



Kennishetwerk Krimp Noord-Nederland

NIEUWSBRIEF KKNN, NUMMER 9, DECEMBER 2013, THEMA 'DETAILHANDEL'

INLEIDING

Beste KKNN-ers,

In deze nieuwsbrief behandelen we het thema 'detailhandel'. Zoals uit het onderzoek van het Planbureau voor de Leefomgeving blijkt, speelt de kantorenleegstand vooral in de Randstad af en de winkel leegstand vooral in de krimpregio's.

Welke oplossingen worden in het Noorden bedacht?

Tijdens het krimpcafé op 21 november in het Eemsdelta gebied, hebben we gehoord hoe Delfzijl en Appingedam dit aanpakken. Nu komen en Ellen Kiewit van gemeente de Marne, Jan Sytsema van de gemeente Tsyjerksteradiel en Bauke Arends aan het woord over de aanpak binnen hun gemeenten. Ook de Kamer van Koophandel is actief op dit terrein, wat zijn hun ervaringen? Tot slot gaat Mark Sekuur in zijn column in op de gevolgen van sluitende dorpswinkels.

Veel leesplezier,

Angelique van Wingerden

Projectleider Kennisnetwerk Krimp Noord-Nederland

NIEUWS UIT DE PROVINCIES: FRYSLÂN

Geen supermarkt buiten het winkelhart

Door Eduard van den Hoff

Ondernemers die er bij de gemeente op aandringen belasting te heffen, waar maak je dat mee? In Burgum bijvoorbeeld. Daar willen ondernemers, in navolging van Surhuisterveen en Dokkum met een belasting op reclameuitingen een ondernemersfonds creëren dat bijdraagt aan de versterking van het winkelhart. Het is een van de activiteiten die ondernemers het Friese dorp ontplooiën in antwoord op demografische ontwikkelingen.

(lees verder op p.2)

COLUMN

Sluitende dorpswinkels

De gevolgen van sluitende dorpswinkels zijn voor de ene bevolkingsgroep minimaal, terwijl andere groepen er erg onder te leiden hebben. Veel forenzende dorpsbewoners maken nauwelijks gebruik van lokale winkelveorzieningen. Ze vinden de producten te duur, hekelen het beperkte aanbod en komen tijdens het forenzen vaak langs een grotere en goedkopere supermarkt. Omzetvermindering en sluiting van plaatselijke dorpswinkels zijn het gevolg. Erg? Misschien niet direct voor de forens, maar wel voor immobiele dorpsbewoners zoals ouderen. Juist bij deze kwetsbare groep ligt door het wegtrekken van voorzieningen het gevaar van vereenzaming en daaropvolgende verslechterende gezondheid op de loer! Verandering van het winkellandschap is van alle tijden. Toch is het belangrijk om te blijven experimenteren met nieuw soort winkelmodellen, zodat kleinschalige detailhandel behouden blijft en ook zwakkere bevolkingsgroepen in hun eigen dorp kunnen blijven wonen. Zorg daarom als overheid voor lokaal maatwerk, schep kansen voor de vele leegstaande panden en reken volgens een maatschappelijk verdienmodel, waarbij niet enkel financiële winst centraal staat maar ook de maatschappelijke winst. Hiermee geef je een immobiele groep ouderen de mogelijkheid langer thuis wonen, waardoor ze gelukkiger en gezonder oud worden.

Mark Sekuur
geograaf & fotograaf



Mark Sekuur

KENNISNETWERK KRIMP NOORD-NEDERLAND (KKNN)

ÉÉN LOKET, VAN EN VOOR HET NOORDEN

Als het gaat om de effecten van krimp, dan bevindt Burgum zich nog in de luwte. “Er is wel van alles gaande, maar het gaat hier in een rustiger tempo. Dat komt mede door de gunstige ligging nabij Leeuwarden en Drachten”, zegt EZ-beleidsmedewerker Jan Sijtsma van de gemeente Tytsjerksteradiel. Hij vertelt dat Burgum samen met Surhuisterveen en Dokkum de drie regionale verzorgingscentra in Noordoost Fryslân vormen.

