

Ruimte

voor

Retail

Ruimte voor Retail

Detailhandels- en horecavisie
gemeente Groningen

Voorwoord

De toekomst van detailhandel en horeca gaat iedereen aan het hart.

Iedereen voelt zich verbonden met winkel- en horecagebieden, als winkelier of horeca-exploitant, vastgoedeigenaar. Maar ook als inwoner, werknemer en consument. We kunnen niet zonder. Voor het eerst hebben wij ons beleid voor horeca en detailhandel samengevoegd in één visie: Ruimte voor Retail. Want winkelen en het gebruik van hotels, restaurants en cafés worden steeds vaker met elkaar gemengd. Ze versterken elkaar en zorgen voor aantrekkelijke winkel- en uitgaansgebieden, waar inwoners en bezoekers graag hun tijd doorbrengen.

Er zijn ook belangrijke aandachtspunten. Klanten van jong tot oud hebben het online kanaal ontdekt en dat zal niet meer verdwijnen. Door de verandering van ons winkelgedrag zullen winkelgebieden veranderen. Dat zien we vooral in de binnenstad, Paddepoel en het centrum van Haren. De monocultuur van winkels wordt daar meer en meer doorbroken. Retail verandert voortdurend. Gevestigde en vertrouwde namen zijn het afgelopen decennium verdwenen. Tegelijkertijd maken nieuwe formules hun entree en neemt het belang van horeca en vermaak als bezoekmotief toe. Dit zorgt voor gevarieerde winkelstraten die zich onderscheiden. Lokale ondernemers en MKB'ers met uniek aanbod worden steeds belangrijker om bezoekers van ver én dichtbij te trekken. Daarvoor is meer nodig dan alleen een verzameling winkels. Winkelgebieden zullen lokaler en kleinschaliger van karakter worden. Groener en socialer in een meer divers straatbeeld.

Een vergelijkbare ontwikkeling is gaande in onze boodschappencentra. Consumenten kiezen daar, net als in de binnenstad, vaker voor een combinatie aan bezoekredenen. Naast winkelbezoek zijn horeca, ontmoeting en een grote verscheidenheid aan andere (ondersteunende) diensten belangrijk. De openbare ruimte is een belangrijk onderdeel van

de transformatie van eendimensionale winkelcentra naar gemengde kernen. In 'Ruimte voor Retail' benadrukken we ook het belang van sterke centra voor de dagelijkse boodschappen op loop- en fietsafstand. Een fijnmazig netwerk van detailhandel en horeca dient een dubbel doel: de beschikbaarheid van voldoende voorzieningen én werkgelegenheid binnen de eigen woonomgeving. In de detailhandel en horeca werkt een groot deel praktisch geschoolde werknemers en vakkrachten. Dit maakt de sectoren essentieel voor de lokale economie en arbeidsmarkt.

Investeren in retail is noodzakelijk. Onze uitgangspositie als koop- en uitgaansstad van Noord-Nederland is goed, maar kan beter. Het vestigingsklimaat voor retailers is ook door de groei van het aantal inwoners relatief gunstig, Groningers zijn trots op hun stad en dorpen, het winkel- en horeca-aanbod is divers en 24/7 actief. Tegelijkertijd is het bestedingsniveau van onze inwoners relatief laag. Daar komt bij dat retail sterk in beweging is en sommige sectoren kwetsbaar zijn (nachthoreca, modewinkels), zoals de coronapandemie heeft aangetoond. Ontwikkelingen gaan zeer snel: veranderende (vrije)tijdsbestedingen en de omzetverschuiving van offline naar online winkels zijn niet te onderschatten factoren. Dat betekent dat het juist nu essentieel is om te investeren in de Groningse centrumgebieden en in te zetten op een compleet, aantrekkelijk voorzieningenaanbod waar iedereen naartoe wil.



Berndt Benjamins
Wethouder Economische Zaken



Roeland van der Schaaf
Wethouder Ruimtelijke Ordening

Inhoudsopgave



📍 Bla Bla, Nieuwe Boterijstraat, Groningen

| | | | | | |
|----------|--|-----------|----------|---------------------------------------|-----------|
| 1 | Samenvatting | 6 | 5 | Beleids- en toetsingskader | 44 |
| 1.1 | Ambities | 7 | 5.1 | Algemene toetsingskaders | 45 |
| 1.2 | Hoofduitgangspunten | 7 | 5.2 | Binnenstad | 46 |
| 2 | Inleiding | 8 | 5.3 | Boodschappenaanbod | 46 |
| 2.1 | Aanleiding | 9 | 5.4 | Perifere clusters | 47 |
| 2.2 | Doel | 9 | 5.5 | Solitaire winkels en horeca | 47 |
| 2.3 | Juridische status | 10 | 5.6 | Horeca in de binnenstad | 51 |
| 2.4 | Proces en participatie | 10 | 5.7 | Horeca en hotels buiten de binnenstad | 51 |
| 3 | Uitgangspositie | 14 | 6 | Uitvoering beleid | 54 |
| 3.1 | Beleidskaders | 15 | 6.1 | Beleid is niet in beton gegoten | 55 |
| 3.2 | Stand van zaken Groningse detailhandel en horeca | 17 | 6.2 | Actievere rol van de gemeente | 57 |
| 3.3 | Trends en ontwikkelingen | 21 | 6.3 | Juridische kaders | 58 |
| 3.4 | Top 10 opgaven detailhandel en horeca | 24 | 6.4 | Uitvoeringsprogramma | 58 |
| 4 | Visie | 28 | 6.5 | Juridisch-planologische uitvoering | 58 |
| 4.1 | Hoofduitgangspunten | 29 | 6.6 | Handhaving | 58 |
| 4.2 | Visie op de binnenstad | 30 | 7 | Bijlage | 60 |
| 4.3 | Dorpscentra | 34 | 1. | Begrippenlijst | 61 |
| 4.3.1 | Centrum Haren | 34 | | | |
| 4.3.2 | Centrum Ten Boer (Koopmansplein) | 34 | | | |
| 4.3.3 | Hoogkerk | 34 | | | |
| 4.4 | Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra | 37 | | | |
| 4.4.1 | Visie stadsdeel- en (grote) wijkcentra | 37 | | | |
| 4.4.2 | Visie buurtcentra en buurtstrips | 38 | | | |
| 4.5 | Supermarktclusters en solitaire supermarkten | 39 | | | |
| 4.6 | Ontwikkelzones | 39 | | | |
| 4.6.1 | Visie per ontwikkelgebied | 39 | | | |
| 4.7 | Perifere clusters | 41 | | | |
| 4.8 | Solitaire winkels en horeca | 42 | | | |
| 5 | Inhoudsopgave | | | | |

Samen vatting

1.1 Ambities

Deze visie heeft als algemene ambities:

- Het bestaand **aanbod verrijken dan wel moderniseren** met nieuwe, innovatieve en creatieve concepten binnen de bestaande centra en specifieke ontwikkelzones. De schaarse ruimte moet goed gebruikt worden, ook ondernemers hebben hier een rol in.
- De **doorontwikkelingen** van Groningen tot Next City te **faciliteren** in het winkel- en horeca-aanbod. Deze visie gaat uit van een evenwichtige balans tussen functies, marktwerking en maatregelen.
- De positie van de **binnenstad als 'place to be'** in Noord-Nederland te versterken en meer bezoekers van buiten de regio te trekken. Winkels en horeca worden meer geconcentreerd in een compact gebied, maar tegelijkertijd wordt de binnenstad groter met verschillende sfeergebieden met verschillende functies.
- Het boodschappenaanbod, zoals supermarkten en speciaalzaken, uitbreiden en te moderniseren waar de behoefte bestaat. **Behoud van fijnmazigheid** is uitgangspunt. Buurt-, wijk- en dorpswinkelcentra moeten meer verkleuren naar integrale centrumgebieden, centraal in gezonde en leefbare woongebieden.
- Het Sontplein e.o., het Hoendiep en de Peizerweg **kwalitatief te versterken** in de openbare ruimte, uitstraling en synergie. Uiteraard blijft maatwerk onder voorwaarden mogelijk voor uitbreiding van specifieke concepten binnen en buiten deze centra.
- Ongewenste en structuurverstorende **verspreide bewinkeling terugdringen** ten gunste van concentratie binnen de centrumgebieden.

1.2 Hoofduitgangspunten

De algemene ambities zijn vertaald naar een zestal hoofd-uitgangspunten, zie figuur hiernaast.



Faciliteer dynamiek

- Compleet en modern aanbod
- Perspectiefrijke centrumgebieden
- Kansen voor ontwikkelzones
- Nieuwe en lokale concepten



The Next City

- Inspelen op nieuwe trends
- Passend aanbod nieuwe gebieden
- Sturing bezorgeconomie
- Aandacht voor nachtcultuur



Bruisende binnenstad

- Binnenstad van Noord-Nederland
- Verblijven, ontmoeten, beleven
- Compact kernverblijfsgebied
- Bredere functiemix
- Balans markt en regelgeving



Leefbare wijken

- Concentratie in buurt- / wijkcentra
- Dichtbij huis boodschappen doen
- Aanbod afstemmen op behoefte
- Minder winkels, meer functiemix



Doelgericht kopen

- Sterke perifere clusters
- Complementair aan de binnenstad
- Aantrekkelijke openbare ruimte
- Gemak, efficiënt en doelgericht



Perifere sanering

- Saneren verspreide winkels
- Ruimte voor maatwerk
- Ruimte voor specifieke vormen

Inleiding

2.1 Aanleiding

Er is alle aanleiding om nieuw beleid op te stellen voor de detailhandel en horeca (inclusief hotels) in de gemeente Groningen. Achtergrond vormen o.a. de economische groei en centrumfunctie van Groningen-stad, de groeiende bevolking, de recente herindeling van de gemeente (samenvoeging met de voormalige gemeenten Haren en Ten Boer) en de vele trends en ontwikkelingen in de sectoren in het algemeen. Veranderingen in de retail – van branchevervaging en schaalvergroting en -verkleining tot e-commerce – volgen elkaar in hoog tempo op, waardoor detailhandel en horeca (in deze visie inclusief hotels) op veel plaatsen onder druk komen te staan. Bovendien leidt de verwachte groei van gemeente Groningen tot een andere behoefte aan voorzieningen. De gemeente wil haar aanbod aan winkels, horeca en recreatie nog meer en beter benutten voor een leefbare en aantrekkelijke woon- en leefomgeving voor de inwoners en zich profileren als de koop- en uitgaansstad van Noord-Nederland.

Op weg naar de nieuwe visie zijn meerdere onderzoeken uitgevoerd naar de detailhandel en horeca (inclusief hotels) in de gemeente Groningen.¹ De onderzoeksresultaten geven aan dat deze economische sectoren veel gemeen hebben en elkaar gebiedsgericht op veel vlakken raken en deels ook overlappende doelgroepen kennen. Daarnaast vermengen (blurren) de sectoren steeds meer met elkaar. Het vigerende beleid houdt hier onvoldoende rekening mee en is niet geschikt om dergelijke initiatieven te beoordelen. De uitkomsten van vermelde onderzoeken vormen dan ook belangrijke input voor deze visie.

2.2 Doel

Het doel van deze nieuwe detailhandels- en horecavisie is een helder beleidskader te bieden met een onderbouwd en afgestemd toekomstbeeld voor de detailhandel en horeca in de gemeente Groningen. Dit nieuwe integrale beleid vervangt de oude Structuurvisie Detailhandel (2011), Horeca-nota (2011) en Hotelnota (2004). Bij het opstellen van nieuwe uitvoeringsregelingen vormt deze visie en dit beleid

het kader. Bestaande (juridische) regelingen blijven vooralsnog gehandhaafd, maar het voornemen is om deze te actualiseren aan de hand van het nieuwe beleid. De uitgangspunten uit het 'Kaderdocument Overnachtingenmarkt en short stay 2020' en 'Beleidsaanbevelingen hotels' (januari 2021) maken integraal onderdeel uit van deze visie. Concreet betekent dit dat de visie de volgende doelen bevat:

Ambitiedocument

Een inspirerende visie voor ondernemers, vastgoedeigenaren en de gemeente Groningen met ambitie voor de detailhandel en horeca;

Toetsingskader

Een praktisch (sturings)instrument voor nieuwe initiatieven, waarbij de juiste balans tussen levensdigheid, leefbaarheid en meerwaarde voor de stad centraal staat;

Basis voor juridische uitvoering

Een onderlegger voor nieuwe bestemmingsplannen (of omgevingsplannen) en nieuwe vergunningsaanvragen.

In deze nieuwe visie wordt rekening gehouden met de gevolgen van corona. Corona heeft al meer dan anderhalf jaar grote impact op de samenleving. Het staat vast dat de maatschappelijke en economische effecten nog lang merkbaar zijn. Veel van deze gevolgen landen fysiek in de binnenstad door de afhankelijkheid van toestroom van buiten en het grote aandeel horeca en detailhandel. De visie detailhandel en horeca beschrijft een toekomstbeeld voor de lange(re) termijn (uit bijeenkomsten met stakeholders bleek dat daar nadrukkelijk behoefte aan is). Maar er zijn ook maatregelen nodig om ondernemers acute ondersteuning te geven. Het college heeft daartoe reeds maatregelen genomen, zoals tijdelijke terrasuitbreiding en het lanceren van het 1,5 meter loket en zeer recent een economische herstelagenda 'Groningen Vooruit' vastgesteld voor een veilig opstartende, bruisende en veerkrachtige en ondernemende stad. De economische herstelagenda en de visie detailhandel en horeca vormen samen een leidraad voor de toekomst die vandaag begint.

