft een beperkte toeristisch-recreatieve functie, die samenhangt samen met de aanwezige jachthaven. Alle horeca in de kern is in de nabijheid daarvan gevestigd. De leegstand in Oude-Tonge is opgenomen ten opzichte van 2010. Dit hangt samen met de gerealiseerde ontwikkeling rondom de Dabbehof/Dabbestraat. In de Nieuwstraat is wel nieuwe leegstand ontstaan. Deze straat verliest duidelijk zijn winkelfunctie ten opzichte van het gebied rondom de twee supermarkten.

Sterkten	Zwakten
- Modern winkelcentrum - Goed functionerend - Evenwichtig en compleet aanbod - Parkeercapaciteit - Gratis parkeren - Goede bereikbaarheid via N215	- Leegstand Nieuwstraat - Relatie haven en winkelfunctie (solitaire bezoeken) - Eenrichtingsverkeer

12. Sommelsdijk (7.304 inwoners)

Het dorp Sommelsdijk is de grootste kern van het eiland Goeree-Overflakkee. Het dorp gaat vloeiend over in Middelharnis, het tussengebied is inmiddels volgebouwd waardoor het aantal inwoners fors is gegroeid. Sommelsdijk heeft een aantrekkelijk oud centrum (gebied rondom de Voorstraat) met tientallen rijksmonumenten. Hier liggen enkele kleinschalige winkels, het Streekmuseum en een enkele horecazaak. De weekmarkt met circa 25 kramen is een trekker voor het eiland. Voor de boodschappen zijn de inwoners aangewezen op het centrum van Middelharnis of op de Albert Heijn aan de Dorpsweg. Echter, deze supermarkt (één van de grootste van het eiland) ligt middenin een woongebied en heeft geen relatie met de winkels in het centrum. Een andere optie is de Ekoshop aan de Oudlandsedijk. Aan de Dorpsweg zijn verspreid nog enkele andere winkels gelegen. De leegstand is in de periode 2010-2015 fors opgelopen. Deze bevindt zich met name aan de Oostdijk (feitelijk het verlengde van D'n Diek in Middelharnis) en de Westelijke Achterweg. Het gaat onder andere om twee panden van grote omvang (440 en 1.000 m² vvo). Als het om recreatief winkelen gaat, zijn de inwoners georiënteerd op het centrum van Middelharnis. Hierdoor is het aanbod in Sommelsdijk relatief beperkt.

Sterkten	Zwakten
- Historische uitstraling - Behoorlijk draagvlak - Sterke weekmarkt	- Bereikbaarheid en parkeren Albert Heijn - Leegstand loopt op - Korte afstand tot Middelharnis - Relatie weekmarkt met Middelharnis

13. Stad aan 't Haringvliet (1.331 inwoners)

Ook in Stad aan 't Haringvliet is nauwelijks draagvlak voor winkelvoorzieningen. Door zijn ligging is deze kern sterk georiënteerd op Middelharnis. Volgens Locatus zijn hier geen winkels gehuisvest. Wel zijn er een fitnesszaak, een kapper en een lunchroom nabij de jachthaven gevestigd. In 2010 is de hier voorheen gevestigde supermarkt gesloten. Wel rijdt er nog een SRV-wagen. In de kern blijken ook nog enkele andere winkels te bestaan. Bijvoorbeeld tankstation G. Kamp die ook een fietsenzaak exploiteert en een watersportwinkel in de haven. Ook zijn er enkele internetwinkels met een showroom en afhaalmogelijkheid actief (Grenen & Zo, Vitadier, Kayakwinkel).

Sterkten	Zwakten
- Aanbod van enkele diensten - Beperkt voorzieningenniveau door 'verborgen' winkelaanbod - Aanwezigheid jachthaven	- Beperkt draagvlak voor voorzieningen - Geen aanbod voor eerste levensbehoeften - Geïsoleerde ligging

14. Stellendam (3.396 inwoners)

De kern Stellendam kan feitelijk worden verdeeld in het woongebied (in het zuiden en ten oosten van de provinciale weg N57) en de jachthaven in het noorden. Het aanbod in de kern Stellendam kan worden getypeerd als lokaal verzorgend. Aan het Oranjeplein middenin het woongebied is een concentratie van voorzieningen gelegen. Vanuit ruimtelijk perspectief oogt het als een buurtcentrum. Toeristische aantrekkingskracht is er niet of nauwelijks. De trekker is supermarkt Plus, die met 950 m² wvo gemiddeld van omvang is. Andere winkels zijn onder andere Electrozaak Eurosonics, drogisterij DIO en een bloemist. De andere winkels in Stellendam zijn gelegen op een tweetal kleine bedrijventerreinen, ten oosten van de haven en ten noorden van het woongebied. Er is onder andere een bouwmarkt gevestigd (Multimate), een paar meubelzaken en een kringloopwinkel. Ook bij de haven liggen nog wat commerciële voorzieningen (horeca en watersport). Wekelijks is er een kleine markt.

De leegstand is zeer laag en is sterk afgenomen ten opzichte van 2010. Een groot pand op het bedrijventerrein is deels opnieuw ingevuld door een tweedehandswinkel en een aantal leegstaande panden op het Oranjeplein zijn opnieuw verhuurd na een renovatie.

Sterkten	Zwakten
- Aanwezigheid volwaardige supermarkt - Overig boodschappenaanbod - Goede bereikbaarheid via N215	- Geen relatie jachthaven en woongebied - Centrum geen verblijfsgebied

1.2 Vraaganalyse

1.2.1 Bevolkingsontwikkeling

De gemeente Goeree-Overflakkee heeft op 1 januari 2015 48.200 inwoners⁵. Volgens de prognose van CBS (01-10-2013) daalt het inwoneraantal in eerste instantie licht in de komende jaren om daarna weer toe te nemen. In 2015 zou het inwoneraantal 47.800 bedragen, in 2020 ca. 48.000, in 2025 ca. 48.400 inwoners en in 2030 circa 49.100 inwoners. De prognose van Primos / ABF⁶ (18-11-2014) gaat juist uit van een verdere bevolkingskrimp, namelijk 48.174 in 2015, 48.104 in 2020, 47.720 in 2025 en 47.087 in 2030.

⁵ Gemeente Goeree-Overflakkee

⁶ Primos bevolkingsprognose van ABF Research. Deze jaarlijkse prognose wordt al ruim 30 jaar opgesteld, onder andere voor het Ministerie van BZK. Sinds 2014 de enige nationaal uitgevoerde bevolkingsprognose op gemeenteniveau.

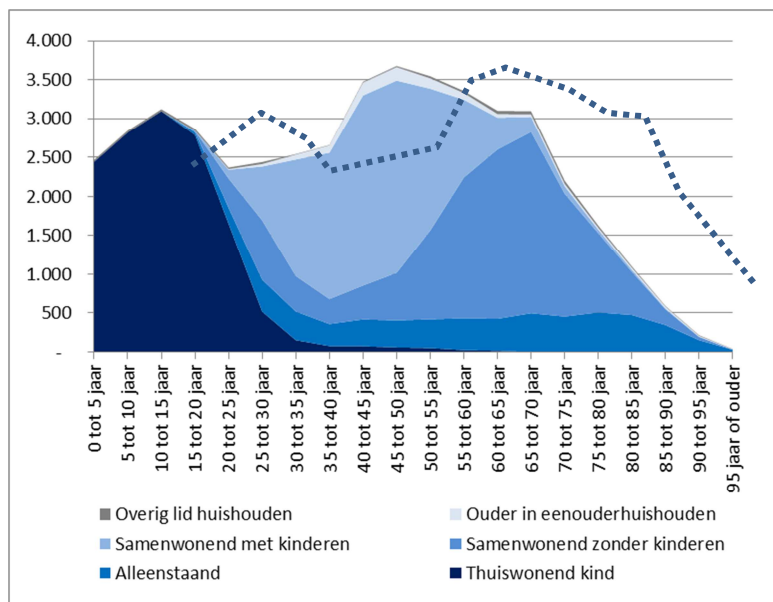
De bevolkingsprognose van de Provincie Zuid-Holland van een lichte groei van 48.271 in 2015 naar 48.615 in 2020, 48.730 in 2025 en 48.591 in 2030. Aangezien alle drie de prognoses een ander beeld schetsen gaan wij voor de marktruimteberekening uit van een stabilisatie op het huidige inwoneraantal.