“Ondanks de sterk veranderende omstandigheden voor de detailhandel, zoals de demografische ontwikkelingen, de opkomst van het internetwinkelen en de economische crisis, willen we juist in deze kernen een compleet winkelaanbod blijven bieden. En dan zul je als gemeenten en ondernemers keuzes moeten maken en samen in beweging moeten komen,” zegt hij stellig.

Centrummanagement

In Burgum heeft dat onder andere geleid tot het initiatief van de reclamebelasting. Om te zorgen dat iedereen bijdraagt aan een ondernemersfonds ter versterking van het winkelhart, hebben de ondernemers aangedrongen op een heffing. Daarnaast is er door ondernemers het centrummanagement ingesteld. De centrummanager werkt samen met ondernemers en de gemeente aan een aantrekkelijke inrichting van het winkelcentrum, het tegengaan van leegstand en de marketing. Onlangs is in samenwerking met de KvK door experts een schouw in het centrum uitgevoerd.

Regionale afstemming

“In plaats van wachten tot de figuurlijke vis in je haak bijt, moet de detaillist in deze tijd actief op jacht naar de klant gaan”, is Sijtsma van mening. “Het betekent ondermeer dat je als ondernemers individueel en collectief onderzoekt hoe je het best op de digitale snelweg kunt acteren. En ook hoe je tot een optimale regionale afstemming kan komen. Met dat laatste zijn volop bezig. We doen mee aan het project van het Ministerie van Binnenlandse Zaken, ‘Regionale samenwerking detailhandelbeleid: partijen samen brengen’.

Bestendige detailhandelstructuur

Burgum wil een compleet, comfortabel (voldoende en gratis parkeergelegenheid) en compact aanbod in winkels bieden. Sijtsma: “Een supermarkt krijgt van ons geen toestemming om zich buiten het centrum te vestigen. Komend jaar vestigen Jumbo en Action zich in een nieuw pand aan de Markt in Burgum, een prachtige opsteker voor het centrum.”

Met het versterken van de winkelvoorzieningen in regionale centra Burgum, Surhuisterveen en Dokkum zorgen we er voor dat de detailhandelstructuur voor de lange termijn voor Noordoost Fryslân wordt behouden. Omgekeerd betekent dit volgens de beleidsmedewerker wel dat sommige kleinere dorpen inleveren. Dat is jammer, maar tegelijkertijd een proces dat al decennia gaande is.

Digitale boodschappendienst

Desondanks ziet Jan Sijtsma nog kansen voor de winkeliers in de kleine kernen. De voorbeelden zijn er, maar ondernemers en de dorpsbewoners moeten het wel zelf doen. “In het dorp Eastermar is de plaatselijke supermarkt ‘Alles ûnder ien dak’ met succes de webwinkel www.boodschappengemak.nl gestart met een bezorgdienst. In Garyp hebben de ondernemers, met behulp van stichting DBF, deze zomer zich georiënteerd op de leefbaarheid van en de detailhandel in hun dorp. Daaruit is een actieplan opgesteld. Een van de acties is dat de Spar in Garyp zich als één van de eersten heeft aangemeld voor de pilot die Spar Nederland heeft gesloten met minister Blok. Het is de bedoeling dat in de lokale Spar-winkel allerlei functies bij elkaar komen. Denk bijvoorbeeld aan een geldautomaat.”