2.3 Juridische status

De gemeente Groningen heeft in 2018 de Omgevingsvisie ‘The Next City’ vastgesteld. Op dit moment werkt de gemeente aan een actualisatie van de Omgevingsvisie mede door de herindeling van de gemeente. De Omgevingsvisie beschrijft de ontwikkelingen en ambities voor de fysieke en sociale leefomgeving. Deze detailhandels- en horecavisie geeft een uitwerking van de ambities voor de detailhandel en horeca (inclusief hotels) en is op te vatten als een thematisch ‘Programma’ binnen de nieuwe Omgevingswet (inwerkingtreding per 1 juli 2022). De ambities en ontwikkelingen voor detailhandel en horeca, zoals beschreven in deze visie, neemt de gemeente vervolgens op in het Omgevingsplan (nu nog het bestemmingsplan).

Definities kernbegrippen (zie bijlage 1 voor de volledige begrippenlijst)

Detailhandel (als activiteit)

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

Horeca

Een bedrijf of instelling, waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt en/of waarin bedrijfsmatig logies wordt verstrekt, één en ander al dan niet in combinatie met een vermaaksfunctie.

Daghoreca

Een horecabedrijf dat ondersteunend is aan de detailhandel, in hoofdzaak gericht op het verstrekken van kleinere maaltijden, geringe eetwaren en licht alcoholische dranken. Geopend conform winkelsluitingstijdenwet en minimaal 4 keer open om 11.00 uur.

Retail

Verzamelterm voor detailhandel en horeca en commerciële dienstverlening.² Leisure valt hier niet onder.

Hotels

Bedrijven die zich primair richten op kamerverhuur voor toeristische of zakelijke bezoekers. Beperkte verblijfsduur gasten.

2.4 Proces en participatie

Om te komen tot een breed gedragen detailhandels- en horecavisie door zowel de gemeente Groningen, ondernemers, vastgoedeigenaren en andere betrokkenen is een zorgvuldig proces doorlopen. Dit om in de toekomst goed samen te kunnen werken. En het beoogde resultaat te bereiken, zoals wordt vastgesteld in deze visie.

Figuur 2.1 geeft de verschillende procesmomenten weer. Met een onderscheid tussen de grotere externe procesmomenten (‘hoofdstations’) en verschillende tussentijdse interne en externe afstemmings- en productiemomenten (‘tussenstations’).

- In 2020 is een aantal onderzoeken afgerond die de basis vormen van het nieuwe detailhandels- en horecabeleid. Onderdeel van deze onderzoeken was een koopstromenonderzoek, enquête via het inwonerspanel en een brede bijeenkomst met stakeholders.
- In de storm van de pandemie is gewerkt aan een tussendocument: een opgavenrapport met de belangrijkste uitgangspunten voor nieuw beleid en een duiding van de verwachte effecten door corona. Eind 2020 is een tweede brede bijeenkomst met stakeholders gehouden. Met deze input is vorm gegeven aan het opgavendocument.
- Samen met de ondernemers- en belangenverenigingen en met onafhankelijke vrijdenkers zijn meerdere gesprekken gevoerd en extra accenten geplaatst voor nieuw beleid. Intern is afstemming gezocht met de gebiedsteams en andere programma’s binnen de gemeente. Het projectteam bestond uit een afvaardiging namens de gemeente Groningen. De kleine bijeenkomsten werden gehouden met een afvaardiging van de ondernemers- en bedrijvenverenigingen, Koninklijke Horeca Nederland en Groninger Hotelberaad.



Figuur 2.1 Overzicht procesmomenten

Relatie met flankerend beleid

Dit detailhandel- en horecabeleid is sectoraal beleid en dus voornamelijk gericht op de detailhandel en horeca. De detailhandel en horeca in de gemeente Groningen staan echter niet op zichzelf, maar hebben raakvlakken met andere beleidsthema’s waaronder mobiliteit en parkeren, wijkaanpak en -vernieuwing, leefkwaliteit en openbare ruimte, niet-retail functies (maatschappelijk, cultuur, leisure, zorg, zakelijk, etc.). Deze functies zijn niet specifiek onderzocht. Daarom is afstemming gezocht met beleid voor andere sectoren en waar relevant wordt dit zijdelings en gebiedsgericht benoemd in deze visie.

Noten

- 1 De resultaten zijn in afzonderlijke documenten beschreven: Onderzoek detailhandel gemeente Groningen (BRO, 2020), Horeca-onderzoek gemeente Groningen (BRO, 2020), Analyse Overnachtingenmarkt gemeente Groningen (Horwath HTL, 2019), Kaderdocument overnachtingenmarkt en short stay 2020 (Gemeente Groningen, 2020) en Beleidsaanbevelingen hotels gemeente Groningen (BRO, januari 2021).
- 2 Commerciële dienstverlening valt officieel binnen de term retail, maar valt buiten de scope van dit beleidskader.



Uitgangspositie

In dit hoofdstuk zijn de kaders voor de detailhandels- en horecavisie weergegeven. De 'kaders' zijn factoren waar niet van afgeweken kan worden, waar geen invloed op kan worden uitgeoefend en waar rekening mee gehouden dient te worden. Dit uit zich in vigerende beleidskaders, de resultaten van de eerdere onderzoeken, (het perspectief van) de bestaande centrumgebieden en trends en ontwikkelingen.

3.1 Beleidskaders

Diverse visies, beleidsdocumenten, wetgeving en jurisprudentie 'werken door' in het nieuwe detailhandels- en horecabeleid. Met deze bestaande kaders dient rekening te worden gehouden in het nieuwe beleid.

Omgevingsvisie provincie Groningen 2016-2020 (geconsolideerde versie februari 2021)

Het provinciale beleid is om stedelijke ontwikkelingen zoveel mogelijk te laten plaatsvinden **binnen bestaand stedelijk gebied**. Hiermee wordt het contrast tussen het stedelijk gebied en het buitengebied, zo bepalend voor de identiteit van de provincie, behouden en versterkt. Voor nieuwe ontwikkelingen in het buitengebied zijn mogelijkheden als de vitaliteit verbeteren en de belevingswaarde en de economische waarde van het gebied verhogen.

De provincie zet in op een toekomstbestendige detailhandelsstructuur door **de positie van de kernwinkelgebieden** (stads- en dorpscentra) te versterken en perifere vestigingen te beperken. Detailhandel op perifere locaties is alleen toegestaan als deze moeilijk ruimtelijk inpasbaar is binnen bestaande winkelgebieden, vanwege het volume van goederen of veiligheidseisen.

De provincie adviseert gemeenten om een detailhandelsvisie op te stellen die bij voorkeur de volgende aspecten bevat:

- streven naar goed **evenwicht** tussen vraag en aanbod;
- streven naar **concentratie** van de (grootschalige) voorzieningen;
- inzicht geven in de **positie en het perspectief** van de verschillende winkelgebieden;
- expliciete **keuzes** maken voor kansrijke en zwakkere winkelgebieden;
- **alternatieven** voor zwakkere gebieden (herstructurering, sloop, functieverandering);
- aandacht besteden aan de ruimtelijke effecten van **online detailhandel**;
- **toetsingskader** voor nieuwe ontwikkelingen.



Omgevingsvisie The Next City (actualisatie 2021)

Groningen groeit hard, zowel qua inwoners als qua werkgelegenheid en dat vraagt om retail- en horeca-aanbod dat hierin mee kan groeien. En dat rekening houdt met specifieke behoeften in wijken, op de perifere locaties en in de recreatieve verblijfsgebieden. We blijven vasthouden aan onze compacte stad met leefbare wijken en dorpen, en stimuleren gezond gedrag. Groningen staat voor consistent beleid en dat betekent dat we blijven inzetten op verschillende typen wijkverzorgingsfuncties voor de dagelijkse boodschappen, soms groot in de vorm van een wijkwinkelcentrum met meerdere supermarkten en soms kleiner met een gemakswinkel. Maar altijd dichtbij huis, op loop- en op fietsafstand en met een prettig en veilig ingerichte openbare ruimte. We hebben meer aandacht voor de verblijfskwaliteit en openbare ruimte van onze centra. Woongebieden zonder enige vorm van voorzieningen zijn achterhaald en niet-inclusief. Op solitaire locaties werken we in principe niet mee aan uitbreiding.

Mobiliteitsvisie Groningen Goed op Weg (2021)

De Mobiliteitsvisie maakt verschillende keuzes, daarbij staat de ontwikkeling van de compacte stad voorop:

- de doorwaadbare stad, waar de auto te gast is
- terugdringen van geparkeerde voertuigen in de openbare ruimte
- voetganger van bij- naar hoofdzaak
- 050 fietsstad
- groei van het OV mogelijk maken
- benutten van hubs, keten- en deelmobiliteit
- naar een emissievrij wagenpark

Visie Bestemming Binnenstad (2016)

De Binnenstadsvisie 'Bestemming Binnenstad' is sinds de vaststelling daarvan in 2016 het kompas voor de aanpak van de binnenstad. Deze visie bepaalt dat er meer ruimte in de binnenstad moet komen voor de voetganger en de fietser, een aangenamere verblijfsruimte, meer groen en een betere toegankelijkheid: de visie geeft invulling aan het streven om de binnenstad ook in de toekomst aantrekkelijk, toegankelijk, veilig en bereikbaar te houden. Vanaf 2016 is onder de noemer 'Ruimte voor jou' gewerkt aan concretisering van deze visie in een aantal projecten die alle tot doel hebben het verblijfsklimaat in de binnenstad te verbeteren.

De visie bestemming binnenstad en de visie detailhandel en horeca zijn nauw met elkaar verbonden en versterken elkaar. De binnenstad gaat van kernwinkelgebied naar kernverblijfsgebied, waarin een veelheid aan economische, maatschappelijke en culturele voorzieningen zorgen voor een divers bezoekmotief en een aantrekkelijke binnenstad. Belangrijk punt is dat de binnenstad veel meer beleving moet krijgen en verblijfskwaliteit moet bieden, voor zowel bewoners als bezoekers. Dat zijn bij uitstek de thema's die niet los kunnen worden gezien van de visie Bestemming binnenstad. Beide visies komen dan ook in nauw overleg tot stand. Het document Nieuwe Stadsruimtes (2017) helpt als inrichtingsleidraad om ervoor te zorgen dat er voldoende eenheid in de binnenstad blijft. Het bevat inrichtingsprincipes per type straat of plein. Deze vormen de basis voor de wijze waarop straten kunnen worden heringericht, in samenspraak met de omgeving en andere belanghebbenden. Ook geeft het document richting aan de manier waarop thema's als toegankelijkheid, duurzaamheid en bijvoorbeeld water een plek kunnen krijgen in de openbare ruimte.

3.2 Stand van zaken Groningse detailhandel en horeca

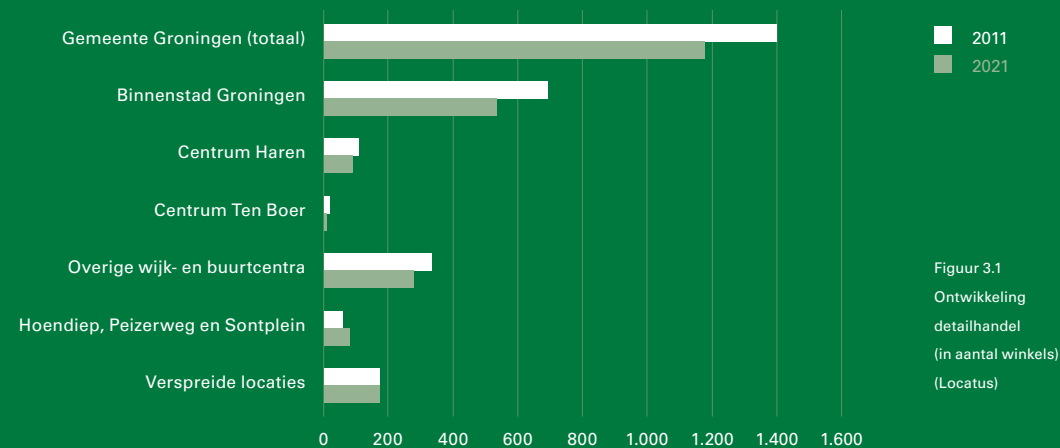
In 2020 is een aantal onderzoeken afgerond die de basis vormen van het nieuwe detailhandels- en horecabeleid (Onderzoek detailhandel gemeente Groningen, BRO 2020; Horeca-onderzoek gemeente Groningen, BRO 2020; Analyse Overnachtingenmarkt gemeente Groningen, Horwath HTL, 2019).