Tabel 1.8: Aantal inwoners Goeree-Overflakkee

Kern	Inwoneraantal
1. Achthuizen	1.134
2. Den Bommel	1.702
3. Dirksland	5.353
4. Goedereede	2.156
5. Herkingen	1.214
6. Melissant	2.153
7. Middelharnis	6.942
8. Nieuwe-Tonge	2.365
9. Ooltgensplaat	2.607
10. Ouddorp	5.714
11. Oude-Tonge	4.829
12. Sommeldijk	7.304
13. Stad aan 't Haringvliet	1.331
14. Stellendam	3.396
Totaal	48.200

Op Goeree-Overflakkee is wel duidelijk sprake van vergrijzing. Figuur 2.8 geeft aan hoe de opbouw en samenstelling van de bevolking momenteel is en hoe deze over 15 jaar verschoven zal zijn. Momenteel is al 19% van de bevolking 65 jaar of ouder en 21% tussen de 50 en 65 jaar. Deze groepen zullen sterk groeien in de komende jaren. Het hoogtepunt van de vergrijzing zal in 2040 liggen. Ook is er sprake van ontgroening, aangezien het aantal kinderen tot 14 jaar juist zal afnemen. De cijfers ten aanzien van vergrijzing en ontgroening ligt aanmerkelijk hoger dan de landelijk gemiddelden.

Figuur 1.5: Bevolkingsopbouw Goeree-Overflakkee naar huishoudens (2014)



1.2.2 Bestedingen

Inkomensniveau en bestedingen

Het gemiddelde inkomensniveau in de gemeente Goeree-Overflakkee ligt met een bedrag van € 15.300,- per hoofd van de bevolking ca. 1,3% boven het landelijk gemiddelde van € 15.100,- per hoofd. Omdat het inkomen per hoofd van de bevolking in de gemeente minder dan 5% afwijkt van het landelijke gemiddelde hoeft geen correctie toegepast te worden op de te hanteren bestedingen in de benadering van het huidige functioneren en de marktruimte. In Nederland werd in 2013 er in de diverse branchegroepen het volgende per hoofd van de bevolking besteed⁷: dagelijks € 2.462,-, mode en luxe € 942,-, vrije tijd € 230,-, in en om het huis € 1.094 en overige detailhandel € 91,-.

Effecten internet tot 2025

Omdat in de HBD-cijfers⁸ reeds de internetbestedingen via multichanneling worden meegenomen, gaat het slechts om een toename van de bestedingen via ondernemingen die alleen een online verkoopkanaal hebben (pure players).

De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De opkomst van afhaalpunten verandert dit mogelijk. De afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met 2% gestegen, de verwachting is dat de groei ook de komende jaren door zal zetten. BRO houdt in de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector in de berekeningen echter gelijk aan de huidige bestedingen om de toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren.

In de niet-dagelijkse sector is de impact van internetaankopen reeds groot en deze zal ook nog fors groeien. In de berekeningen wordt ten gevolge van een toename van de bestedingen via 'pure players' op het internet voor alle niet-dagelijkse branchegroepen uitgegaan van een lager bestedingsvolume (-5%). De bestedingsbedragen bedragen hiermee: mode & luxe € 894,-, vrije tijd € 219,-, in en om het huis € 1.039,- en overige detailhandel € 86,-.

Toerisme en recreatie

Goeree-Overflakkee ontvangt jaarlijks vele verblijfsrecreanten en dagjesmensen die geld besteden op het eiland. Aan de hand van gegevens van het Kenniscentrum Kusttoerisme (2010-2011 en 2014) kan een inschatting gemaakt worden van de toeristische uitgaven

⁷ Hierin zijn de detailhandelsbestedingen via 'pure-players' op het internet niet meegenomen. Enkel de bestedingen via multi-channeling zijn hierin meegenomen.

⁸ De huidige omzetkengetallen van het HBD (Hoofd Bedrijfschap Detailhandel) zijn allesomvattend, dat wil zeggen inclusief de opbrengsten uit verkoop aan niet-particulieren en inclusief de opbrengsten uit verkoop via niet-winkelkanalen. De internetbestedingen bij winkels met zowel een fysieke als online winkel (multi-channel) zijn hierin dus ook meegenomen.

op het eiland. In zowel 2010 als 2012 vonden op Goeree-Overflakkee ca. 1.5 miljoen Nederlandse overnachtingen plaats. Per accommodatievorm is een ander uitgavepatroon te onderscheiden: uitgaven in de detailhandel zijn lager voor hotelgasten dan voor hen die in een bungalow of op een camping verblijven. De gemiddelden per accommodatietype liggen tussen de ca. €6,50 en €9,50 per dag. Volgens de verdeling van overnachtingen naar accommodatievorm op Goeree-Overflakkee (2010) zou dat betekenen dat jaarlijks ca. €13,6 miljoen door Nederlandse toeristen wordt besteed. Het aantal buitenlandse overnachtingen wordt ingeschat op ca. 25% van het aantal Nederlandse overnachtingen, ofwel 375.000 overnachtingen. Dit is een stuk lager dan de 45% in Zeeland, maar te verklaren door de mindere bereikbaarheid van het eiland en de nabijheid van Rotterdam. Deze gasten verblijven vaker in hotels en geven daardoor minder uit in de detailhandel. We schatten hun totale bestedingen in de detailhandel op €2,4 miljoen. Daarbovenop komen nog de uitgaven van dagjesmensen. In Zeeland wordt ca. de helft van de economische toegevoegde waarde van de vrijetijdssector gecreëerd door verblijfstoerisme en ca. 44% door dagbezoek. Indien we deze verdeling ook op Goeree-Overflakkee van toepassing verklaren, dan betekent dat dat dagtoeristen nog eens €12,8 miljoen aan detailhandelsomzet opleveren. In totaal leidt dat tot een inschatting van de jaarlijkse detailhandelsomzet gerelateerd aan toerisme van $€13,6 + €2,4 + €12,8 = €28,8$ miljoen.

1.3 Trends & ontwikkelingen

1.3.1 Algemene trends en ontwikkelingen

De belangrijkste trends en ontwikkelingen in de wereld van detailhandel worden navolgend kort beschreven. Dit zijn landelijke trends die niet zonder meer één op één kunnen worden geprojecteerd op de detailhandelssituatie in de gemeente Goeree-Overflakkee, maar wel een indicatie geven over de toekomstige ontwikkeling van de detailhandel waar in het beleid en de plannen rekening mee moet worden gehouden.

Aanbodzijde

Schaalvergroting

De trend tot schaalvergroting zet ook de komende jaren door. Voor een rendabel functioneren is een steeds groter vloeroppervlak nodig. Dit uit zich vooral onder supermarkten. In grote steden maken supermarkten een schaa sprong naar megasupermarkten, maar ook in kleinere plaatsen is een schaa sprong zichtbaar.

Branche- en sectorvervaging

De gedachte dat branche-indelingen relevant zijn voor een consument is een achterhaald concept. Branchevervaging, of beter gezegd het fenomeen dat we in vast omlijnde branches willen denken en doen, is een gedachte die is gebaseerd op het feit dat de aanbodzijde een leidende rol heeft. De sectoren retail en horeca merken steeds meer van het

fenomeen branchevervaging, in dit kader sectorvervaging of 'blurring' genoemd. Het is steeds normaler geworden dat een gewone winkel ook een horecapunt heeft in hetzelfde pand. Op die manier kan ingespeeld op de beleving van de consument.

Brancheverbreiding

Er is naast branchevervaging op veel perifere detailhandelslocaties sprake van brancheverbreiding (aanwezigheid meer winkels in andere branches dan de klassieke PDV-branches). Dit resulteert in aantrekkelijkere perifere detailhandelslocaties, maar kan in sommige gevallen ook zorgen voor een toenemende concurrentie met reguliere winkelgebieden.

Toenemende leegstand

Sinds 2006 is de winkelleegstand langzaam aan het oplopen. De meeste experts verwachten dat deze ontwikkeling voorlopig doorzet. Nederland kent ruim 31 miljoen vierkante meters winkelvloeroppervlakte, verdeeld over zo'n 222.000 winkels. De gemiddelde winkelleegstand in verkooppunten bedroeg op 1 januari 2015 7,5%, oftewel 16.775 winkels. Gemeten in winkelvloeroppervlakte was dit ruim 3,5 miljoen m² wvo.