Jan Sijtsma

ONDERZOEK

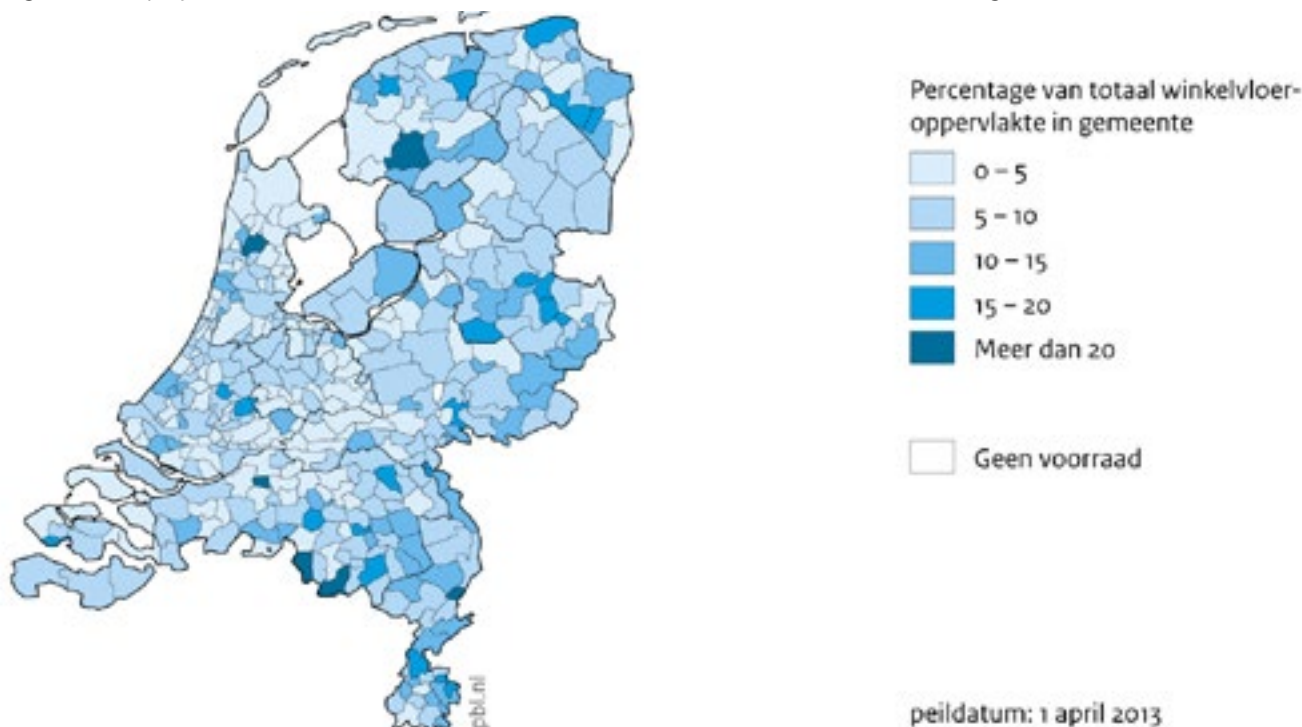
Winkelleegstand in het Noorden

Door Edwin Buitelaar

Winkelleegstand vormt een groeiend maatschappelijk probleem. Het PBL (Planbureau voor de Leefomgeving) heeft becijferd dat in 2013 het landelijke leegstandspercentage voor detailhandelsvestigingen is opgelopen tot 8%. Dit komt neer op ruim 2,3 miljoen m² leegstaande winkels.

Dat is ruim 35 keer de omvang van het winkeloppervlak van Hoog Catherijne (Utrecht). Een enkele winkel die tijdelijk leeg staat is geen probleem. Sterker nog, een goed functionerende markt heeft schuifruimte nodig om in de behoefte van winkeliers te kunnen voorzien. Maar wanneer leegstand meer structureel van aard wordt en zich gaat concentreren, dan bestaat het gevaar van een neerwaartse spiraal en verloedering van hele gebieden. Dit is in toenemende mate aan de orde.

Er zijn echter grote regionale verschillen in de omvang van het leegstandsprobleem. Daar waar de kantorenleegstand zich vooral in de Randstad concentreert, zien we dat de winkelleegstand momenteel vooral een probleem is van bekende krimpregio's in de periferie zoals in Groningen, Limburg en de Achterhoek. Uitschieters in Noord-Nederland (in negatieve zin) zijn Skarsterlân met 21%, Pekela met 19% en Veendam met 17% leegstand.