Detailhandel

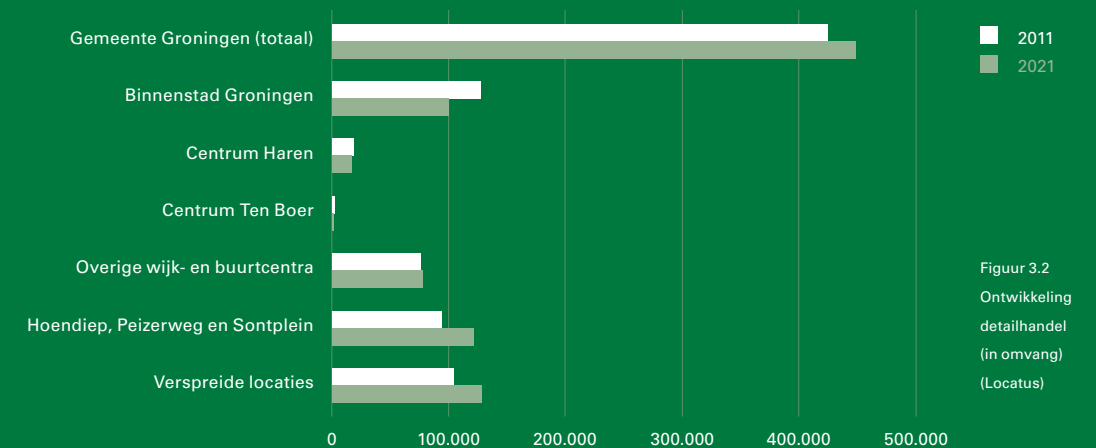
- Het aantal winkels in de gemeente Groningen is in de periode 2011-2021 afgenomen (-16%) en de omvang van het winkelaanbod is toegenomen (+6%). Dit wordt verklaard door enerzijds schaalvergroting en anderzijds een toename van het winkelvloeroppervlak op de locaties Hoendiep, Peizerweg en Sontplein e.o. (+30%).
- De toename van het aanbod op verspreide locaties (+25.000 m² wvo) staat haaks op het huidige beleid dat uitgaat van 'meer concentratie in winkelgebieden en minder verspreide bewinkeling'. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat deze toename met name komt door schaalvergroting, niet door nieuwvestiging. Bovendien zijn voor zeer grootschalige winkels, zoals grootschalige bouw-/tuinmarkten en tuincentra wel uitzonderingen.
- Het winkelaanbod in de centra van Groningen, Haren en Ten Boer is afgenomen. Dit is deels een autonome trend, maar desalniettemin opvallend aangezien het beleid juist inzet op versterking c.q. behoud van aanbod in deze gebieden. In de wijk- en buurtcentra is het aanbod wel toegenomen, met name als gevolg van modernisering van het supermarktaanbod.

Conclusie detailhandel

De hier genoemde ontwikkelingen in de detailhandel zijn deels te verklaren, maar niet minder zorgelijk. De afgelopen periode heeft primair een versterking van de thematische clusters plaatsgevonden, wat positief is voor de consumentenverzorging. Voor het aankomende decennium ligt de opgave (in kwantitatieve en kwalitatieve zin) meer bij de binnenstad en buurt- en wijkcentra. Voor de thematische clusters bestaat vooral een kwalitatieve opgave.



Figuur 3.1
Ontwikkeling
detailhandel
(in aantal winkels)
(Locatus)



Figuur 3.2
Ontwikkeling
detailhandel
(in omvang)
(Locatus)

Horeca (inclusief hotels)

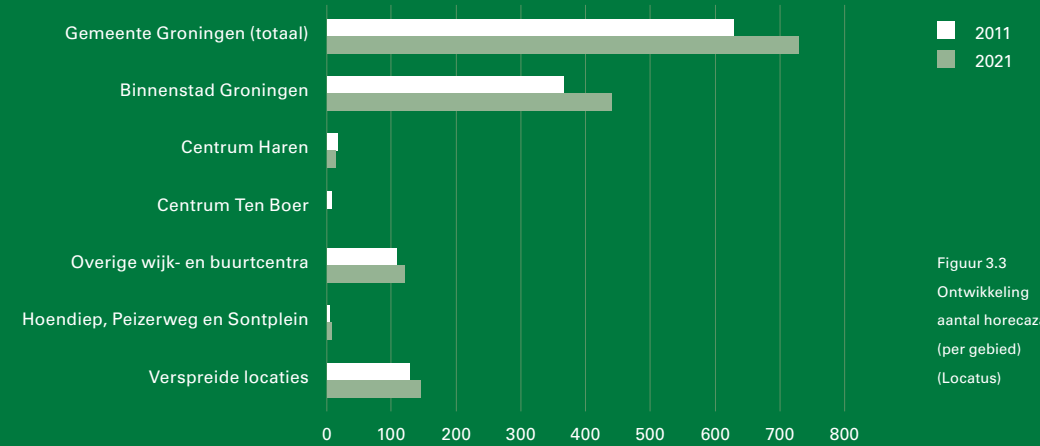
- Het aantal horecazaken in de gemeente is in de periode 2011-2021 toegenomen met 16%, met name in de sectoren Eten (lunchroom, caférestaurant, restaurant) en Fastfood (bezorg/halen, fastfood, grillroom). In de binnenstad neemt het horeca-aanbod toe, maar ook op verspreide locaties.
- De horeca in de gemeente Groningen is in essentie gevarieerd en kwalitatief overwegend goed, ook qua uitstraling en inrichting van de buitenruimte (terrassen). Voor de horecasector bestaat marktruimte om het aanbod uit te breiden.
- In de oudere wijken zijn verhoudingsgewijs meer horecazaken gevestigd dan in de nieuwe wijken. Haren en Ten Boer beschikken over een relatief ruim horeca-aanbod. De horeca in Ten Boer heeft vooral een lokaal verzorgend karakter. De Harense horeca heeft daarnaast ook een winkelondersteunend en toeristisch-recreatief karakter (in het centrum en aan het Paterswoldsemeer).
- De Groningse hotelsector kende de afgelopen jaren opvallende groei cijfers en er bestaat marktruimte voor verdere uitbreiding van de capaciteit. De gemeente heeft unieke potenties in zowel de toeristische, zakelijke (incl. conferenties) en kennisgerelateerde markt.

Conclusie horeca (inclusief hotels)

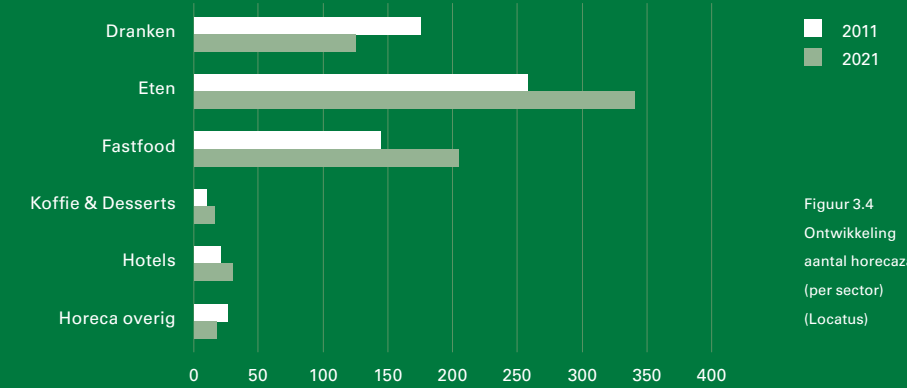
Horeca is zeer conjunctuurgevoelig. Daar waar het aanbod t/m 2019 sterk groeide, zal de coronacrisis de komende jaren kunnen zorgen voor krimp van de capaciteit. Vanaf 2022 verwachten we een geleidelijke toename van bestedingen, bedrijfsinvesteringen en capaciteit. De groeiende behoefte aan eten, drinken en slapen buitenshuis en oplopende spaartegoeden (bij veel mensen) geeft extra impulsen. Voor de horecasector bestaat dan ook marktruimte om het aanbod de komende jaren uit te breiden. Voor het voortbestaan in de komende jaren zijn voor horeca en hotels de regionale en toeristische gasten de belangrijkste doelgroepen. De zakelijke markt vergt een langere herstelperiode. Doelgerichte, gezamenlijke marktwerking is essentieel.



The Market Hotel, Grote Markt, Groningen



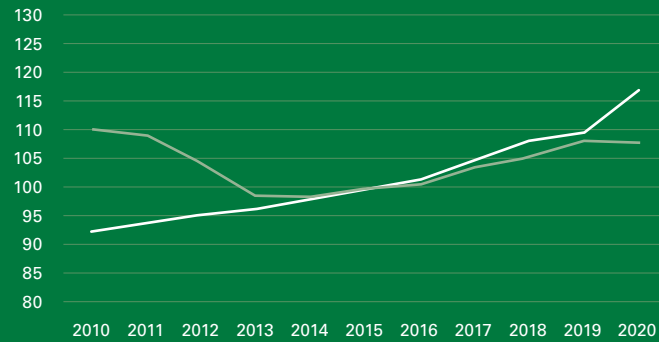
Figuur 3.3
Ontwikkeling
aantal horecazaken
(per gebied)
(Locatus)



Figuur 3.4
Ontwikkeling
aantal horecazaken
(per sector)
(Locatus)



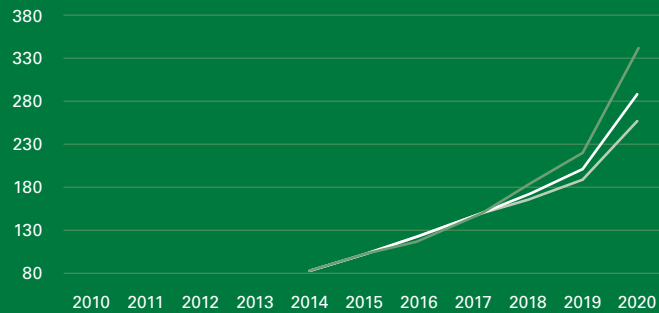
De Rietschans, Meerweg, Haren



Index 2015 = 100

— Winkels in voedingsmiddelen
— Winkels in non-foodart

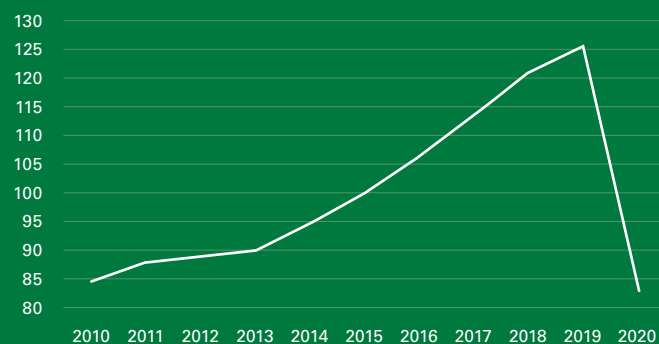
Figuur 3.5 Omzetontwikkeling detailhandel (fysieke omzet) (CBS)



Index 2015 = 100

— Detailhandel totaal
— Puur online (Nederlandse bedrijven)
— Multi-channel (zwaartepunt niet online)

Figuur 3.6 Omzetontwikkeling detailhandel (online omzet) (CBS)



Index 2015 = 100

— Horeca

Figuur 3.7 Omzetontwikkeling horeca (CBS)

3.3 Trends en ontwikkelingen

De detailhandel- en horecasector is zeer dynamisch en volop in beweging. De coronacrisis heeft deze beweging op veel punten versterkt. Hieronder staan de belangrijkste trends en ontwikkelingen.

Omzet en bestedingen

- De **omzet in de detailhandel** neemt sinds 2014 weer gestaag toe (zie figuur 3.5). Wel is er duidelijk verschil zichtbaar tussen de dagelijkse en niet-dagelijkse sector. Waar de omzet (en bestedingen) in de dagelijkse sector fors toenemen, gaat dit in de niet-dagelijkse sector iets minder hard. In 2020 was hier zelfs sprake van een beperkte krimp (als gevolg van corona).
- Binnen de niet-dagelijkse sector bestaan **grote verschillen**. Zo is er in de sector mode en luxe (recreatief winkelen) sinds 2015 sprake van een afname van bestedingen (ruim 8%), terwijl er in de sector in en om het huis (doelgericht winkelen) sprake is van een forse groei (ruim 16%) van de bestedingen. Dit laatste is vooral zichtbaar in de woon-, tuin- en doe-het-zelfbranche.
- Het aantal **online bestedingen** is de afgelopen jaren sterk toegenomen, evenals het aantal producten en diensten dat online verkrijgbaar is (zie figuur 3.6). Toonbankbestedingen blijven voorsnog echter domineren en meer relatie tussen online en offline (multi-channel).
- De opkomst van online winkelen heeft de fysieke winkelmarkt blijvend onder druk gezet, met name voor recreatieve winkels (kleding, mode, schoenen, warenhuizen, sport en spel). De afgelopen jaren zijn meerdere winkelketens failliet gegaan. Hoewel de leegstand de afgelopen jaren afnam (onder andere door transformatie naar wonen en horeca), is sinds 2019 weer sprake van een toename (onder andere door verzadiging horeca). De verwachting is dat het aantal faillissementen en bedrijfsbeëindigingen (en daarmee de leegstand) de komende tijd sterk zal toenemen, mede door de coronacrisis.
- Hoewel de verwachting voor de komende jaren is dat de online bestedingen zullen toenemen, is ook de verwachting dat winkels steeds meer multi-channel doen. Dit betekent zowel een fysieke winkel als een webwinkel. Dit betekent dat de groei van online niet gelijk gaat met een afname van het winkelaanbod.
- De **omzet in de horeca** neemt al sinds 2010 jaarlijks fors toe. De gevolgen van corona zijn echter zeer groot voor de horeca en dat heeft ook geleid tot een ongekende omzetzaling in 2020 (figuur 3.7).
- Hoewel de **behoefte aan horeca blijft toenemen**, heeft de omzetzaling van 2020 en de te verwachten daling in 2021 grote impact op het functioneren en voortbestaan van de bestaande horecazaken en hotels. Zaken staan bedrijfs-economisch sterk onder druk en de financiële reserves slinken snel. Op korte en middellange termijn wordt verwacht dat diverse bestaande horecaondernemers het bedrijf beëindigen. Voor een groot deel zullen hier andere ondernemers voor in de plaats komen. Door de blijvende en op termijn waarschijnlijk zelfs weer toenemende behoefte. Horeca is voor ondernemers immers een relatief 'laag-drempelige' sector, waardoor er altijd wel nieuwe kandidaten zijn.
- De **hotelsector** zal naar verwachting iets later herstellen. Met name door de afhankelijkheid van de zakelijke markt, die minder snel reageert op verruimde openstelling dan de particuliere markt. Algemeen wordt verwacht dat de hotelbezetting rond 2023/2024 weer rond het peil van 2019 zal liggen.