Concurrentie tussen steden en winkelgebieden neemt toe

Winkelgebieden hebben te maken met toenemende concurrentie als gevolg van toenemende internetbestedingen, veranderend consumentengedrag en de eerder genoemde toenemende leegstand. Landelijk concentreert de toename van de leegstand zich vooral in krimpgebieden, de centra van middelgrote plaatsen, kleine dorpen, buurtwinkelcentra en zoals gezegd de randgebieden van grotere binnensteden. De concurrentie is in deze winkelgebieden het hevigst.

Het Nieuwe Winkelen

De manier waarop consumenten hun aankopen doen verandert. Consumenten kopen en oriënteren zich zowel in de fysieke winkel als online, ook wel cross- of multichanneling genoemd. Over de afgelopen jaren is het gebruik van het internet als oriëntatiekanaal om te winkelen flink gestegen. Ondernemers die e-commerce goed weten te combineren met fysieke verkooppunten hebben concurrentievoordeel ten opzichte van ondernemers die zich richten op één verkoopkanaal. Een drietal ontwikkelingen speelt een belangrijke rol bij Het Nieuwe Winkelen (HNW). Consumenten zijn mobiel bereikbaar (*mobiel*). Zij staan in contact met hun vrienden (*sociaal*). Bovendien zijn ze, doordat ze een mobiele telefoon hebben, te lokaliseren (*lokaal*). De veranderende consument combineert tijdens het winkelen de mogelijkheden van de drie genoemde ontwikkelingen; dit wordt Het Nieuwe Winkelen genoemd.

Opkomst webwinkels en afhaalpunten

Naast de traditionele winkels verrijzen webwinkels, 'multi'- of 'omnichannel' aanbieders en afhaalpunten. Bij afhaalpunten kan de klant de internethandel bezoeken om de bestelde artikelen af te halen of te retourneren. Ook zijn er afhaalpunten waar producten

gepresenteerd worden en artikelen gekocht of besteld kunnen worden; de webwinkel. Meerdere supermarktorganisaties zijn momenteel bezig om een netwerk van afhaalpunten (pick up points) op te zetten. Deels gebeurt dat bij bestaande winkels, deels op goed bereikbare locaties zoals bij tankstations of op bedrijventerreinen.

Kleine kernen en buurtstrips onder druk

De ondernemers in de kleine kernen, kleine buurtstrips en in de verspreide bewinkeling hebben het moeilijk, mede veroorzaakt door het beperkte lokale draagvlak, de kleinschaligheid van het aanbod, het veelal ontbreken van trekkers en de positie van de zelfstandige die steeds meer onder druk staat. De consument pakt bovendien steeds vaker de auto om boodschappen te doen in een compleet boodschappencentrum dat niet te ver van huis ligt. Het is geen automatische keuze meer om de meest nabije winkels te kiezen.

Vraagzijde

Economie klimt uit het dal

We kijken terug op jaren van economische tegenspoed waarvan de gevolgen zichtbaar zijn in de samenleving. Nederlandse economen verwachten in 2015 een traag herstel van de economie. De eerste positieve signalen hebben ons inmiddels bereikt. Het vertrouwen in de woningmarkt neemt toe en voorzichtig stijgt het uitgavenpatroon. Het herstel is echter broos en invloedrijke economen voorspellen nog jaren economische stagnatie.

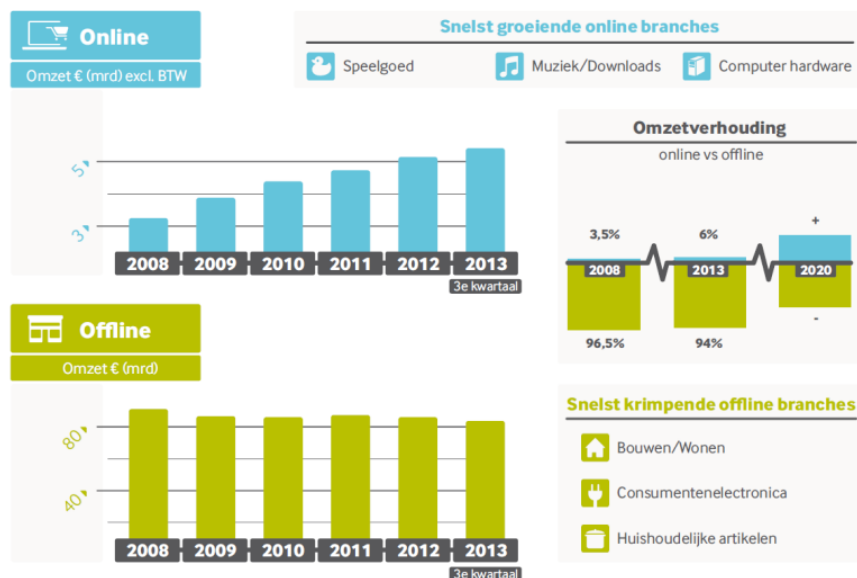
Veranderd consumentengedrag

Ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, evenzo heeft het veranderende koopgedrag gevolgen voor de aanbodstructuur. Door ervaring en de overvloed aan informatie is de hedendaagse consument kritisch. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

- Gemiddeld wordt minder tijd besteed aan winkelen en boodschappen doen.
- De consument bezoekt steeds vaker grotere winkels en winkelcentra (het gemak van ruime keuze).
- Door een grotere mobiliteit is het referentiekader van consumenten in de afgelopen jaren ruimer geworden. Men stapt makkelijker in de auto naar een ander winkelgebied, ook buiten de regio. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (winkelinrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden als gevolg hiervan belangrijker.
- De consument stelt steeds hogere eisen aan de keuzemogelijkheid in winkels (volledige assortimenten), maar de prijs heeft wel aan belang gewonnen. Deze prijsbewuste consument is sterk op discounters georiënteerd.
- De consument waardeert verruiming van de winkeltijden. Koopzondagen zijn in toenemende mate populair onder winkelend publiek. De opkomst van het 'nieuwe werken' en wisselende tijdspatronen creëren een wens naar avond- en zondagopenstellingen.

Omzetstijgingen via internet

Figuur 1.6: Online versus offline detailhandel⁹



De detailhandelsomzet via internet besloeg in 2014 €7 miljard, ofwel circa 7,6% van de totale detailhandelsomzet¹⁰. Dit betreft zowel bestedingen bij webwinkels van winkeliers die ook een fysieke winkel hebben als bestedingen bij pure players (alleen webwinkel). De online omzet in diensten is hier niet in meegenomen. De omzet van online detailhandel groeide de laatste jaren snel, met meer dan 10% per jaar tot en met 2010, de laatste jaren ligt deze rond de 8,5%. Zoals de afbeelding weergeeft, in 2013 stegen de online verkopen het hardst in de branches speelgoed, muziek/downloads en computer hardware. Nog altijd laat speelgoed de grootste groei zien en is er veel groei in de dienstensector¹¹. Een verdere stijging van de online omzet wordt verwacht, ook binnen de foodsector.

De consument kijkt en koopt tegenwoordig wanneer dat hem het beste uitkomt en steeds vaker is dat via internet. Het aankoopmoment is door internet immers 24/7 mogelijk. Van de Nederlandse internetgebruikers (97% van de bevolking) is 83% een e-shopper en 61% een frequente e-shopper (heeft in de laatste 3 maanden een online aankoop gedaan). Internetters tussen 25 en 45 jaar (73%) en hoogopgeleiden (74%) zijn het vaakst frequente online shoppers¹².

Om hier goed op in te kunnen spelen is het aanbieden van aanbod via één kanaal, niet meer voldoende. Uit onderzoek is gebleken dat steeds meer retailers zich bewust zijn

⁹ Bron: Winkelgebied van de toekomst: bouwstenen voor publiek-private samenwerking. Platform 31, 2014. Afbeelding door Kate Snow Design

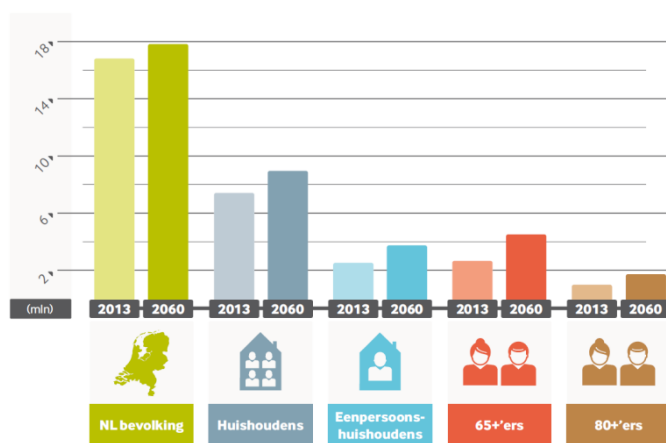
¹⁰ Bron: Thuiswinkel.org (16 maart 2015), Nederlanders besteden in 2014 bijna € 14 miljard online.