Bron: Locatus, bewerking PBL

Er zijn meerdere factoren verantwoordelijk voor de groeiende leegstand. Uiteraard speelt de huidige crisis een rol. Door dalende koopkracht en een laag consumentenvertrouwen besteedt het winkelend publiek minder, hetgeen winkelsluitingen tot gevolg heeft. Ook de komst van online winkelen speelt een rol bij de afnemende vraag naar winkelruimte. In krimpregio's komt daar bovenop nog eens een dalende bevolking. De verwachting voor de komende jaren is dat de vraag naar winkelruimte verder zal afnemen. De leegstand zal naar verwachting, wanneer de winkelvoorraad gelijk blijft of zelfs toeneemt (door nieuwbouw), verder oplopen.

Voor meer informatie: <http://www.pbl.nl/publicaties/gebiedsontwikkeling-en-commerciele-vastgoedmarkten-een-institutionele-analyse-van-het-overaanbod-van-winkels-en-kant>

Contact: Edwin.Buitelaar@pbl.nl

NIEUWS UIT DE PROVINCIES: DRENTHE

Emmen zet zwaar in op trendbreuk

Door Eduard van den Hoff



Bouke Arends

In Emmen wordt volop gewerkt aan de toekomst. Wie de stad binnenrijdt via de Hondsrugweg stort zich ter hoogte van het gemeentehuis in een enorme bouwput. Hier zal de drukke verkeersader zich letterlijk de grond inboren. Op de weg komt een deksel te liggen in de vorm van enorm plein met veel groen. Bij dit plein wordt een nieuw dierenpark met nieuw theater gebouwd, waardoor het centrum aantrekkelijker wordt voor bezoekers. Een noodzakelijke impuls voor een gemeente waar 15 procent van het totale winkelloppervlak leeg staat?

Ooit kende Emmen slechts groeiscenario's. Nog geen twee jaar later zet de boog die het verloop van het inwonertal verbeeldt een daling in, die tot op heden voortduurt. Wethouder Bouke Arends van Financiën, Economische zaken en Werkgelegenheid is zich hiervan bewust, maar is niet pessimistisch. "Natuurlijk hebben we te maken met ontgroening en vergrijzing", zegt hij, "maar het Rijk beschouwt Zuidoost Drenthe niet als krimpregio. Wel als anticiperregio." Volgens Arends hebben de vastzittende woningmarkt en de economische crisis gezorgd voor een terugval in verhuisbewegingen naar zijn gemeente. "Nu er zowel in de woningmarkt als in de economie weer beweging komt, komen er ook weer kansen voor Emmen", zegt hij. "Met de investeringen in ons centrum hopen we ook een trendbreuk in de economische ontwikkelingen te bewerkstelligen."

Landelijk probleem

De leegstand onder winkels in Emmen is in zekere mate het gevolg van de demografische ontwikkelingen, onderkent Arends. "Maar leegstand is ook een landelijk probleem. Vooral de economische crisis is er debet aan, net als het veranderde consumentengedrag dat zich openbaart in online aankopen. Aan de aanbodzijde speelt de komst van internetaanbieders een rol in de leegstand. Maar we moeten ook niet vergeten dat tussen 2004 en 2013 het winkelaanbod in Nederland met 15% is gestegen, terwijl de consumentenbestedingen sinds 2009 niet zijn toegenomen."

Concentreren

Emmen wil meer inzetten op 'funshoppers'. Dit winkelende publiek prefereert een compact stadscentrum, terwijl een typisch kenmerk van het Emmens centrum haar langgerekte vorm is. Arends: "Daarom proberen we de winkels meer te concentreren in het centrum. Samen met eigenaren en winkeliers gaan we kijken wat er mogelijk is. Verder zal Emmen na het verhuizen van de dierentuin de vrijgekomen ruimte middenin het centrum inrichten als 'mensenpark', waar architectuur en duurzaamheid de boventoon voeren.