Wijzigend consumentengedrag

- De opkomst van het internet heeft geleid tot een structureel **gewijzigd koopgedrag** door consumenten. Men verwacht dat alles gemakkelijk en snel te koop is. De klant is koning.
- De consument is steeds **mobiel** en voor grotere centra bereid om grote(re) afstanden af te leggen. Anderzijds is de laatste jaren en mede door corona, een opleving ontstaan van het 'koop lokaal' principe. Moderne buurt- en wijkcentra hebben nog steeds bestaansrecht indien het aanbod goed aansluit op de behoefte van de lokale inwoners. Met name middelgrote centra vallen 'tussen wal en schip'. Ze zijn veelal onvoldoende onderscheidend en bieden te weinig toegevoegde waarde ten opzichte van de grotere en kleinere centra en het internet.
- Mensen eten en drinken steeds meer **'buiten de deur'**. Deze markt is inmiddels al goed voor een derde van de consumentenbestedingen aan eten. Het gaat daarbij niet alleen om 'reguliere' horeca, maar ook om eten binnen nieuwe winkelconcepten, foodfestivals, op het werk, etc. De consument zoekt hierbij

steeds meer naar een unieke ervaring: producten en locaties met een bijzondere of emotionele lading. Horeca richt zich daarom steeds meer op **vermaak en beleving**.

- De consument hecht steeds meer waarde aan **duurzaamheid**, zowel in producten als in de omgeving. Dit zorgt voor een toenemend belang van de kwaliteit van de openbare ruimte voor bezoekers.

Behoeft in perspectief

- De autonome groei als gevolg van demografische ontwikkelingen in de gemeente, in combinatie met de toenemende centrumfunctie van Groningen-stad zorgen alleen al voor groei van de detailhandel en horeca. Desondanks moet rekening worden gehouden met een afname van met name het winkelaanbod.
- De behoefte aan **fysieke winkels** zal naar verwachting blijven bestaan. Dit geldt echter alleen voor de winkelconcepten die enerzijds kunnen profiteren van het internet (multi-channel) en anderzijds voldoende toegevoegde waarde bieden (service, kwaliteit, beleving). Een groot deel van het bestaande winkelaanbod zal verdwijnen.
- Het boodschappenaanbod heeft voorsnog in beperkte mate last heeft van het internet. Consumenten doen echter in **toenemende mate online boodschappen**. Bekende formules zoals Albert Heijn, Jumbo en Plus bieden online diensten aan, maar nieuwe pure online aanbieders rukken op, zoals Hello Fresh, Picnic en Gorilla. Daarnaast dreigt het toetreden van grote buitenlandse spelers op de Nederlandse boodschappenmarkt, zoals Amazon of Alibaba.
- Voor de **horeca** geldt dat de behoefte **onverminderd toeneemt**. Het bestaansrecht van centrumgebieden op buurt- en wijkniveau wordt juist gevormd door de foodbeleving, waar de horeca een belangrijke rol in speelt. Supermarkten of foodmarkten vervullen echter steeds meer een rol in deze trend, waardoor ook de supermarkt een horecafunctie krijgt en traditionele horeca, zoals cafés en restaurants, minder zichtbaar worden.
- In de **hotelsector** verwachten we een verdere groei van **bijzondere concepten**, die inspelen op de monumentale waarden van vastgoed en locatie (pleinen, water, groen, etc.). Meer gericht op specifieke doelgroepen, minder op 'de massa'. Goede hotels hebben een belangrijke ontmoetingsfunctie; ook combinatievormen tussen hotel, restaurant, cultuur en workspaces zijn kansrijk.

Toekomstkansen buurt- en wijkcentra

- Dorps- en wijkcentra hebben veel perspectief als lokale aankooplocatie voor **dagelijkse boodschappen** en in het verlengde daarvan **frequent benodigde niet-dagelijkse producten** zoals bloemen en huishoudelijke artikelen. Inwoners hebben blijvend behoefte aan frequent benodigde aankopen nabij de eigen woning in het kader van de eerste levensbehoefte. Dergelijk aanbod is dan ook essentieel voor de **leefbaarheid** in buurten en wijken.
- **Supermarkten** hebben een belangrijke trekkersfunctie en vormen daarmee in dorps- en wijkcentra de voornaamste basis. Een gemiddelde service supermarkt van circa 1.200 m² vwo trekt wekelijks zo'n 10.000 bezoekers, waar ook omliggende winkels, horeca en voorzieningen via **combinatiebezoek** van profiteren. Een discountsupermarkt trekt wekelijks minder bezoekers, maar heeft doorgaans wel een groter verzorgingsgebied. Hierdoor zijn zowel service- als discountsupermarkten structuurbepalend.
- Landelijke trends duiden op het feit dat wijkwinkelcentra transformeren naar meer **integrale centrumgebieden**. Er zijn echter vele verschillende typen centra mogelijk op lokaal niveau. Het profiel en de richting wordt veelal bepaald door de aanwezigheid van het supermarktaanbod en het draagvlak (de inwoners in het verzorgingsgebied).
- Duidelijk is dat het **niet-dagelijks aanbod in de vorm van recreatieve winkels** en bepaalde doelgerichte winkels, zoals kleding, mode, schoenen, sport, speelgoed en elektronica in de buurt- en wijkcentra sterk afneemt. Hier ligt dan ook een duidelijke saneringsopgave, omdat deze centra van oudsher nog wel veel van dit type aanbod huisvesten. Verdere leegstand ligt op de loer.
- De afnemende (niet-dagelijkse) winkelfunctie van een buurt- of wijkcentrum biedt **kansen voor overige functies**. Afhankelijk van de doelgroep in het verzorgingsgebied is sprake van een toenemende behoefte aan diverse commerciële diensten, zoals kappers en ambachten. Daarnaast is meer behoefte aan kleinschalige werkvormen of cultureel- en maatschappelijke diensten. Ook zorgen woonfuncties bieden kansen op lokaal niveau.

Toekomstkansen binnenstad

- Het winkelaanbod in de binnenstad staat onder druk, zowel in de kern als in de aanloopstraten. Het aanbod non-food en het aantal ketens neemt af. Met als gevolg een toename van de leegstand.
- Voor de binnenstad liggen kansen om zich te herpositioneren: **van winkelgebied naar verblijfsgebied** met een combinatie van functies,

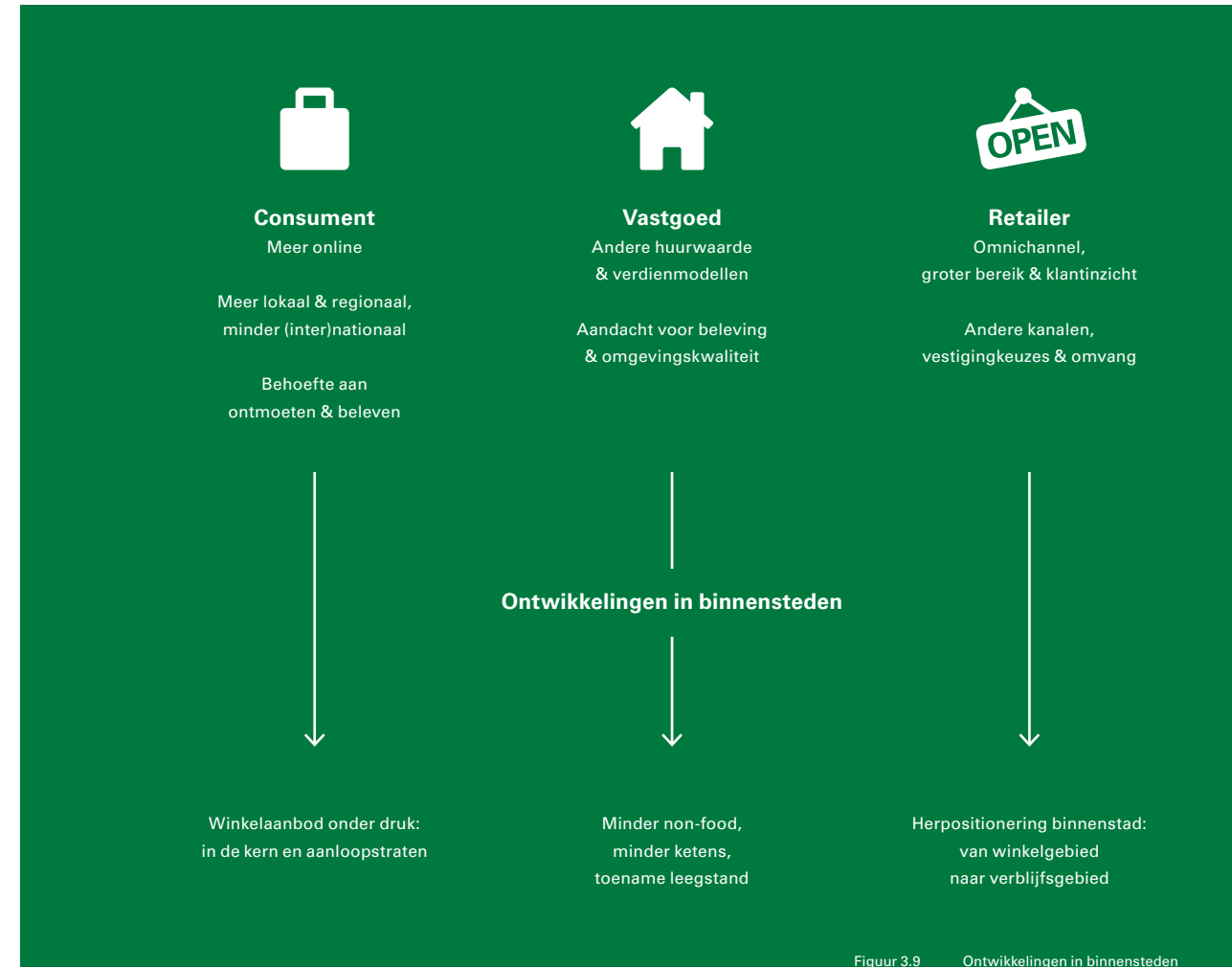
waaronder winkels, horeca, leisure, ambachten, werken en wonen.

- Sfeervolle, onderscheidende **horecazaken en hotels** onderstrepen zowel de verblijfskwaliteit als de (brede) gastvrijheid van een binnenstad. Groningen heeft een bijzondere reputatie op dat gebied en moet dit verder versterken.

Toekomstkansen periferie

- Detailhandel en horeca buiten centrumgebieden wordt vaak aangeduid als 'de periferie'. Grote thematische concentratiegebieden, zoals woonboulevards en retailparken op goed bereikbare locaties (vanuit de regio), met voldoende kritische massa, ruim en gratis parkeren en voldoende trekkers, voorzien nog steeds duidelijk in een behoefte. De context van Groningen met een toenemende centrumfunctie voor een grote regio, zorgt er voor dat perspectief bestaat voor thematische concentraties.

- In Groningen zijn het Sontplein e.o., het Hoendiep en de Peizerweg de **aangewezen concentratiegebieden** met een goed toekomstperspectief. Het Hoendiep en de Peizerweg hebben een duidelijk profiel rondom het thema wonen, terwijl het Sontplein e.o. een bovenregionale verzorgingsfunctie heeft vanwege de ligging, een zeer ruim aanbod heeft met trekkers en bovendien een breed aanbod kent in de vorm van een grootschalig retailpark.
- Thematische concentraties zijn echter **sterk conjunctuurgevoelig** en de ontwikkelingen hangen vaak samen met de woningmarkt. Het huidige succes is geen garantie voor de toekomst. Daar komt bij dat de online bestedingen in de doe-het-zelf-, woon- en tuinbranche tot nu toe redelijk beperkt bleven. Met de komst van nieuwe grote spelers, zoals Amazon, Alibaba, maar ook Fonq, nemen ook in deze branches de online bestedingen fors toe.