¹¹ Bron: PostNL, Persbericht (11 juni 2015), Online is booming: 19% meer online aankopen in Q1 2015 ten opzichte van Q1 vorig jaar.

¹² Bron: InRetail: Internetgebruik. <https://www.inretail.nl/kennis-en-inspiratie/internetgebruik/>

van multichanneling. Begin 2013 doet 91% van de onderzochte 188 retailers aan online verkoop, tegenover 80% in 2012¹³. Ongeveer twee derde van de online omzet van het midden- en grootbedrijf in de detailhandel komt van de pure internetverkopers. Het aandeel van multi-channelers groeit wel het hardste: in het eerste kwartaal van 2015 nam de online omzet toe met ca. 24% ten opzichte van 14% groei bij pure players¹⁴.

Figuur 1.7: Visuele weergave demografische transitie¹⁵



Demografische transitie

Een structurele factor in de ontwikkeling van winkelgebieden vormen de demografische transitie die in verschillende delen van Nederland plaatsvinden. Het gaat met name om vergrijzing, ontgroening en de toe- en afname van huishoudens- en bewonersaantallen. Deze demografische veranderingen hebben onder meer gevolgen voor de lokale werkgelegenheid en het draagvlak voor en betaalbaarheid van maatschappelijke voorzieningen.

1.3.2 Beleidskaders

Provincie Zuid-Holland

De provincie Zuid-Holland heeft het ruimtelijke beleid vastgelegd in de Visie Ruimte en Mobiliteit, de Verordening ruimte 2014 en de Programma's ruimte en mobiliteit¹⁶. Het provinciale detailhandelsbeleid is gericht op een gezonde detailhandelsstructuur, waarbij leegstand, afname van de ruimtelijke kwaliteit en aantasting woon- en leefklimaat worden voorkomen. De provincie zet in op versterking door vooral kwalitatief te verbeteren en de beschikbaarheid en bereikbaarheid van detailhandelsvoorzieningen te garanderen.

De dynamiek in de detailhandel wordt bevorderd vanwege het grote economische belang van deze sector. Een optimaal functionerende detailhandelsstructuur draagt bij aan de

¹³ Bron: Etailtrends, uitgave 1 (2013)

¹⁴ Bron: CBS, Persbericht (12 mei 2015). Online omzet detailhandel groeit flink in eerste kwartaal 2015

¹⁵ Bron: Winkelgebied van de toekomst: bouwstenen voor publiek-private samenwerking. Platform 31, 2014. Afbeelding door Kate Snow Design

¹⁶ Bron: Visie ruimte en mobiliteit - Verordening Ruimte 2014, Provincie Zuid-Holland, juli 2014

leefbaarheid en ruimtelijke kwaliteit in het stedelijk gebied. Voor alle winkelgebieden, zowel regulier als perifeer, geldt dat kwalitatieve verbetering leidend is ten opzichte van kwantitatieve versterking. Dit ter voorkoming van verdere leegstand en het disfunctioneren van de structuur.

Toevoeging van winkelmeters

Toevoeging van winkelmeters kan slechts in enkele perspectiefrijke onderdelen van de bestaande provinciale detailhandelsstructuur aan de orde zijn. Uitgangspunt is dat nieuwe detailhandel gevestigd moet worden in de bestaande winkelgebieden.

In het Programma Ruimte is met betrekking tot de provinciale detailhandelsstructuur opgenomen dat deze bestaat uit drie categorieën: 'te ontwikkelen centrum', 'te optimaliseren centrum' en de 'overige aankoopplaatsen'. De eerste twee categorieën omvat het geheel aan hoofd- en ondersteunende centra met een bovenlokale functie. De overige aankoopplaatsen vervullen een lokale functie.

Binnen Goeree-Overflakkee behoort het centrum van Middelharnis tot de categorie 'te optimaliseren centra'. Dit betekent dat gewerkt moet worden aan de verbetering van de (concurrentie)positie met alle denkbare middelen, zonder netto toevoeging van winkelmeters. Een eventuele beperkte uitbreiding van winkelmeters moet in het teken staan van structuurverbetering van het centrum.

Ten aanzien van overige aankoopplaatsen stelt de Provincie dat zij veelal niet in omvang kunnen groeien omdat zij soms mindertoekomstperspectief hebben. Wel komen deze plekken in aanmerking voor herstructurering (facelift, herprofilering of functieverandering) met aandacht voor de leefbaarheid van kleine kernen en buurten. Een groei van het winkeloppervlak kan slechts aan de orde zijn vanuit het oogpunt van leefbaarheid, bevolkingsgroei of saldering bij herstructurering.

Ten aanzien van overige bovenlokale ruimtelijke effecten van grootschalige detailhandelsontwikkelingen, vindt de provincie het van belang dat nieuwe grootschalige ontwikkelingen in regionaal verband worden afgestemd. In de Verordening ruimte is aangegeven dat nieuwe detailhandel binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentraties moet worden gerealiseerd. Voor (ontwerp)bestemmingsplannen die nieuwe detailhandel groter dan 2.000 m² bruto vloeroppervlak binnen de centra mogelijk maken, moet worden aangetoond dat het woon- en leefklimaat en de ruimtelijke kwaliteit niet onevenredig wordt aangetast. Het gaat daarbij onder meer om het voorkomen van onaanvaardbare leegstand. Met het oog hierop is advies nodig van de Adviescommissie Detailhandel en wordt zonodig een distributieplanologisch onderzoek (DPO) uitgevoerd.

Perifere detailhandel

De Provincie heeft perifere opvanglocaties aangewezen voor grootschalige detailhandel in meubelen (inclusief in ondergeschikte mate woninginrichting) met een minimumopper-

vlakke van 1.000 m² bruto vloeroppervlak en voor detailhandel in keukens, badkamers, vloerbedekking, parket, zonwering en jacuzzi's. De PDV-locatie in Middelharnis is door de Provincie als zodanig aangewezen. Voor (ontwerp)bestemmingsplannen die nieuwe detailhandel groter dan 1.000 m² bruto vloeroppervlak op een PDV-locatie mogelijk maken, moet worden aangetoond dat het woon- en leefklimaat en de ruimtelijke kwaliteit niet onevenredig wordt aangetast. Voor tuincentra en bouwmarkten met een minimum bruto vloeroppervlakte van 1.000 m² geldt dat zij op bedrijventerreinen gehuisvest worden. In beide gevallen gelden net als bij detailhandel in centra dezelfde eisen ten aanzien van het niet aantasten van het woon- en leefklimaat, het voorkomen van onaanvaardbare leegstand en dezelfde eisen rond een DPO en Adviescommissie Detailhandel-advies. Daarnaast biedt de Provincie meer ruimte voor ondergeschikte productiegebonden detailhandel.

Internethandel

De Provincie beschouwt afhaalpunten voor internetdetailhandel als een vorm van detailhandel. Afhaalpunten van niet-dagelijkse artikelen met showroom en afhaalpunten van dagelijkse artikelen zijn enkel toegestaan in winkelconcentraties. Afhaalpunten van niet-dagelijkse artikelen zonder showroom zijn ook daarbuiten toegestaan, bijvoorbeeld op bedrijfsterreinen, kantoorlocatie en brandstofverkoopplaatsen.

Regionaal beleid (Zuid-Holland Zuid)

In december 2012 heeft de stuurgroep van het Regionaal Economisch Overleg Zuid-Holland Zuid de Regionale structuurvisie en het Beleidsplan PDV vastgesteld. Hierin is opgenomen dat er nog maar drie te versterken PDV-locaties zijn. De PDV-locatie in Middelharnis aan de Zuidelijke Randweg behoort daar niet toe. Op deze locatie is slechts vestiging van nieuwe detailhandelsbedrijven toegestaan voor initiatieven met een aantoonbaar lokaal karakter.

Gemeente Goeree-Overflakkee

Sinds 1 januari 2013 zijn de tot voorheen zelfstandige gemeenten Goedereede, Middelharnis, Dirksland en Oost-Flakkee samengevoegd tot één gemeente. Een gemeentelijk beleid op het vlak van detailhandel ontbreekt daardoor op dit moment. Wel zijn er in het verleden enkele eiland brede 'regionale' visies en het gemeentelijk coalitieakkoord opgesteld.