Beperkte middelen

Met de Emmense winkeliers onderhoudt de gemeente een goede relatie aldus Arends. "We voeren een constante dialoog, er is een klankbordgroep, een leegstandsmonitor en een speciale centrummanager onderhoudt het contact met hen. Wat de omliggende dorpen betreft, ook daar probeert de gemeente de winkels te concentreren in het centrum. Klazienaveen, dat een bovenregionaal karakter heeft, is een goed voorbeeld. In het algemeen trachten we in alle dorpen een minimale basis overeind te houden. Onze middelen zijn helaas beperkt, maar waar we kansen zien, pakken we die met beide handen aan. De nieuwe vaarverbinding tussen Erica en Ter Apel is hier een goed voorbeeld van. Het nieuw aangelegde kanaal is een impuls voor het toerisme en biedt volop kansen voor ondernemers langs de route."

NOORD-NEDERLAND

Retail2020: De aanpak van de Kamer van Koophandel Noord-Nederland

Door Hendrik Jan Beishuizen

Op welke manier kan toekomstwaarde gegeven worden aan binnensteden en andere winkelgebieden? Dat is de centrale vraag, die de Kamer van Koophandel Noord-Nederland heeft opgepakt en concreet vorm en inhoud heeft gegeven. Belangrijke constatering is dat een vitale toekomst niet meer vanzelfsprekend is. Stagnerende bevolkingsontwikkeling, afvlakkende detailhandelsbestedingen, opkomst van verkopen via internet en zich manifesterende overbewinkeling maken inkrimping van het lokale winkelareaal soms onafwendbaar. Om vitale centrumgebieden te behouden kan herstructurering nodig zijn. De ontwikkeling en samenwerking van een (lokaal) netwerk van ondernemers, overheid en vastgoedeigenaren is nodig. Dit noemen we de collectieve lokale aanpak.

Collectieve aanpak

De collectieve lokale samenwerking gaat over drie zaken:

- ontwikkeling en versterking van de identiteit van een centrumgebied
- goede organisatie en communicatie van een centrumgebied
- goed beheer en onderhoud van het centrumgebied.

Gefaseerde aanpak

Het Retailprogramma van de Kamer van Koophandel kent drie fases:

1. bewustwording
2. van individueel naar collectief via de visuele scan
3. van trends naar strategie

Fase 1

In de eerste fase zijn bewustwordingsbijeenkomsten georganiseerd in geheel Noord-Nederland. Het centrale thema van deze bijeenkomsten was gericht op het ontdekken van de trends en ontwikkelingen in de Retailmarkt. Waar liggen behoeftes van consumenten, waar liggen de kansen en uitdagingen van ondernemers in de winkelcentra.

Fase 2

In de tweede fase is vanaf medio 2013 begonnen met het inzetten van winkelgebied schouwen. Dit instrument wordt vorm gegeven door de methodiek van de Customer Journey. Een team van deskundigen vanuit verschillende



disciplines, stedenbouw/planologie, kunst en cultuur en evenementen en de Retailsector, bezoekt een winkelstraat/-gebied in een gemeente, maakt een analyse van de situatie ter plekke en komt met een concreet advies en praktische tips (geen open deuren) voor de ondernemers en de gemeente over wat zij kunnen doen om hun winkel(straat) toekomstbestendig en aantrekkelijker te maken voor meer consumenten.

Dit instrument kent diverse aandachtspunten of touchpoints bij aankomst, verblijf en vertrek van klanten. De thema's waarop wordt gelet zijn, gastvrijheid, identiteit, routing en verblijf, commercieel aanbod en faciliteiten, sfeer en omgeving en de klantbeleving. Op basis van de visuele scan worden conclusies en aanbevelingen per thema gedaan op welke wijze de belevingswaarde kan worden verbeterd.