Figuur 3.9 Ontwikkelingen in binnensteden

3.4 Top 10 opgaven detailhandel en horeca

Uit de onderzoeksresultaten, trends en ontwikkelingen en (verwachte) effecten door corona volgt de belangrijkste opgave: het handhaven en verder versterken van de retail-uitgangspositie van de hele gemeente Groningen. Er zijn tien belangrijke opgaven c.q. thema's benoemd voor de nieuwe visie:

1. Functiemix voor de binnenstad, centrum Haren en Paddepoel. Deze centra ontwikkelen zich door veranderend consumentengedrag naar gemengdere retailgebieden met veel verblijfskwaliteit. Tegelijkertijd neemt het gebruik en het belang van een aantrekkelijke openbare ruimte toe, met uiteindelijk ook effecten op het economisch functioneren van de centra. Er ligt een opgave om het recreatief winkel-aanbod zoveel mogelijk te concentreren op de meest kansrijke locaties. De entreegebieden en delen van de binnenstad verkleuren naar gemengdere zones, waar naast detailhandel meer ruimte is voor horeca, diensten, leisure, cultuur, werken, onderwijs en zorg. Daarbij is ruimte voor flexibiliteit en het tegelijkertijd behouden van de juiste balans tussen functies, een belangrijk aandachtspunt. Het aanbod moet zoveel mogelijk doelgroepen aantrekken: deze centra hebben niet alleen een functie voor de lokale bewoners, maar ook voor (boven)regionale bezoekers en toeristen.

2. Ruimte voor lokaal ondernemerschap en bijzondere concepten. Groningen moet de belangrijkste nationale en internationale ketens – zowel detailhandel als horeca – een plek kunnen geven, in de binnenstad en op de PDV en GDV locaties. Minstens zo belangrijk is de inzet op het eigen DNA en eigen MKB, met ondernemers die uniek en lokaal zijn, die zorgen voor onderscheidend vermogen. Ondernemers die Groningen 'Grunn' maken. Deze categorie wordt belangrijker, want winkelgebieden zullen lokaler en kleinschaliger van karakter worden, groener en socialer in een meer divers straatbeeld. De tijd dat functies strikt van elkaar gescheiden worden – met monotone winkelstraten – is voorbij. De gemeente zet in op het behouden, stimuleren en versterken van lokaal ondernemerschap met unieke, kleinschalige concepten en aanbod. Met gevarieerde straten/gebieden in de binnenstad, dorpen en wijken. Deze lokale ondernemers creëren bij uitstek werkgelegenheid voor vakkrachten en praktisch geschoolde werknemers.

3. Horeca als bestemming, met attractieve hotels. Er is ruimte om horeca toe te voegen in de gemeente Groningen. Horeca voegt kleur toe en heeft sociale waarde als ontmoetingsplek, het vergroot de

aantrekkelijkheid van woonwijken, ontwikkelzones, recreatieve hotspots en de centrumgebieden. In de bestaande en nieuwe woonwijken zijn (restaurantieve) horecaconcepten gewenst als ontmoetingsplek en ze vergroten de reuring en aantrekkelijkheid, maar overaanbod moet voorkomen worden. Ook zien we ruimte voor horeca-5 (hotel)concepten. Hotels trekken veel zakelijke bezoekers, waarvan ook de overige horeca profiteert. Tegelijkertijd kan horeca ook negatieve effecten hebben met verloederde bedrijven, terrassen die veel openbare ruimte innemen en overlast voor de buurt. Een aandachtspunt is ook horeca op bedrijventerreinen, deze mag alleen ondersteunend zijn.

4. Verbeteren perspectief en profiel nachtcultuur: the city that never sleeps. Het Groningse nachtleven is onlosmakelijk verbonden met onze binnenstad en een wezenlijk onderdeel van een levendige aantrekkelijke stad. Het Groningse nachtleven draagt bij aan sociale cohesie, vrijheid, talentontwikkeling, inspiratie en creativiteit. We willen de nachtcultuur als integraal geheel benaderen en niet als een verzameling losstaande onderdelen. Er is aandacht voor negatieve uitwassen (sociale veiligheid, ondermijnende criminaliteit, overlast, relatie met overige functies in de omgeving). Een sterke synergie tussen cultuur, horeca en hotels is essentieel.

5. Versterken en creëren fijnmazig netwerk voor de dagelijkse boodschappen. Als gezondste stad van Nederland moet iedereen zijn dagelijkse boodschappen op de fiets of lopend kunnen doen. De bedoeling is dat de ontsluiting te voet en per fiets zo is gemaakt dat mensen hier sneller voor kiezen dan voor de auto. Buurtvoorzieningen houden wijken en dorpen aantrekkelijk en verminderen autoafhankelijkheid. Dit maakt dat groei niet alleen opgevangen hoeft te worden in de grotere wijkwinkelcentra, ook de groei van kleinere buurtcentra vergroot de aantrekkelijkheid van woongebieden. Een fijnmazig netwerk van detailhandel en horeca dient een dubbel doel: de beschikbaarheid van voldoende voorzieningen én werkgelegenheid binnen de eigen woonomgeving. In de detailhandel en horeca werkt een groot deel praktisch geschoolde werknemers en vakkrachten, wat de sectoren essentieel maakt voor de werkgelegenheid en de lokale economie.

6. Van wijkwinkelcentrum naar krachtig wijkcentrum. Bij de winkelgebieden liggen kansen om op een andere manier de ontmoetingsfunctie te organiseren, met een mix aan sociale functies, ruimte voor de bezorgeconomie en werkplekken. Waar verschillende winkels voor de dagelijkse boodschappen zijn aangevuld met daghoreca. Ook hier geldt, net zoals in de binnenstad, dat een prettig en veilig verblijfsklimaat met ruimte voor ontmoeting belangrijker wordt. De spanning op parkeren en de verkeersaantrekkende werking in relatie tot een prettige verblijfskwaliteit voor wandelaar en fietser zijn aandachtspunten. De ontsluiting te voet en per fiets van centra moet zo zijn gemaakt dat mensen hier sneller voor kiezen dan de auto.

7. Inzetten op de verkeersopgave en klimaat van het Sontplein, Hoendiep en Peizerweg. Door de verwachte bevolkingsgroei hebben de PDV en GDV locaties ruimte om te groeien. De groei van het doelgerichte aanbod wordt zoveel mogelijk opgevangen op de bestaande PDV en GDV locaties. Als de detailhandel hier groeit, mogen ondersteunende functies als horeca meegroeien (in beperkte mate, hiervoor is een regeling opgenomen). Er dient aandacht te zijn voor de positionering, het karakter en de complementariteit van de gebieden en de relatie tot de binnenstad. De opgave ligt in het opwaarderen van de gebieden met daarbij nadrukkelijk aandacht voor vraagstukken op het gebied van verkeer en klimaatadaptatie.

8. Inzetten op sfeergebieden. Met het vormgeven van sfeergebieden wordt de binnenstad breder benaderd en is er ruimte voor kruisbestuiving tussen verschillende thema's. Sfeergebieden kunnen de toeristische waarde van de binnenstad vergroten en bijdragen aan de promotie van de stad als een aantrekkelijker bestemming. Want om bezoekers van ver te trekken is meer nodig dan alleen een verzameling winkels.

9. Lusten en lasten van de bezorgeconomie. De bezorgeconomie is niet meer weg te denken. Deze draagt echter niet bij aan verblijfskwaliteit en beleving in onze centra, maar vooral aan gemak. Met name in de foodsector zorgt deze categorie voor het invullen van leegstaande panden, zoals in de Nieuwe Ebbingestraat. Naast food zijn er ook ontwikkelingen in de supermarktbranche. Flitsbezorging is een groeiende markt die het assortiment van supermarkten zal veranderen. De gemeente gaat de negatieve kanten van de bezorgeconomie, zoals het gebruik van de openbare ruimte, uitstraling plint en verkeersveiligheid minimaliseren.

10. Het probleem van vrije vestiging supermarkten binnenstad. Het aantal supermarkten in de binnenstad is de laatste jaren toegenomen, en deze voorzien in een dagelijkse behoefte van bewoners in de binnenstad en oude wijken. Supermarkten trekken echter geen extra bezoekers uit de regio of daarbuiten, en zorgen voor steeds meer druk op de openbare ruimte. Zoals geparkeerde fietsen en logistiek verkeer dat verspreid over de dag buiten venstertijden moet laden en lossen. In de visie 'Ruimte voor Zero-emissie Stadslogistiek in Groningen in 2025' is aangekondigd dat de vestiging van supermarkten en andere verkeersaantrekkende functies in de binnenstad gekoppeld kan worden aan de randvoorwaarde dat er geen onevenredige overlast mag zijn in de openbare ruimte (veiligheid, bereikbaarheid, geluid).

Kwetsbare positie retail, investeren noodzakelijk

De uitgangspositie in gemeente Groningen is goed: het vestigingsklimaat voor retailers is relatief gunstig, Groningers zijn trots op hun stad, het winkel- en horeca-aanbod is divers en 24/7 actief. 18% van de banen in de gemeente is te vinden in de detailhandel en horeca.

Tegelijkertijd is het bestedingsniveau van de inwoners relatief laag. Daar komt bij dat de retail sterk in beweging is en sommige sectoren kwetsbaar zijn (mode en luxe, nachthoreca), zoals de coronapandemie heeft aangetoond. Ontwikkelingen gaan snel en zijn door de pandemie extra versneld. De invloed van online winkelen is zeker sinds corona een niet te onderschatten factor. Corona zorgt ook voor aanhoudende onzekerheid in de horeca. Na jaren van groei zullen faillissementen, overnames en fusies onvermijdelijk zijn. Zeker als een deel van de consumenten genoodzaakt is om op hun uitgaansgedrag te bezuinigen. Met leegstand tot gevolg.

Dat betekent dat het juist nu essentieel is om te investeren in de Groningse centrumgebieden en in te zetten op een compleet voorzieningenaanbod, wat uit meer bestaat dan een verzameling winkels.



Visie

Dit hoofdstuk beschrijft de stip aan de horizon, de ambitie van de gemeente op het gebied van winkels en horeca. Het is een integrale visie omdat er een sterke wisselwerking bestaat tussen de sectoren: ze kunnen simpelweg niet zonder elkaar.

4.1 Hoofduitgangspunten

1. Faciliteer dynamiek

Passend bij de status als één van de grootste en leukste steden (en aantrekkelijkste dorpen) van Nederland wil Groningen werken aan een zo compleet, actueel en aantrekkelijk mogelijk aanbod. In de eerste plaats voor de eigen inwoners. Met dagelijkse voorzieningen die meegroeien in de wijken. Waar ruimte is voor winkels en horeca, als onderdeel van de ontwikkelzones. En uiteraard in een bruisende binnenstad. Daarnaast zijn regionale, nationale en internationale gasten van groot belang. Bezoekers die tijdens een verblijf in de stad Groningen hun geld in de stedelijke economie uitgeven en bijdragen aan een goed ondernemersklimaat.

De ambitie is om het bestaand aanbod te verrijken dan wel te moderniseren met nieuwe, innovatieve en creatieve concepten binnen de bestaande centra en specifieke ontwikkelzones. De schaarse ruimte moet goed gebruikt worden, ook ondernemers hebben hier een rol in.

2. The Next City

De groei van Groningen als belangrijkste centrumstad van het noorden op het gebied van aantal inwoners, werkgelegenheid en voorzieningen zet door. De combinatie van vele grote gebiedsontwikkelingen, zoals de Suikerzijde, Meerstad en Stadshavens verrijkt de stad. Een dynamische stad biedt veel kansen voor nieuwe concepten, die meestal positief zijn maar soms ook negatieve effecten hebben. Nieuwe verschijningsvormen, zoals 'afhaalboulevards', 'dark kitchens' en dominantie van supermarkten in de binnenstad zijn vanuit het oogpunt van kwaliteit, diversiteit en/of veiligheid niet altijd wenselijk. Het gaat om de juiste balans in de functiemix, maar ook om de balans tussen enerzijds een gezonde marktwerking en anderzijds passende maatregelen.

De ambitie is om de doorontwikkelingen van Groningen tot Next City te faciliteren in het winkel- en horeca-aanbod. Deze visie gaat uit van een evenwichtige balans tussen functies, marktwerking en maatregelen.

3. Bruisende en gastvrije binnenstad

De Groningse binnenstad is hét visitekaartje van de stad en de belangrijkste ontmoetingsplek voor inwoners en bezoekers. Het niet-dagelijkse winkelaanbod zal in de toekomst afnemen, maar daarvoor in de plaats kan meer ruimte worden geboden voor andere functies. Dit draagt bij aan een bredere functiemix. Winkels en horeca worden zoveel mogelijk geconcentreerd in een compact gebied. Daarbuiten zijn sfeergebieden aanwezig met verschillende gemengde functieprofielen.

De ambitie is om de positie van de binnenstad als 'place to be' in Noord-Nederland te versterken en meer bezoekers van buiten de regio te trekken. Winkels en horeca worden meer geconcentreerd in een compact gebied, maar tegelijkertijd wordt de binnenstad groter met verschillende sfeergebieden met verschillende functies.