Detailhandelsvisie Goeree-Overflakkee 2009

De meest recente beleidsnota door Ecorys dateert uit 2009 en is dus inmiddels ruim 5 jaar oud. Destijds waren de uitgangspunten als volgt:

- Supermarkttuitbreidingen zoveel mogelijk inpassen in of nabij de dorpskernen
- Waar mogelijk aansturen op clustering van een full-service supermarkt, discount supermarkt en aanvullende niet-dagelijkse voorzieningen. Aandachtspunt is daarbij dat bij vestiging buiten het centrum dit tot een teruggang in passantenstromen in de dorpskernen kan leiden.

- Voorkeur voor inpassing van (onderscheidende) toeristische winkelveorzieningen in de dorpscentra in plaats van erbuiten.
- Middelharnis (D'n Diek) aanwijzen als het eilandelijk centrum voor vergelijkend winkelen in de niet-dagelijkse sector.
- Stimuleren van vestiging van niet-dagelijkse winkels in de centra van de kernen.
- Concentreren van het PDV-aanbod in Middelharnis.

Regionale Structuurvisie Goeree-Overflakkee 2010

In de Regionale Structuurvisie 2010 is voortgeborduurd op de Detailhandelsvisie uit 2009. Daarin zijn een veertiental strategische hoofdlijnen benoemd. De volgende houden verband met detailhandel en recreatie:

- Verbetering van de ruimtelijke kwaliteit en identiteit van de kernen door herstructurering van verouderde gebieden.
- Waarborging van de sociaal-economische vitaliteit. Met door realisatie van woningbouw in combinatie met een goede zorgstructuur en winkelveorzieningen.
- Uitbouw en diversificatie van verblijfsrecreatie, horeca, dag(eco-)toerisme en slechtweervoorzieningen, zowel kwalitatief als kwantitatief.
- Versterking en verbreding van de economie

Met name interessant is de kernenprofilering, waarvan wordt uitgegaan met het oog op leefbaarheid en sociaal-economische vitaliteit. De volgende gebieden worden onderscheiden:

- Streekcentrum: Middelharnis. Dit centrum vervult een regionale rol op het gebied van voorzieningen, cultuur, onderwijs en vrije tijd. Dit knooppunt moet de ruimte krijgen zich op dit niveau verder te ontwikkelen. Tevens versterking van de centrumfunctie van Middelharnis met perifere en grootschalige detailhandel (PDV).
- Verzorgingskernen: Ouddorp, Stellendam, Dirksland en Oude-Tonge. In deze kernen zijn winkel-, zorg-, educatieve en vrijetijdsvoorzieningen in redelijke mate aanwezig. Zij hebben tevens voor de langere termijn goede perspectieven voor vernieuwing en versterking.
- Steunkernen: Goedereede, Melissant, Herkingen, Nieuwe Tonge, Stad aan 't Haringvliet, Den Bommel en Ooltgensplaat. Hier zijn nauwelijks winkelveorzieningen en zorgvoorzieningen aanwezig. De nadruk ligt in de toekomst op dorpsvernieuwing en clustering van de aanwezige voorzieningen.
- Kleine woonkernen: Havenhoofd en Achthuizen. Deze kernen zijn dusdanig kleinschalig of gelegen nabij grotere kernen dat hier geen voorzieningen fysiek aanwezig zijn. Terugkeer van winkelveorzieningen en de bouw van nieuwe zorgvoorzieningen van enig formaat is niet realistisch. De nadruk ligt hier op verbeteren van de leefomgeving in combinatie met herstructurering en kleinschalige, stuksgewijze organische groei.

De positie van detailhandel moet zeker ook in samenhang met het toerisme worden gezien. Ten aanzien van toerisme ligt de focus op het eiland op verblijfsrecreatie. In de af-

gelopen jaren is een veelheid aan nieuwe verblijfsaccommodaties gerealiseerd en er zijn nog plannen voor verdere ontwikkelingen. Door kritische massa te creëren en gedurende het gehele jaar bezoekers te trekken, is de bedoeling dat er meer draagvlak ontstaat voor dagrecreatie, detailhandel en horeca. Daarnaast wordt ingezet op stimulering van het meer stuwend karakter van de detailhandel, bijvoorbeeld door het faciliteren van bepaalde nichemarkten, zoals watersport en andere toeristische gerelateerde bedrijvigheid.

Coalitieakkoord Gemeente Goeree-Overflakkee 2013-2018

In het coalitieakkoord 2013-2018 wordt onder andere ingezet op de hoofdthema's leefbaarheid en het versterken van de economie. Ten aanzien van leefbaarheid wordt met ook de bereikbaarheid van voorzieningen benoemd. De gemeente wil faciliteren in het behoud daarvan door in overleg te gaan met ondernemers en ruimte beschikbaar te stellen in het dorpshuis. Ten aanzien van het versterken van de economie wil de gemeente onder andere inzetten op promotie van het eiland door het uitdragen van de mogelijkheden voor toeristen en recreanten. Groei van de recreatiesector wordt gestimuleerd mits deze kwalitatief hoogwaardig en aanvullend is op het huidige aanbod, bijvoorbeeld hotelaccommodaties en all-weather voorzieningen. Agrarische nevenactiviteiten als boerencampings of de verkoop van streekproducten dragen bij aan de toeristische mogelijkheden op het eiland. De opening van winkels op zondag wordt niet toegestaan.

Overig

FOGO - Detailhandelsvisie Goeree-Overflakkee - Meerjarenbeleidsplan 2015-2020

In maart 2015 is door de Federatie Ondernemersverenigingen Goeree-Overflakkee (FOGO) een eigen detailhandelsvisie opgesteld die door alle ondernemersverenigingen op het eiland is onderschreven. De wethouder heeft deze visie als leidend bestempeld in het proces om te komen tot een gemeentelijke detailhandelsvisie. In de FOGO-visie zijn enerzijds de sterkten en zwakten benoemd van de detailhandelsvoorzieningen- en detailhandelsstructuur, en anderzijds is een missie geformuleerd met meerjarenbeleidsplan gericht op uitvoering. Om Goeree-Overflakkee als dé winkelbestemming voor eigen inwoners, de regio, toeristen, dagjesmensen en vaste klanten buiten de gemeente te laten functioneren zijn een aantal speerpunten ten aanzien van het voorzieningenniveau, randvoorwaarden en ondernemerschap geformuleerd. De belangrijkste boodschap is concentratie van winkelvoorzieningen. Uitgangspunt in het rapport is de keuze voor één centraal winkelcentrum, namelijk D'n Diek in Middelharnis. Daarnaast is er plek voor een centrum op het niveau 'wijkwinkelcentrum' in Ouddorp ('t Durp) en in Oude-Tonge (Dabbehof). In de overige kernen is alleen ruimte voor een winkelvoorziening gericht op food. Perifere detailhandel is alleen mogelijk op de daartoe aangewezen locaties en ambulante handel op geconcentreerde standplaatsvoorzieningen. Winkelvoorzieningen op (perifere) bedrijventerreinen worden in het rapport niet wenselijk geacht. Dat geldt ook voor tijdelijke winkels in verenigingsgebouwen. Deze uitgangspunten ziet men graag verwerkt in de verschillende bestemmingsplannen. Voor de verschillende winkelgebieden worden in de visie gewenste aanpassingen benoemd. Ook zijn er uitgangspunten geformuleerd ten

aanzien van belevingswaarde, samenwerking, gemeentelijke voorzieningen en financiën. Zo worden bijvoorbeeld bredere bestemmingsmogelijkheden op panden om leegstand aan te kunnen pakken, gewenst geacht.

Projectgroep - Verbeterplan centrumfunctie Middelharnis

Een groep ondernemers heeft in maart 2015 een verbeterplan met 23 punten opgesteld met als doel de centrumpositie van Middelharnis te versterken. De ondernemers hebben kansen verkend wat heeft geleid tot een scala aan projecten. De projecten lopen uiteen van de aanpak van vervallen locaties, de ontwikkeling van strategische locaties, herinrichting van de openbare ruimte van het centrum, intensiveren van de functie van de haven, een nieuwe locatie voor de weekmarkt tot een advies omtrent nieuwe functies/bestemmingen van bestaande gebouwen.