Fase 3

In de derde fase wordt met een groep geformeerd vanuit ondernemers, gemeente en vastgoed om in twee workshops samen aan de slag om een concreet plan van aanpak op te stellen voor het realiseren van een toekomstbestendig winkelgebied. Het traject bestaat uit twee workshopbijeenkomsten. Hoe creëren we een winkelgebied dat aansluit bij de vraag en behoeften (fun en beleving) van de consument. De nieuwe consument zoekt beleving en ervaring (experience) waarbij ook sociale media een rol hebben in het koopproces. Denken vanuit de klant, waar ligt hun behoefte en hoe spelen wij hierop in als ondernemers in een winkelgebied.

De trends die aan bod komen zijn verdeeld in:

- 1 Nieuwe type klant (vergrijzing, individualisering, vergroening, etc)
- 2 Nieuw type winkelstraat (leegstand, activiteiten, bezorgdienst, etc)
- 3 digitaal (webshop, wifi, social media, etc)
- 4 Nieuw type ondernemer (andere vaardigheden, samenwerken, etc)
- 5 Beleving (spannender maken, combinaties van branches, etc)

- 6 Het uiteindelijke resultaat is een actieplan, eventueel tot een verdienmodel via het Business Generation. Dit actieplan format helpt om acties te omschrijven voor korte en lange(re) termijn en vormt een belangrijk onderdeel van de lokale gebiedsagenda.

Het project Retail 2020 wordt in gezamenlijkheid begeleid door de Kamer van Koophandel Noord-Nederland, MKB – Noord en HBD. Vanuit KvK Noord is het projectteam Retail 2020 gevormd.

Contact: Hendrik-jan.beishuizen@kvk.nl

Projectleider Retail2020 Noord Nederland



NIEUWS UIT DE PROVINCIES: GRONINGEN

Kijk, zo kan het ook

Grote leegstaande winkelruimte worden kleine eigen winkeltjes

Het begon met een idee: hoe kan ik het winkelcentrum aanpakken... "In het buitenland zie je soms van die overdekte markten en denk je: wat leuk, daar stap ik even binnen." Ellen Kiewiet, coördinator Economische zaken, Recreatie en Toerisme bij gemeente de Marne, gebruikte dit eigen idee als inspiratie en vond een tijdelijke invulling voor het leegstaande deel van het nieuwe winkelcentrum in Leens. De eerste pilot, bleek een groot succes dat het in 2014 een structureel vervolg krijgt.

De Marrenmarkt

In de huidige economische tijden is het moeilijk huurders te vinden voor leegstaande winkelpanden. Vaak zie je dan bijvoorbeeld tijdelijke kunst ontstaan in dergelijke panden. In de hoofdstraat van Leens koos Ellen voor een ander concept. De 800 m2 leegstaande open ruimte van het nieuwe winkelcentrum in de hoofdstraat, waar ook de Aldi en Jumbo zijn gevestigd, werd opgedeeld in verschillende kleinere 'winkeltjes' waar ondernemers hun eigen waar konden verkopen. Sieraden, tassen, wol, hoeden, vazen, allerlei art & design producten, allerlei creatieve bedrijfjes deden mee. In totaal waren er twaalf deelnemers met een breed aanbod, waarvan een groot deel uit de Marne. Het geheel paste goed bij elkaar, zag er gezellig uit en vooral: het trok veel publiek! In september 2013 was daarmee de Marrenmarkt een feit, een pilot voor één maand.

Partijen bij elkaar brengen

Ellen vroeg om projectontwikkelaar Leyten om medewerking die meteen wel iets zag in het idee. Hij stelde de ruimte gratis ter beschikking aan de ondernemers en verzorgde ook sponsorgeld voor de reclame. De feitelijke organisatie werd uit handen gegeven aan Nynke Kloosterman, die de 'Diezijn leuk! - markten organiseert o.a. op de Vismarkt in Groningen en door het hele land. Zij is zelf ook ondernemster. Nynke Kloosterman en beschikt over een groot netwerk, organiseerde de andere ondernemers die mee wilden doen en coördineerde het project.