4. Leefbare wijken en dorpen

Groningen groeit. In de toekomst ligt een grote opgave om inwoners in de nieuwe woonwijken van de stad te voorzien in passende voorzieningen. Met name ten behoeve van de eerste levensbehoefte en de leefbaarheid. Ook in de bestaande wijken en dorpen ligt een opgave om het bestaande aanbod te moderniseren. Buurt-, wijk- en dorpswinkelen worden meer integrale centrumgebieden met een bredere functiemix die beter aansluit op de behoefte van de lokale inwoners in de buurt, wijk of dorp. Ook het stimuleren van gezond gedrag is belangrijk voor leefbare woongebieden. Dat wil zeggen met voorzieningen zoveel mogelijk op loop- en fietsafstand.

5. Doelgericht kopen

Het Sontplein e.o., het Hoendiep en de Peizerweg zijn de concentratiegebieden voor doelgerichte aankopen. Gemak en efficiëntie staan hier centraal door de goede (boven)regionale bereikbaarheid en gratis parkeermogelijkheden. Met name kwalitatief is een versterking van de concentraties nodig om de bezoeker meer beleving te bieden.

6. Perifere sanering van verspreid aanbod

In de gemeente Groningen zijn relatief veel winkelmeters op plekken buiten de concentratiegebieden. Hoewel niet alle meters problematisch zijn voor de detailhandel- en horecastructuur, is de toegevoegde waarde veelal beperkt. Enerzijds dient kritischer omgegaan te worden met nieuwe initiatieven op solitaire plekken. Anderzijds wordt actief ingezet op saneren van ongewenste en overvloedige meters door middel van wegbestemmen. Uiteraard blijft ruimte voor maatwerk voor specifieke vormen van detailhandel en horeca.

4.2 Visie op de binnenstad

Context

De Groningse binnenstad is de motor van de gemeente op sociaal, cultureel en economisch vlak. De binnenstad moet zich voorbereiden op een nieuwe toekomst en tegelijkertijd een gezonde en leefbare omgeving behouden. Het post-coronatijdperk in combinatie met landelijke trends, zoals afname van het niet-dagelijks winkelaanbod, toename van het supermarktaanbod, filialisering in de horeca en de opkomst van de afhaalconcepten is enerzijds een kans voor vernieuwing, maar anderzijds een risico op achteruitgang van de diversiteit en kwaliteit.

Visie Bestemming Binnenstad

De visie Bestemming Binnenstad en de visie detailhandel en horeca zijn nauw met elkaar verbonden en versterken elkaar. De Binnenstadvisie bepaalt dat er meer ruimte in de binnenstad moet komen voor de voetganger en de fietser. Een aangenamere verblijfsruimte, meer groen en een betere toegankelijkheid. De visie geeft invulling aan het streven om de binnenstad ook in de toekomst aantrekkelijk, toegankelijk, veilig en bereikbaar te houden. Vanaf 2016 is onder de

De ambitie is om het boodschappen-aanbod, zoals supermarkten en speciaalzaken, uit te breiden en te moderniseren waar de behoefte bestaat. Behoud van fijnmazigheid is uitgangspunt. Buurt-, wijk- en dorpswinkelen moeten meer verkleuren naar integrale centrumgebieden, centraal in gezonde en leefbare woongebieden.

De ambitie is om het Sontplein e.o., het Hoendiep en de Peizerweg kwalitatief te versterken in de openbare ruimte, uitstraling en synergie. Uiteraard blijft maatwerk onder voorwaarden mogelijk voor uitbreiding van specifieke concepten binnen en buiten deze centra.

De ambitie is om de ongewenste en structuurverstorende verspreide bewinkeling terug te dringen ten gunste van concentratie binnen de centrumgebieden.

noemer 'Ruimte voor jou' gewerkt aan concretisering van deze visie in een aantal projecten die alle tot doel hebben het verblijfsklimaat in de binnenstad te verbeteren.

Retailstructuur binnenstad

De binnenstad ondergaat een transitie, waarin een combinatie van economische, maatschappelijke en culturele voorzieningen zorgen voor een divers bezoekenmotief en een aantrekkelijke binnenstad. In lijn met landelijke trends zal de behoefte aan met name niet-dagelijkse winkels de komende jaren verder afnemen, terwijl de behoefte aan sfeervolle (dag)horeca en terrassen blijft toenemen evenals nieuwe gemengde concepten. Belangrijk punt is dat de binnenstad veel meer beleving krijgt en verblijfskwaliteit biedt, voor zowel bewoners als bezoekers. Rondom de historische binnenstad ontstaan specifieke profielen die positief bijdragen aan het functioneren van de binnenstad, zoals Westerhaven, Ebberingekwartier, UMCG, Oosterhaven en Stationsgebied.

Op de Retailstructuurkaart Binnenstad (figuur 4.1) onderscheiden we een kernzone, een verblijfszone en een ontdekzone die we in het uitvoeringprogramma als hulpmiddel gebruiken om bepaalde functies uit de verschillende zones te stimuleren dan wel te weren. Het is geen gradatie in kwaliteit, maar een onderscheid in het type gebied van de binnenstad en de doelgroepen. De effecten van bijvoorbeeld de bezorgeconomie, supermarkten, kantoren en horeca kunnen dan voor de drie type gebieden gewogen worden.

Er ligt een grote opgave, ook vanwege de soms uiteenlopende behoeften van doelgroepen. Deze visie gaat uit van:

- Inzet op een **compacte kernzone** waar winkels en horeca primair geconcentreerd zijn.
- **Sfeervolle lokale winkel- en horecastratjes** (verblijfszone) buiten de kernzone. Deze maken de Groningse binnenstad uniek.
- Erkennen en versterken bredere binnenstad – de ontdekzone – met verschillende **sfeergebieden**.
- Aantrekkelijk **verblijfsklimaat** in de kern en verblijfszone door voetgangers de ruimte te geven (uitvloei van de visie Bestemming Binnenstad). De voetganger de ruimte geven is bepalend voor de aanpak van de binnenstad de afgelopen én de komende jaren.

Compacte kernzone

In deze visie is gekozen voor een compacte kernzone waar de (grootschalige) detailhandel en horeca zich primair concentreert, omdat de afname van het (niet-dagelijkse) winkelaanbod meer leegstand zal veroorzaken.

- Winkelaanbod en daghoreca mag zich binnen de kern en verblijfszone zonder brancheringbeperkingen vestigen. Uitgangspunt is ruimte bieden aan ondernemerschap, waarbij tegelijkertijd wel actief gestuurd wordt op een goede relatie met de openbare ruimte (zoals de inpassing van terrassen en uitstallingen).
- Er dient sprake te zijn van een goede balans in segment, filialisering, variatie in branchering en omvang. Dit verhoogt de kwaliteit, herkenbaarheid en keuzemogelijkheden voor alle doelgroepen.
- Bezorgfuncties, internetwinkels of andere bezorg/afhaalconcepten zijn idealiter buiten de compacte kern- en verblijfszone gevestigd, om overlast van fietsers en brommers te voorkomen. De negatieve kanten van de bezorgeconomie minimaliseren we door het aanpakken van overmatig gebruik van de openbare ruimte en uitstraling (o.a. dichte plinten), verkeersveiligheid en overaanbod.

- De kwaliteit en rijkdom van de stad zit vooral in de diversiteit van de verschillende formules in de nachthoreca, die bovenregionale bekendheid genieten. Dit hoort bij de Groningse identiteit en maakt Groningen de uitgaansstad van het noorden. Avond- en nachthoreca is toegestaan in de daarvoor aangewezen gebieden. Deze clusters handhaven wij. Daarbuiten zijn deze typen horeca als nieuwvestiging niet wenselijk. Juist de clustering van dit type horeca is fijn voor het uitgaanspubliek. Mocht een initiatief voor avondhoreca met toegevoegde waarde worden ingediend voor een locatie buiten de clusters, dan vindt maatwerk plaats, o.a. rekening houdend met inwoners van de binnenstad.

Sfeergebieden

Groningen zet vol in op het verbeteren van de ruimtelijke kwaliteit van de binnenstad voor zijn bezoekers en bewoners. Het vergroten van de belevingswaarde hangt sterk samen met een bijzonder retail-aanbod. Om het unieke horeca- en winkelaanbod van met name lokale ondernemers verder te versterken, wordt samen met de partners in de binnenstad gewerkt aan het verder profileren van de identiteit van bijzondere straten en gebieden in en om de binnenstad. Het zijn de ontdekgebieden, creatieve broedplaatsen en startlocaties voor nieuwe concepten/ondernemers vanwege de lagere huurprijzen. Ook zijn ze vaak geschikt voor kleinschalige hotels. Deze profilering doet de gemeente – samen met marktpartijen – enerzijds om het verhaal van de binnenstad beter te kunnen vertellen aan bezoekers van ver en dichtbij. Anderzijds om ondernemers te verleiden zich te vestigen op de meest passende locaties. Dit past binnen de lijn om dynamiek, (jong) ondernemerschap en innovatie zoveel mogelijk de ruimte te geven.

Boodschappenfunctie binnenstad

Het dagelijks aanbod (supermarkten, versspeciaal-aanbod) in de binnenstad van Groningen is ruim, neemt toe en speelt in op de behoefte van binnenstadsbewoners en –bezoekers. Het succes van foodformules, waarbij traditionele supermarkten steeds meer horeca-elementen bevatten, dient tot uiting te komen in de Groningse binnenstad. Deze hybride functie past binnen het gedachtegoed van het faciliteren van dynamiek en innovatie. Bovendien komt het de functiemix veelal ten goede. Om ervoor te zorgen dat andere (boven)regionale functies ook ruimte behouden in de binnenstad, geldt als uitgangspunt dat kleinere stadssupermarkten goed passen bij het profiel van het binnenstadskerngebied. Maar dat grotere volwaardige supermarkten hier niet gewenst zijn. In de visie 'Ruimte voor Zero-emissie Stadslogistiek in Groningen in 2025' is aangekondigd dat de

vestiging van supermarkten en andere verkeers-aantrekkende functies in de binnenstad gekoppeld kunnen worden aan de randvoorwaarde dat er geen onevenredige overlast mag zijn in de openbare ruimte (veiligheid, bereikbaarheid, geluid).

Horeca als bestemming

Horeca vergroot de aantrekkelijkheid van gebieden en heeft sociale waarde als ontmoetingsplek. Om de horeca in de binnenstad te versterken is het uitgangspunt om meer diversiteit in het horeca-aanbod te realiseren. Daghoreca dient ondergeschikt aan en versterkend voor de bezoekers-, winkel- en cultuurfunctie van de binnenstad te zijn. De reguliere horeca heeft een eigen profiel en aantrekkingskracht. Ook het Groningse nachtleven is een wezenlijk onderdeel van een levendige, aantrekkelijke stad. De nachthoreca wordt zoveel mogelijk geconcentreerd, om het gemak voor het uitgaanspubliek te vergroten en rekening te houden met de inwoners van de binnenstad. Er wordt ruimtelijk rekening gehouden met de effecten van nachthoreca op de omgeving door terughoudend om te gaan met de woonfunctie daar waar nachthoreca geconcentreerd is. We geven ruimte aan nachthoreca in het kernuitgaansgebied: Grote Markt Zuidzijde ter hoogte van de Gelkingestraat tot en met de Poelestraat en Peperstraat. Terrassen moeten verzorgd zijn ingericht en er moet ruimte worden opengehouden voor hulpdiensten. Een belangrijk aandachtspunt is het zoeken naar balans in het gebruik van de openbare ruimte. We geven de voetganger ruim baan en zorgen voor aantrekkelijke buitenruimtes, zoals terrassen en zitplaatsen in de open lucht.

Hotels kunnen een binnenstad op de kaart zetten, met zowel overdag als 's avonds extra bezoekpotentieel voor de binnenstadfuncties. Dit betreft zowel toeristische als zakelijke bezoekers. Het is de uitdaging om meer kleinschalige hotels te vestigen, die inspelen op de specifieke vastgoed- of omgevingswaarden. Bij voorkeur met een onderscheidend en bijzonder karakter en (deels) gericht op nieuwe doelgroepen. Voorbeelden: boutiquehotels, erfgoedlogies en bijzondere hostelformules.