1.3.3 Lokale ontwikkelingen

In Goeree-Overflakkee zijn ten aanzien van detailhandel en recreatie diverse ontwikkelingen in voorbereiding.

Ouddorp

- Dorpstienden: Fase I van de ontwikkeling door Blijvend Goed in het centrum van Ouddorp is inmiddels voltooid. Aan de Dorpstienden is een nieuw appartementencomplex met winkelruimte voor onder andere Albert Heijn verzezen. De ontwikkeling van fasen II en III gaat in de toekomst spelen. Fase II omvat de uitbreiding van de HEMA. Voor Fase 3 is nog geen programma bekend.
- Ouddorp Duin en Oost: In Ouddorp-Bad bestaat het voornemen tot het ontwikkelen van een tweetal locaties voor verblijfsrecreatie nabij de Vrijheidsweg. Beide locaties bevinden zich nabij de parkeerterreinen voor daggasten.
 - o Ridderstee Holiday ontwikkelt Strandresort Ouddorp-Duin. Fase 1 en 2 omvatten 135 woningen en voorzieningen als een amfitheater, informatiecentrum, fietsverhuur en short parking. In een derde fase is dit te voltooien met een kleine buurtsuper, zwemfaciliteit en hotel/appartementen. De bouw van fase 1 is gestart. In het bestemmingsplan (in voorbereiding) is ruimte opgenomen voor maximaal 950 m² bvo detailhandel, waaronder maximaal één vestiging van 500 m² bvo aangevuld met units van maximaal 150 m² bvo.
 - o Estate Invest ontwikkelt op locatie Oost 'Ouddorp-Bad'. Nabij deze locatie is recent een hotel gerealiseerd. Naast circa 40 recreatiewoningen is de bedoeling hier kleinschalige commerciële voorzieningen als detailhandels-, horeca en diensten toe te voegen, alsmede een wellnessvoorziening. In het ontwerpbestemmingsplan is opgenomen dat hier detailhandel en horeca gericht op recreatie is toegestaan. Het aantal detailhandelsvestigingen mag niet meer bedragen dan 2, met een gezamenlijk oppervlak van 150 m² bvo. Het aantal horecavestigingen mag niet meer bedragen dan drie.

Middelharnis

- D'n Diek: Op de locatie van de in 2013 afgebrande winkels ontwikkelt Estate Invest enkele winkels (totaal 230 m²) met erboven acht appartementen.

1.4 Koopstromen en functioneren

Vloerproductiviteit

Voor de vloerproductiviteitscijfers (gemiddelde omzet per m² wvo) wordt uitgegaan van de meest recente cijfers uit 2013 die verstrekt zijn via detailhandel.info¹⁷. Op deze cijfers heeft een bewerking van BRO plaats gevonden. Op basis hiervan bedraagt de referentieomzet in de diverse sector als volgt: dagelijks € 7.467 per m² wvo, mode & luxe € 2.630,-, vrije tijd € 2.441,-, in en om het huis € 1.379,-, overige detailhandel € 1.819,-.

Koopstromen

In de koopstromen maken wij onderscheid in koopkrachtbinding en koopkrachttoevloeiing. De mate waarin de lokale consument zijn bestedingen doet in het winkelaanbod van de eigen gemeente wordt koopkrachtbinding genoemd. Naast de koopkrachtbinding bestaat een deel van de omzet uit bestedingen van consumenten die niet afkomstig zijn uit dit gebied. Dat deel wordt koopkrachttoevloeiing genoemd.

Er wordt uitgegaan van de meest recente beschikbare koopstroomgegevens. Die zijn van het Koopstromenonderzoek (KSO) 2011. De koopkrachtbinding voor dagelijkse artikelen binnen de gemeente is 93% en de koopkrachttoevloeiing 7%. Voor niet-dagelijkse artikelen is de koopkrachtbinding slechts 57% en de toevloeiing 10%. Dit is te verklaren door het relatief beperkte aanbod aan niet-dagelijkse artikelen, met name in de branches Mode & Luxe. Hierdoor is er veel afvloeiing naar Voorne-Putten (Hellevoetsluis/ Brielle/ Spijkenisse) en Rotterdam en omgeving. In minder mate is er ook sprake van afvloeiing naar Hoeksche Waard (Oud-Beijerland), Schouwen-Duiveland, Willemstad, Roosendaal, Bergen op Zoom en Goes.

Tabel 1.9: Koopstromen Goeree-Overflakkee

	Koopkrachtbinding	Koopkrachttoevloeiing
Dagelijks	93%	7%
Niet-dagelijks	57%	10%

Benadering huidig en toekomstig functioneren

Om de marktruimte te bepalen voor de gemeente Goeree-Overflakkee, is een benadering gemaakt van het huidig en toekomstig economisch functioneren op basis van de koopstroomgegevens en vloerproductiviteit en de eerder genoemde cijfers ten aanzien van bevolkingsontwikkeling en bestedingen. We maken een onderscheid tussen het functioneren met en zonder bestedingen in de recreatiesector. In de koopstroomgegevens van

¹⁷ Detailhandel.info verstrekt actuele feiten en cijfers over de detailhandelssector en de achterliggende branches

het KSO zijn toeristische uitgaven namelijk niet meegenomen. Tevens is het nodig een voorbehoud te maken ten aanzien van de KSO-cijfers omdat deze uit 2010 stammen en waarschijnlijk verouderd zijn. In 2016 wordt een nieuw provinciaal koopstromenonderzoek uitgevoerd.

Uitgaande van de KSO gegevens blijkt dat de dagelijkse sector ondergemiddeld functioneert en de niet-dagelijkse sector zwaar ondergemiddeld. Voor de dagelijkse sector ligt het in de lijn der verwachting dat de omzet onder druk staat door een relatief kleine inwoneraantal. Kleinere buurtwinkels zullen waarschijnlijk omwille van de leefbaarheid ook een fors lagere vloerproductiviteit accepteren. De ondergemiddelde vloerproductiviteit voor de niet-dagelijkse sector is voor een deel te verklaren door het beperkte aanbod in de modische branche en de nabijheid van andere plaatsen met een groter aanbod. Uitgaande van de jaarlijkse bestedingen van toeristen op het eiland komt daar circa €28,8 miljoen aan omzetspotentieel bij. Dit zal deels besteed worden in de dagelijkse sector en deels in de niet-dagelijks sector. Indien dit meegenomen wordt in het beeld van het huidige economisch functioneren, dan ontstaat een wat positiever beeld.

Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector is echter geen sprake van theoretische uitbreidingsruimte. De theoretische uitbreidingsruimte wordt berekend door gemeentelijke omzetclaim af te zetten tegen de gemiddelde (Nederlandse) vloerproductiviteit. Op dit moment is er geen uitbreidingsruimte om dat de huidige vloerproductiviteiten al onder het Nederlands gemiddelde liggen. Naar de toekomst toe is er geen uitbreidingsruimte omdat er geen groei verwacht wordt in de bevolking en de bestedingen en ook geen veranderingen in de koopkrachtbinding en -toevloeiing voorzien zijn. Door een toename van het jaarrond toerisme zal de marktruimte ook niet toenemen, maar zullen de vloerproductiviteiten mogelijk minder onder druk komen te staan en wordt de detailhandel minder afhankelijk van seizoensinvloeden.

Tabel 1.10: Huidig en toekomstig economisch functioneren detailhandel gemeente Goeree-Overflakkee

	Dagelijks	Niet-dagelijks
Aantal inwoners gemeente	48.200	48.200
Bestedingen per hoofd (in €)	2.462	2.238
Bestedingspotentieel (in mln. €)	118,7	107,9
Koopkrachtbinding	93%	57%
Totaal gebonden bestedingen (in mln. €)	110,4	61,5
Koopkrachttoevloeiing (% totale omzet)	7%	10%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	8,3	6,8
Totale omzet (in mln. €)	118,7	68,3
Totale omzet incl. omzetspotentieel toeristen (in mln. €)	133,1	82,7
Omvang huidig wvo totaal (in m² wvo)	19.289	59.696
Omzet per m² wvo o.b.v. huidig aanbod (in mln. €)	6.925	1.400
Gemiddelde omzet per m² wvo (in €)	7.467	1.819
Uitbreidingsruimte (m² wvo, afgerond)	n.v.t.	n.v.t.