Ellen Kiewiet: "Mijn rol vanuit mijn functie bij de

gemeente was de juiste partijen bij elkaar brengen. Ik ben de initiator en aanjager, ik begeleid en stimuleer, maar Leyten en Kloosterman hebben het idee vervolgens praktisch ingevuld."

Het dorp leeft

Het resultaat was een laagdrempelige markt. Een grote open ruimte van beton met een zeegroene wand, door Nynke zelf geleverd. Het effect was een prachtige hippe "Industrial look". Het dorp hielp mee. "Van de Jumbo kregen we bijvoorbeeld stroom via een snoer, de Kringloop leverde de tafeltjes, de gemeente hielp mee met de vergunning en ga zo maar door.

Er was een terras buiten, het gaf veel bedrijvigheid en gezelligheid," aldus Ellen Kiewiet. "Winkeliers hadden er ook profijt van, je ziet dan ook dat het dorp leeft, opeens is er een echt hart en het was leuk winkelen. Cadeautjes kopen kon nu ook in het dorp zelf. Door een eigenzinnig aanbod kun je je ook onderscheiden van anderen. De aantrekkingskracht was groot en het had stadse allure. Eerst kwamen de mensen met name uit de buurt, later ook van heinde en ver. Voor Leens geweldig."

De Marrenmarkt was drie dagen per week open. Nynke Kloosterman runde de winkel, er was één centrale kassa, de markt draaide goed en had een omzet van een kleine 9.000 euro. Het was een succes.

7



Ellen Kiewiet

Van pilot naar structurele invulling

Inmiddels wordt nu in samenwerking met Leyten en Kloosterman gekeken naar een voortzetting van de Marrenmarkt als acquisitietraject voor structurele vestiging van kleine winkels die het hele jaar door open zijn in het 'gedeelde open ruimte' concept van de Marrenmarkt. Een aantal bedrijfjes van de deelnemers van de Marrenmarkt had in september al aangegeven zich wel definitief te willen vestigen als het door zou gaan. En dat lijkt te lukken. Leyten wil een voorinvestering doen voor een aantal basis voorzieningen in het pand zoals een vloer, wc en stroom en Ellen onderzoekt de mogelijkheid voor een subsidie zodat Nynke kostendekkend kan werken. Het dorp en de ondernemers zijn ingelicht en worden er ook bij betrokken. Het plan is per april 2014 te starten voor een jaar en in dat jaar voorlichtingsbijeenkomsten, begeleidingstrajecten en promotie te organiseren voor kleine winkeliers om binnen dit concept een winkel te vestigen in Leens. Hoe het straks allemaal precies gaat werken wordt nu bekeken. Ellen Kiewiet: "Tijdens de pilot van een maand was de ruimte gratis voor ondernemers en werd er marktgeld aan Nynke betaald. Voor de nieuwe periode en mogelijk langere vestiging wordt gewerkt met een klein basisbedrag aan huur en zou bijvoorbeeld met een opbouwende huur naar omzet gewerkt kunnen worden."

Spinoff is groot

Projectontwikkelaar Luyten zit ook in Delfzijl en Stadskanaal. De spinoff van dit positieve project in de Marne is groot. Wie weet vindt het navolging op andere plekken?

8

Agenda KKNN

23 januari 2014 (13.00 - 17.30 uur)

Krimpcafé XL

Het thema is 'Krimp & de noordelijke krimpexperimenten'.

Locatie: Provincie Groningen, Martinierkhof 12, Groningen

6 maart 2014 (12.15 - 17.00 uur)

Voorjaarssymposium lectoraat Krimp & Leefomgeving

Met om 16 uur prijsuitreiking verhalenwedstrijd Student@Dorp

Locatie: Academie Minerva, Praediniussingel 59, Groningen

De volgende nieuwsbrief verschijnt in februari 2014 en behandelt het thema 'lokaal initiatief'. Hebt u suggesties voor onderwerpen of wilt u een tekst aanleveren, stuur dan een mail naar: info@kennisnetwerkkrimp.nl.

Kopij graag voor 5 februari 2014 aanleveren.