(Boven)regionale verzorgingsfunctie versterken

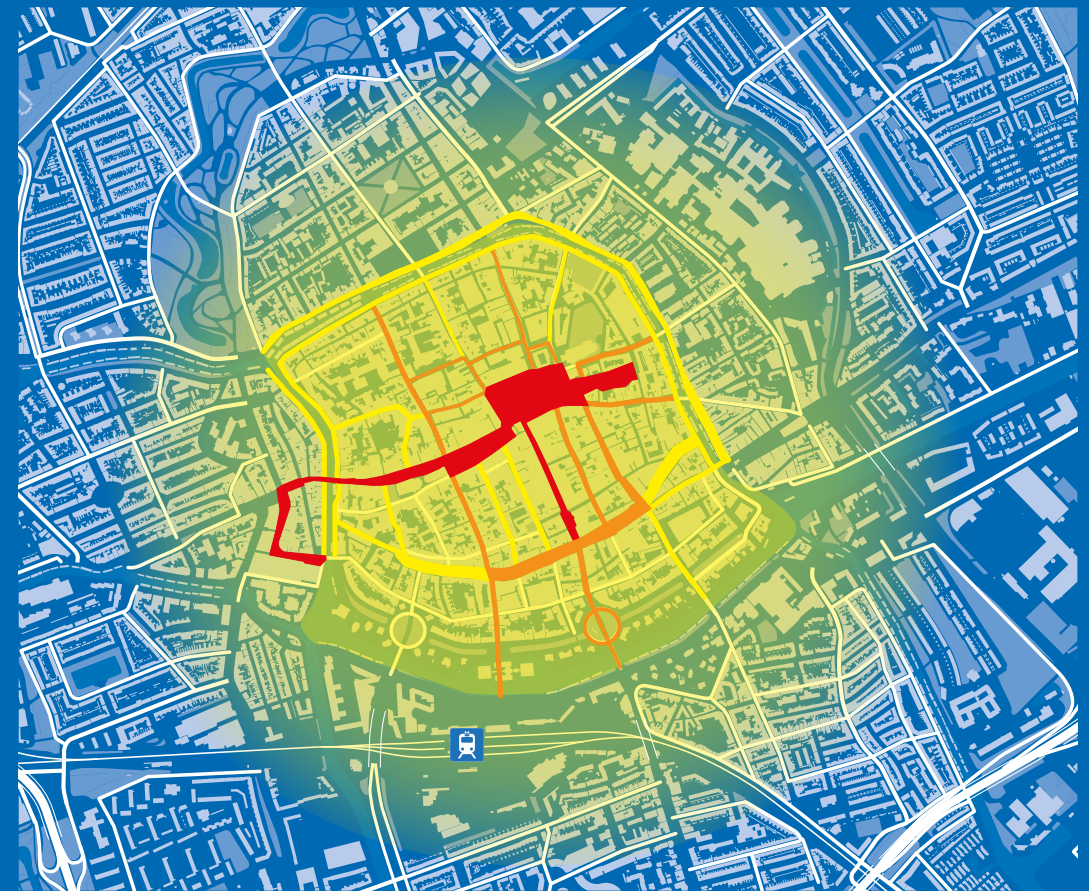
De verzorgingsfunctie van de Groningse binnenstad is momenteel al zeer groot. In de toekomst wordt de functie van de binnenstad voor de regio steeds belangrijker, aangezien het winkel- en horeca-aanbod in de kleinere plaatsen binnen de provincie Groningen waarschijnlijk verder onder druk komt te staan en afneemt (autonome trend). De prioriteit ligt bij versterking van het aanbod voor inwoners én bezoekers. De binnenstad is een plek die de eigen bewoners bedient, maar die ook aantrekkingskracht heeft op mensen van buiten.

Warenmarkt

Bezoekers van de binnenstad doen hun aankopen niet alleen in de winkelstraten, maar bezoeken ook de kramen op de warenmarkt voor hun (dagelijkse) boodschappen. Het brede aanbod van waren, zowel food als non-food op de markten in de binnenstad is uniek en in 2016 is de markt uitgeroepen tot beste warenmarkt van Nederland. De kramen trekken klandizie uit de stad, regio maar ook van daarbuiten, zoals Duitse toeristen die onze warenmarkt bijzonder waarderen. Om de binnenstad en de warenmarkt aantrekkelijk te houden, blijven investeringen nodig. Omdat de Grote Markt de komende jaren heringericht wordt, is besloten om de marktkramen op de Vismarkt en de Grote Markt samen te voegen op de Vismarkt en rond de Akerk.

Terrassen

Terrassen zijn belangrijk voor de stad: zij zijn uitnodigend en benadrukken de gastvrijheid, de verblijfskwaliteit en de economische vitaliteit. Terrassen in de openbare ruimte zijn veelal prominent in het beeld van de stad. Dit is een kans, maar kan ook afbreuk doen. Het is dus van groot belang dat de terrassen een positieve bijdrage leveren aan de openbare ruimte als geheel. In de op 1 januari 2021 vastgestelde beleidsregels voor horeca-terrassen staan de uitgangspunten voor het Groningse terras.



Kernzone

Aanbod

- Concentratie van (grootschalige) detailhandel
- Mode en luxe van (inter) nationale ketens
- Horeca en terrassen aan pleinen

Aandachtspunten

- Evenwichtige mix door inkrimping (mode)ketens
- Actueel en gevarieerd aanbod
- Veel supermarkten
- Toevoeging beleving, aantrekkelijke plinten
- Functies in balans, i.r.t. openbare ruimte

Verblijfszone

Aanbod

- Mix van dagelijkse en niet dagelijkse winkels en horeca
- Couleur locale en bijzondere concepten

Aandachtspunten

- Profilering Gelkingestraat, Oosterstraat en Oude Ebbingestraat
- Ruimte voor leisure en blurring
- Functies in balans, i.r.t. openbare ruimte en wonen
- Aantrekkelijke plinten

Ontdekzone

Aanbod

- Brede functiemix in de verruimde binnenstad
- Couleur locale en bijzondere concepten

Aandachtspunten

- Functies in balans, i.r.t. openbare ruimte en wonen
- Faciliteren starters
- Ruimte voor bedrijvigheid
- Oosterhaven, Dudok en Camera als nieuwe 'steppingstones' richting Verblijfszone en Kernzone

Figuur 4.1 Retail structuurkaart binnenstad

4.3 Dorpscentra

De centra van de dorpen Haren, Ten Boer en Hoogkerk nemen een eigen positie binnen de structuur in. Waar de dorpscentra van Ten Boer en Hoogkerk met name een lokale verzorgingsfunctie hebben, heeft het dorpscentrum van Haren een functie voor bewoners én bezoekers door het recreatief-toeristische karakter van het dorp.

De ambitie is het behoud van een aantrekkelijk hart met voorzieningen in de dorpen Haren, Ten Boer en Hoogkerk, passend bij het draagvlak en ten gunste van de leefbaarheid. Het 'dorpse' en eigen karakter dient ook in het aanbod behouden te blijven. Er dient aandacht te zijn voor de kwaliteit en aantrekkelijkheid van de openbare ruimte.

4.3.1 Centrum Haren

Haren als meest exclusieve en gezelligste dorpscentrum van Noord-Nederland, met een verzorgingsfunctie voor de directe omgeving én recreanten.

Dorpscentrum met onderscheidende kernkwaliteit
Het streven is een dorpscentrum dat beschikt over een modern en compleet boodschappenaanbod, en waar tegelijkertijd het unieke, veelal lokale, niet-dagelijks winkelaanbod en horeca-aanbod behouden blijft.

Lokale ondernemers geven het centrum kleur. Haren heeft kwalitatief hoogwaardig aanbod, zeker in het modesegment. Dit luxe aanbod in het centrum wordt gezien als de kracht en onderscheidende kernkwaliteit van Haren, met aantrekkingskracht op recreanten.

Compact centrumgebied

Het streven is een compacter centrum waarbij vestiging van winkels en horeca primair in het kernverblijfsgebied plaatsvindt. Zo profiteert het aanbod optimaal van elkaars aanwezigheid (combinatiebezoek). Aan de randen van het centrum (noord- en zuidzijde van de Rijksstraatweg, vanaf de rotondes) is ruimte voor nieuwe functies en transformatie (wonen, werken, cultuur en leisure, etc.).

Uitnodigend, groen en kwalitatief sterk

Daarnaast heeft het verbeteren van de aantrekkingskracht en de uitstraling van de openbare ruimte in het centrum prioriteit. Uitgangspunt is dat het centrum uitnodigender, groener en kwalitatief sterker moet worden, dicht bij de kernwaarden van Haren.

4.3.2 Centrum Ten Boer (Koopmansplein)

Het Koopmansplein in Ten Boer biedt een lokaal voorzieningenaanbod, met name gericht op de dagelijkse boodschappen. Uitgangspunt is het versterken van het Koopmansplein door middel van concentratie en aandacht voor identiteit en uitstraling.

Concentratie van dagelijks aanbod

Het Koopmansplein is hét winkelgebied in Ten Boer. Er wordt ingezet op een concentratie van winkels gericht op de dagelijkse boodschappen, met aantrekkelijke faciliteiten en beleving. Het streven is om de huidige hoeveelheid winkels te behouden, niet om verder uit te breiden. Uitzondering hierop is de supermarkt, die essentieel is voor het functioneren van het centrum. Deze moet de ruimte krijgen om door te groeien conform moderne eisen voor een toekomstbestendige dorpsupermarkt. Bij leegstand zijn er kansen om versspecialzaken toe te voegen.

Identiteit, zichtbaarheid en uitstraling

Belangrijke aandachtspunten zijn onder andere het stimuleren van uniformiteit. Zodat het winkelgebied zich kenmerkt door een duidelijke identiteit, het vergroten van de zichtbaarheid en het verbeteren van de uitstraling en openbare ruimte.

4.3.3 Hoogkerk

Het centrum van Hoogkerk biedt een lokaal voorzieningenaanbod, met name gericht op de dagelijkse boodschappen, aangevuld met niet-dagelijkse winkels. Met de ontwikkeling van de Suikerzijde is de verwachting dat Hoogkerk hier ook van zal kunnen profiteren. Al zal de Suikerzijde op termijn ook beschikken over eigen voorzieningen. Uitgangspunt is dat beide centra naast elkaar kunnen bestaan.

Behoud van winkelaanbod

Hoogkerk heeft een historisch centrum met voldoende parkeermogelijkheden en een goede bereikbaarheid. De twee supermarkten zijn de dragers voor het complete centrumaanbod (combinatiebezoek). Het centrum heeft voor Hoogkerk bovendien een belangrijke ontmoetingsfunctie. Het streven is om het huidige aanbod in Hoogkerk te behouden. De solitaire supermarkt in Hoogkerk-Zuid (buiten het centrum) vervult een belangrijke functie voor de buurt en blijft behouden op deze locatie.

Versterken van de verblijfskwaliteit

Bij het versterken van de verblijfskwaliteit kan gedacht worden aan het aanpakken van de openbare ruimte. Maar ook aan het uitbreiden van het horeca-aanbod, zodat de verblijfsduur van bezoekers wordt verlengd.



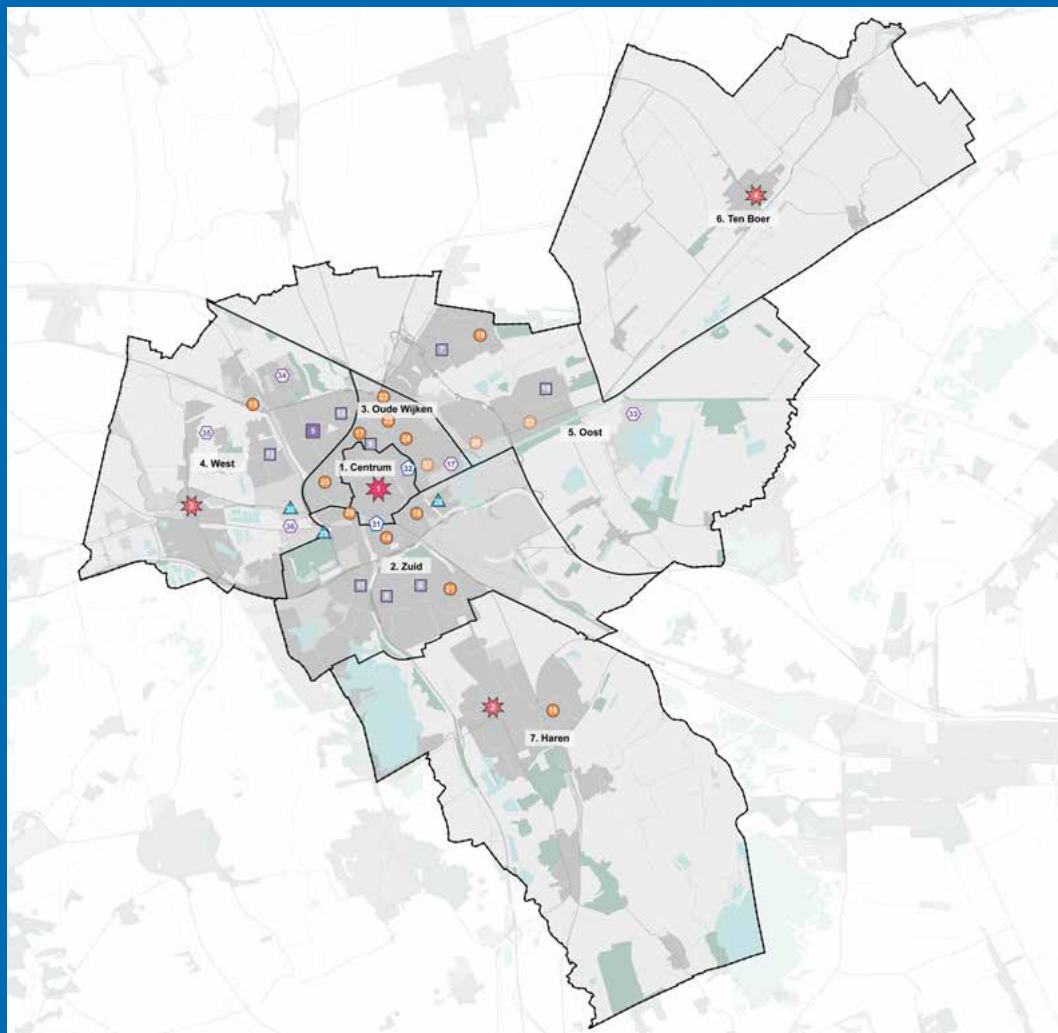
Bakkerij Haafs, Raadhuisplein, Haren



Coop Alma, Koopmansplein, Ten Boer



Impressie Centrum Hoogkerk



Winkelgebieden

- | | | |
|-------------------------------------|----------------------------|--------------------|
| 1. Centrum Groningen | 13. Vinkhuizen | 26. Rijksweg 16 |
| 2. Centrum Haren | 14. Vechtstraat | 27. Rijksweg 129a |
| 3. Hoogkerk | 15. Reitdiephaven | 28. Sontplein |
| 4. Centrum Ten Boer (Koopmansplein) | 16. Anjerplein | 29. Peizerweg |
| 5. Winkelcentrum Paddepoel | 17. Stadshavens | 30. Hoendiep |
| 6. Verlengde Hereweg | 18. Meeuwerderweg | 31. Stationsgebied |
| 7. Beijum West | 19. Beijum Oost | 32. UMCG |
| 8. Van Lonneplaan | 20. Paterswoldseweg | 33. Meerstad |
| 9. De Beren | 21. De Savornin Lohmanlaan | 34. Zernike Campus |
| 10. Lewenborg | 22. Floresplein | 35. De Held III |
| 11. Overwinningsplein | 23. Oosterhamriklaan | 36. Suikerzijde |
| 12. Selwerd | 24. Wielewaalplein | 37. Linneausplein |
| | 25. Wilhelminakade | |