Kwaliteit boven kwantiteit

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekeningen mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

In dit verband is het van belang aan te geven dat aan de kwalitatieve aspecten bij winkelontwikkelingen meer waarde gehecht dient te worden dan aan de kwantitatieve distributieve mogelijkheden. In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of het consumentenbelang op langere termijn wordt gediend (geen duurzame ontwrichting); het gaat niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven.

1.5 Conclusies: input voor de visie

Conclusies

Aanbod en leegstand

Het dagelijks aanbod op Goeree-Overflakkee is op peil en in veel kernen is een basisvoorziening. Het aanbod in de branche Mode & Luxe en In/om huis is beperkter dan in referentiegemeenten. Het aantal verkooppunten is afgenomen met 8% ten opzichte van 2010, terwijl het aantal meters winkelvloeroppervlak vrijwel gelijk gebleven is. Dit betekent dat er sprake is van schaalvergroting. Ook is de filialiseringsgraad sterk toegenomen. Ten opzichte van 2010 heeft een verschuiving plaatsgevonden van winkelvloeroppervlak van niet-dagelijks naar dagelijks aanbod. Ook is de leegstand afgenomen. Dit wil zeggen dat panden als commercieel aanbod uit de markt genomen zijn, maar mogelijk staan deze nog wel leeg. In Middelharnis, Ouddorp en Sommelsdijk is de leegstand het hoogst.

Detailhandelsstructuur

De bestaande detailhandelsstructuur op het eiland sluit vrijwel naadloos aan op de hiërarchie van kernenprofilering uit Regionale Structuurvisie. Middelharnis en Ouddorp vervullen hierin een rol als hoofdwinkelgebied en toeristisch-recreatief centrum (met niet-dagelijks aanbod, leisure en diensten). Plannen voor nieuwe ontwikkelingen concentreren zich ook in deze twee kernen. Het centrum van Middelharnis functioneert feitelijk als het centrum voor de kernen Middelharnis en Sommelsdijk samen. Op provinciaal niveau is het centrum van Middelharnis aangewezen als te optimaliseren centrum. Het centrale winkelgebied D'n Diek is te lang gerekt om goed te functioneren. In het middenstuk is veel leegstand en zijn er 'gaten' in het winkelfront en de uitstraling van enkele pleinen en

individuele panden laat te wensen over. De aantakking met de haven is matig. In de visie wordt ingegaan op gewenste mogelijkheden voor verbetering. Het supermarktaanbod binnen Middelharnis en Sommelsdijk is sterk, maar de ruimtelijke structuur daarvan laat te wensen over. De locatie van Action in Middelharnis is ongelukkig. In de visie wordt ingegaan welk beleid ten aanzien hiervan wenselijk is.

Andere bovenlokaal functionerende winkelgebieden zijn Oude-Tonge, Dirksland en Stelendam. Het oostelijk deel van het eiland is het meest versnipperd qua kernen en heeft een beperkt winkelaanbod. Perifere detailhandel is erg verspreid aanwezig op eiland, ondanks de door de provincie aangewezen PDV-locatie 'Zuidelijke Randweg' in Middelharnis. In de visie zal hier beleid over gevormd worden. Ook komen regelmatig bijzondere vormen van detailhandel voor, zoals boerderijverkoop, seizoenswinkels- en markten, tankstations, ambulante handel, SRV-wagens en groothandels- of internetbedrijven. In de visie zal dit onderwerp specifiek uitgewerkt worden.

Trends en ontwikkelingen

Op landelijk niveau zijn binnen de wereld van detailhandel verschillende trends te onderscheiden, zoals schaalvergroting, branche- en sectorervaging, brancheverbreiding, toenemende leegstand, toenemende concurrentie tussen steden en winkelgebieden en onder druk staande kleine kernen en buurtstrips. Er is duidelijk sprake van een veranderd consumentengedrag. Consumenten kopen meer online: webwinkels en afhaalpunten zijn verder in opkomst en omzetten via internet stijgen. Door toegenomen mobiliteit heeft de consument een groter referentiekader en stelt men hogere eisen aan winkels, winkelgebieden, omgevingskwaliteit en voorzieningen. Hoewel deze trends niet zonder meer één op één kunnen worden geprojecteerd op de detailhandelssituatie in de gemeente Goeree-Overflakkee, geven ze wel een indicatie over waarmee in het toekomstige detailhandelsbeleid rekening gehouden moet worden.

Bevolkingsontwikkeling, bestedingen en marktruimte

De ontwikkeling van de bevolking van Goeree-Overflakkee stabiliseert tot aan 2030. Wel is er sprake van sterkere vergrijzing en ontgroening dan in de rest van Nederland. Het besteedbare inkomen ligt net boven het landelijk gemiddelde. Ook is er een substantieel deel aan bestedingen vanuit het toerisme en recreatie in de gemeente. Om de marktruimte te bepalen voor de gemeente Goeree-Overflakkee, is een benadering gemaakt van het huidige en toekomstig economisch functioneren op basis van bevolkingsontwikkeling, bestedingen, koopstroomgegevens en vloerproductiviteit. Zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse sector is er geen uitbreidingsruimte.

BIJLAGE 2: JURIDISCH-PLANOLOGISCH KADER

In verband met juridisch-planologische wijzigingen is een gedegen ruimtelijk-functionele onderbouwing tegenwoordig noodzakelijk, mede omdat binnen de ruimtelijke ordening steeds meer de nadruk komt te liggen op zorgvuldig ruimtegebruik. In verband hiermee is in oktober 2012 de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' geïntroduceerd (art 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro)). De Ladder is een motiveringsinstrument dat verplicht toegepast moet worden bij bestemmingsplannen of projectafwijkingsbesluiten die een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maken. Wat er onder een nieuwe stedelijke ontwikkeling valt, is in art. 1.1.1 Bro bepaald:

“De ruimtelijke ontwikkeling van een bedrijventerrein of zeehaventerrein, of van kantoren, detailhandel, woningbouwlocaties of andere stedelijke voorzieningen.”

Bij de toepassing van de Ladder dienen de volgende treden doorlopen te worden:

1. *Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.*
2. *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel a, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.*
3. *Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.*

Actuele regionale behoefte

Specifiek voor de eerste trede geldt dat deze slechts tot doel heeft na te gaan of de vestiging van een functie in overeenstemming is met een goede ruimtelijke ordening; het onderzoek mag geen betrekking hebben op economische ordening (economische behoefte, de marktvraag of de beoordeling van de mogelijke of actuele economische gevolgen). Hoewel dit in het kader van de Europese regelgeving met betrekking tot vrije vestiging al lang vast ligt, is het toch nog eens expliciet verwoord in een vierde lid dat per 1 juli 2014 aan art. 3.1.6. het Bro is toegevoegd.

Uit de toelichting en de handreiking bij de Ladder komt naar voren dat de behoefte zowel kwantitatief als kwalitatief van aard kan zijn. Verder is aangegeven dat het begrip 'actueel' niet letterlijk opgevat moet worden, het gaat in feite om de toekomstige vraag. Over de afbakening van de regio wordt vermeld dat die aan moet sluiten op het (te verwachten) verzorgingsgebied van de ontwikkeling.

Aandacht voor leegstand

Relevant bij de toepassing van de Ladder voor detailhandelsprojecten is dat aandacht besteed wordt aan de winkelleegstand; kan het initiatief redelijkerwijs ook in bestaande lege winkelpanden gehuisvest worden en heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen. Bij dit laatste gaat het in het bijzonder ook om de invloed van (structurele) leegstand. Uit de jurisprudentie komt naar voren dat hierbij met name de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat centraal staan. Het belang van aandacht voor de leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder.

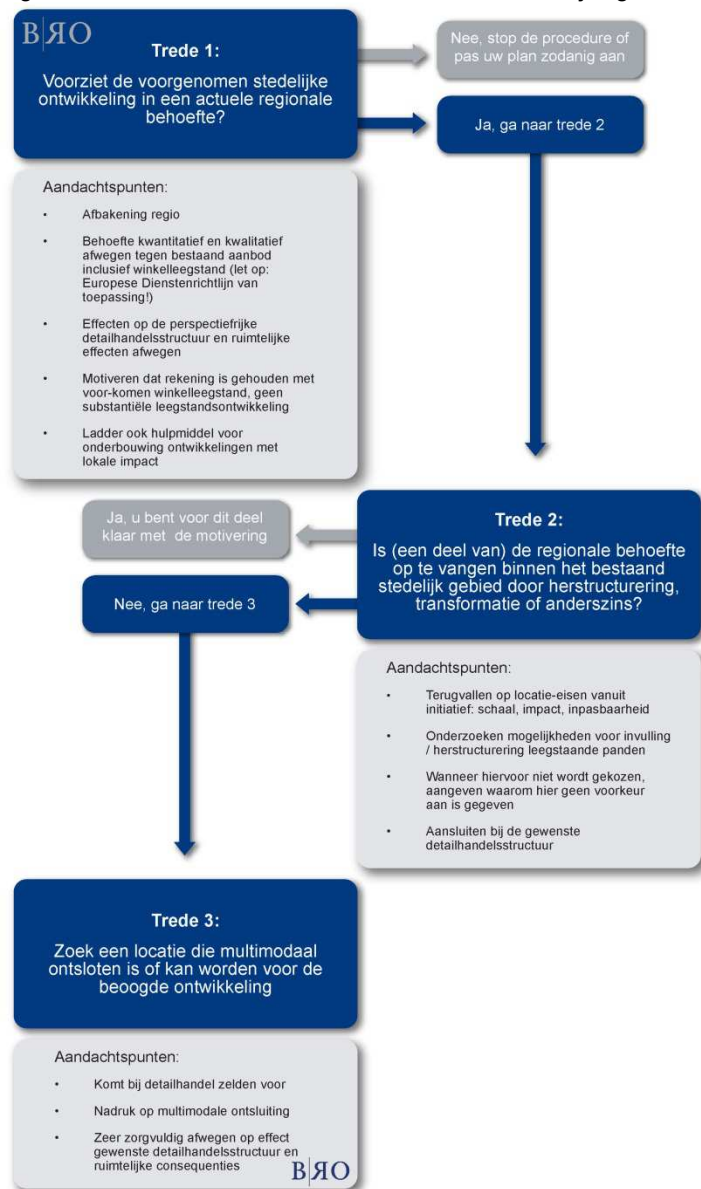
- ABRS 26 maart 2014 (ECLI:RVS:2014:1101)
“De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient aldus, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Inzichtelijk moet zijn gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.”
- ABRS 18 september 2013 (201208105/1/R2 (De Zeeland, Bergen op Zoom)
Over de door Toychamp B.V. gevreesde leegstand overweegt de Afdeling dat onder omstandigheden overcapaciteit kan leiden tot (een toename van) leegstand, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden.
- ABRS 18 juni 2014 (201309201/1/A1 (Verplaatsing Aldi Echt)
Hoewel de afweging in het kader van artikel 3.1.6. lid 2 Bro door de gemeente niet expliciet benoemd is, heeft de Afdeling geoordeeld dat de afweging van de mogelijke effecten op de leegstand op zichzelf op de juiste is gemaakt. Zij hebben hierbij betrokken dat het gaat om een verplaatsing van een bestaande supermarkt, er sprake is van een marginale uitbreiding van het wvo en dat er sprake is van een sterke supermarktstructuur. Ook is van belang dat er een juridische borging is dat leegstand op de oude locatie zoveel mogelijk voorkomen wordt. Hier is dat privaatrechtelijk overeen gekomen (inspanningsverplichting).

Vernieuwing en marktruimte

In de recente uitspraak over de vestiging van IKEA op de locatie Zuiderhout te Zaanstad (ABRS 7 mei 2014, nr. 201307684/1) geeft de Afdeling aan dat juist in een situatie waar weinig marktruimte is, vernieuwing en versterking nodig is om het aanbod aan de veranderende vraag aan te passen. Hiermee is het belang van vernieuwing als kwalitatief argument bij de toepassing van de Ladder nog eens bevestigd. Eerder kwam dit al in navolgende uitspraak naar voren:

- VzABRS 17 februari 2014 (201310222/2/R6, Herontwikkeling De Plu Heerlen)
De voorzitter accepteert hier dat nieuwe ontwikkelingen voor een kwaliteitsimpuls in de voorzieningenstructuur kunnen zorgen die (in het kader van de Ladder) een extra (eigen) behoefte genereert c.q. creëert. Hiertoe dient wel de bestaande leegstand inzichtelijk gemaakt en meegewogen te worden.

Figuur 2.1: Visualisatie Ladder voor Duurzame Verstedelijking



BIJLAGE 3: BEGRIPPENLIJST

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking, gecorrigeerd naar de gemiddelde inkomenssituatie in het betreffende gebied. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Brutovloeroppervlakte (bvo)

Ook wel bebouwd oppervlak van een ruimte of een groep van ruimten is de oppervlakte, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen. Meten vindt plaats op basis van NEN 2580.

Branche

Een groep van bedrijven die wordt gekenmerkt door één bepaalde (dominante) assortimentsgroep of door een veel voorkomende combinatie van assortimentsgroepen (bijv. warenhuizen).

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in levensmiddelenpecialzaken, drogisterij- en parfumeriezaken.

Detailhandel

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, alsmede de uitstalling ten verkoop, het verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Reguliere detailhandel

De detailhandel die in de bebouwde kom en in de gangbare winkelcentra gevestigd is. Reguliere detailhandel wordt aangeduid om het verschil aan te geven met GDV- en PDV-aanbod op perifere locaties.

Koopgedrag

Bij de typering van koopgedrag is het onderscheid in bezoekmotief, de artikelen die de consument wil aanschaffen en de frequentie waarmee dit gebeurt leidend, met de volgende indeling:

- *Boodschappen doen*: het gaat hier om de aankopen van de consument voor het primaire levensonderhoud. Deze aankopen vinden met een hoge frequentie plaats, veelal in de nabijheid van de woonomgeving waarbij een zo compleet dagelijks winkelaanbod van belang is (o.a. mogelijkheid tot vergelijken tussen supermarkten). Regelmatig zal sprake zijn van combinatie aankopen van levensmiddelen en hoog frequent benodigde (alledaagse) non-food. Bij de keuze in aankoopplaats zijn reistijd, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, gemak, assortiment, uitstraling en prijs belangrijke overwegingsfactoren.
- *Recreatief winkelen*: hierbij staat het kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden en geprikkeld worden (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. Deze aankopen doet de consument in een wisselende frequentie en men is bereid een grotere afstand af te leggen. Het gaat om artikelen waarmee men een hogere emotionele binding heeft of uit speciale interesse en/of persoonlijke voorkeuren zoals mode en luxe artikelen. In veel gevallen is dit koop-en bezoekgedrag een vorm van vrijetijdsbesteding waarbij de mix met andere functies erg belangrijk is.
- *Doelgericht aankopen*: dit zijn (duurzame en/of vervangings)aankopen die met een lage frequentie en veelal doelgericht worden gedaan (runshoppen). Het gaat om aankopen van woninginrichting, bruin en witgoed, fietsen, doe-het-zelf en tuinartikelen, etc. De aankopen van deze laatste twee vinden vooral in de nabijheid van de woonomgeving plaats. Voor de overige aankopen is de scope van de consument veel groter en staat het vergelijken van het aanbod centraal. Hier is een goede prijs-kwaliteitverhouding van groot belang. PDV en GDV locaties zijn hier vooral sterk in.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen verrichten bij gevestigde winkels buiten dat gebied.

Koopkrachtbinding

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

Koop(kracht)oriëntatie

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij een bepaald winkelcentrum.

Koopkrachttoevloeiing

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

Koopstromenonderzoek

Onderzoek middels een enquête gehouden onder de bevolking van een bepaald gebied (zoals kern, gemeente, regio of provincie) om te bepalen waar (in welke winkels, concen-

traties) hun detailhandelsbestedingen terecht komen. Hiermee is het koopgedrag vast te stellen voor een bepaalde aankoopplaats. Dit wordt uitgedrukt met de begrippen 'koopkrachtbinding' en 'koopkrachtafvloeiing'.

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector.

Niet-winkelaankopen

Detailhandelsbestedingen buiten de gevestigde winkels (onder andere warenmarkt, post-order, Internet, etc.).

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² winkelvloeroppervlak (wvo).

Winkel

Ieder voor publiek vrij toegankelijk pand dat bedoeld is voor de verkoop van detailhandelsartikelen.

Winkelgebied

Concentratie van winkels die voor de consument waarneembaar als eenheid te onderscheiden is. Naast winkels gaat het veelal ook om horeca-aanbod en consument-verzorgende ambachtelijke bedrijven en dienstverlening.

Winkelvloeroppervlakte (wvo)

De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, etalage, etc.).