Legenda symbolen

- | | | |
|--------------------|---------------------|-------------------------|
| ★ Binnenstad | ■ Wijkcentrum | ▲ Thematisch cluster |
| ★ Dorpscentrum | ● Buurtcentrum | ◆ Speciaal winkelgebied |
| ■ Stadsdeelcentrum | ● Supermarktcluster | ● Ontwikkelgebied |

Figuur 4.2 Huidige situatie winkelgebieden gemeente Groningen

4.4 Stadsdeel-, wijk- en buurtcentra

Het streven is een heldere, evenwichtige en duurzame voorzieningenstructuur, waarbij de winkelgebieden complementair zijn aan elkaar en ieder een eigen functie heeft binnen de structuur (zie structuurkaart).

- Het uitgangspunt is een **fijnmazig netwerk** aan dagelijkse voorzieningen, op loop- en fietsafstand van de consument. Dit in verband met het belang van voorzieningen voor de leefbaarheid en de wijk- en ontmoetingsfunctie van centra.
- **De stadsdeel- en wijkcentra hebben een wijkoverstijgende functie** met een combinatie van dagelijks winkelaanbod, niet-dagelijks winkelaanbod, horeca en overige voorzieningen (diensten, ambachten, etc.). Idealiter hebben deze centra **minimaal twee supermarkten** (indien stedenbouwkundig en verkeerskundig goed inpasbaar), het liefst complementair aan elkaar. In een toekomstbestendig stadsdeel-/wijkcentrum zijn de randvoorwaarden op orde (parkeren, bereikbaarheid, moderne omvang supermarktaanbod, kwaliteit openbare ruimte).
- Op het laagste niveau (**buurtcentra en buurtstrips**) zijn ontwikkelingen vaak moeilijk te voorspellen. Afhankelijk van de ontwikkeling van de buurt wordt ingezet op het behoud of versterking van het lokaal **voorzieningen-aanbod**, geconcentreerd in een centrumgebied (in beginsel geen nieuwe solitaire vestigingen). Niet overall is (stedenbouwkundig en verkeerskundig/mobiliteit) ruimte voor groei, in sommige gevallen kan verplaatsing van het ene naar het andere centrum een oplossing bieden.
- In gebieden met een groot risico op leegstand wordt ruimte geboden voor andere publieksfuncties en eventueel transformatie/functiewijziging. Dit gaat altijd om maatwerk.
- Supermarktontwikkelingen zijn vaak een belangrijke katalysator voor de **wijk- vernieuwing**, omdat de ontwikkelingen vaak gepaard gaan met woningbouw en aanvullende voorzieningen. Met name in de **noordelijke wijken** van Groningen-stad, zoals Selwerd, Paddepoel, Vinkhuizen, Beijum en Lewenborg, ligt nog een opgave om de centra te moderniseren (wijkvernieuwing).

De ambitie is een optimale boodschappenstructuur waarbij inwoners op loop- en fietsafstand toegang tot voorzieningen hebben in de eerste levensbehoefte. Concentratie van voorzieningen in centra is uitgangspunt, waarbij juist ook wordt ingezet op centra op het laagste niveau (buurt). Wellicht neemt de detailhandel hier af, maar dat biedt kansen om andere functies, zoals diensten, te concentreren.

4.4.1 Visie stadsdeel- en (grote) wijkcentra Paddepoel

Paddepoel is na de Groningse binnenstad het grootste centrumgebied in de stad. Ook in de toekomst kan Paddepoel nadrukkelijk voorzien in een behoefte, als alternatief voor de binnenstad. Versterken van stadsdeelcentrum Paddepoel is noodzakelijk voor de toekomstbestendigheid van het centrum. In de toekomst ligt de nadruk meer op 'boodschappen doen met een plus'. Dit betekent een ruimer supermarktaanbod (minimaal twee supermarkten), met aanvullend diverse winkels, horeca en andere voorzieningen die veelal in het verlengde van de boodschappen gedaan worden. Denk aan huishoudelijke artikelen, drogisterijen, versspecialzaken, maar ook laagdrempelige modezaken, kappers, lunchrooms, koffiezaken, bloemenwinkels etc.

Naast een sterk voorzieningenaanbod moeten ook de kwalitatieve kenmerken versterkt worden, zoals voldoende parkeermogelijkheden, moderne uitstraling en meer verblijfsmomenten. Beleidsmatig wordt flexibiliteit geboden voor mogelijke kwantitatieve en kwalitatieve initiatieven die positief kunnen bijdragen aan het versterken van Paddepoel. Deze worden op basis van maatwerk beoordeeld.

Verlengde Hereweg (Helperplein)

Het boodschappenaanbod aan het Helperplein e.o. heeft een goed toekomstperspectief. Modernisering van het bestaande (supermarkt)aanbod en toevoeging van een complementaire supermarkt is gewenst, maar vanwege stedenbouwkundige en verkeerskundige knelpunten is dit een ingewikkelde ingreep. Het aanbod aan de Verlengde Hereweg is enigszins versnipperd en het toekomstperspectief is onzeker, mede door het hoge aandeel zelfstandige ondernemers. Een kwaliteit is het hoogwaardige aanbod dat goed inspeelt op de koopkrachtige consumenten in het verzorgingsgebied. Concentratie van aanbod richting het Helperplein is gewenst om combinatiebezoeken te (blijven) stimuleren.

Overwinningsplein

Het Overwinningsplein heeft een goed toekomstperspectief als boodschappencentrum. Modernisering van het bestaande (supermarkt)aanbod en toevoeging van een complementaire supermarkt is gewenst. Ook het versterken van de wijkontmoetingsfunctie van het centrum is een uitgangspunt. Concentratie van aanbod aan het Overwinningsplein is gewenst om combinatiebezoek te stimuleren.

Hoornsediep

Het perspectief voor voorzieningen aan Hoornsediep is minder gunstig en hier wordt transformatie naar wonen gestimuleerd. Verplaatsing van de bestaande winkels naar een ander centrum is wenselijk.

Beijum

Voor Beijum-West is toevoeging van een derde supermarkt niet langer een uitgangspunt. Het is van belang dat een supermarkt in Beijum-Oost behouden blijft in verband met de leefbaarheid/wijkfunctie van het centrum. Voor Beijum-West is aandacht gewenst voor de parkeersituatie en kwaliteit van de openbare ruimte.

Van Lenneplaan

Uitgangspunt is het behoud van het huidige aanbod. Er liggen geen specifieke opgaven en/of uitbreidingswensen. Het centrum heeft een goed toekomstperspectief.

De Beren

Modernisering van de discountsupermarkt is mogelijk, mits dit stedenbouwkundig en verkeerskundig in te passen is. Een aandachtspunt is de aanpak van het centrale middenplein. Bereikbaarheid en parkeren blijft eveneens een aandachtspunt om het centrum voor bezoekers aantrekkelijk te houden.

Lewenburg

Modernisering van het supermarktaanbod is gewenst, mits dit stedenbouwkundig en verkeerskundig in te passen is. Het streven is om de ontmoetings- en verblijfsfunctie van het winkelcentrum te versterken o.a. door horeca op het centrale overdekte plein.

Selwerd

Het inpassen van een extra supermarkt is vanwege stedenbouwkundige en verkeerskundige knelpunten niet mogelijk. Behoud van het huidige aanbod staat voorop.

Vinkhuizen

Winkelcentrum Vinkhuizen beschikt over een ruim supermarktaanbod. Uitbreiding van het aanbod is niet gewenst en inperking van het huidige aanbod is gewenst vanwege knelpunten in de openbare ruimte, de parkeersituatie en het huidige (over)aanbod. Verplaatsing van één van de supermarkten naar een mogelijk nieuw te ontwikkelen buurtcentrum in De Held 3 is wenselijk. Vinkhuizen zal dan nog altijd beschikken over twee sterke supermarkten, en verplaatsing van een supermarkt naar De Held III past binnen de fijnmazigheidsgedachte.

4.4.2 Visie buurtcentra en buurtstrips

In gemeente Groningen is plek voor grotere wijkcentra en voor kleinere buurtcentra en buurtstrips. Voorzieningen dichtbij huis, op loop- en op fietsafstand, dragen bij aan de leefbaarheid van wijken en buurten en een aantrekkelijk woon- en leefklimaat omdat het autogebruik ontmoedigt. Groningen zet daarom in op spreiding van detailhandel en horeca over de buurten in plaats van concentratie van voorzieningen in de grotere wijkcentra. Dit betekent dat naast grotere supermarkten ook nieuwe, kleinere supermarkten (<500 m²) een rol kunnen vervullen in de detailhandelsstructuur. Er wordt niet actief ingezet op verplaatsing van functies naar grotere centrumgebieden. Ook (kleinere) buurtcentra vervullen een belangrijke functie in de structuur en dienen behouden te blijven.

Door de verwachte afname van met name niet-dagelijks winkelaanbod op buurtniveau is het streven om buurtcentra te ontwikkelen tot buurthubs, waar een diversiteit aan voorzieningen aanwezig is. Niet alleen door het toevoegen van zorg, sociale, culturele en/of maatschappelijke functies, maar ook door het toevoegen van mobiliteitsfuncties (deelmobiliteit, pakketkluisen, etc.). Een kruisbestuiving van ondernemerschap, sociaal domein en bereikbaarheid. Deze centra zijn hiervoor de logische plekken omdat ze goed bereikbaar/centraal gelegen zijn in buurten en wijken, vaak ook gekoppeld aan het openbaar vervoer. Bovendien behouden de centra zo een verzorgings- en ontmoetingsfunctie voor de buurt.

De verkleuring tot buurthub betreft altijd lokaal maatwerk op basis van de demografische opbouw van de buurt. Bovendien is het noodzakelijk om de nieuwe voorzieningen in de buurthub aan te laten sluiten bij de behoefte van de doelgroepen in de buurt.

Per doelgroep liggen kansen:

- Studenten: wasserettes met horecafunctie, rijwielzaken in combinatie met reparatie/onderhoud, uitleenpunten (diensten) voor doe-het-zelfartikelen, etc.
- Senioren: zorgpunt (verhuur, advies, verkoop), buurthuis, bibliotheek/boekenwinkel, AHOED (Apothekers, Huisartsen, paramedici Onder Een Dak), etc.
- Gezinnen met kinderen: kinderopvang, naschoolse activiteiten, speeltoestellen, etc.

4.5 Supermarktclusters en solitaire supermarkten

Binnen de gemeente Groningen zijn enkele solitaire supermarkten/supermarktclusters aanwezig, al dan niet met aanvullende voorzieningen (o.a. Hoornsediep, Euroborg, Prunustraat, Zonnelaan, De Mérodelaan, Kerklaan, B.S.F. Von Suttnerstraat, Jacob van Ruysdaelstraat, Linneausplein en de Jachtlaan in Haren). Het merendeel van deze locaties vervult wel degelijk een rol voor de consumentenverzorging en zal momenteel ook positief van invloed zijn op de leefbaarheid. Sommige supermarkten hebben echter ook grote negatieve effecten op het functioneren van bestaande supermarkten in bestaande buurt-, wijk- en dorpscentra, die we in deze visie juist overeind willen houden. Ook de verkeersveiligheid en mobiliteit is een belangrijk thema (met name voor het supermarktcluster aan de Rijksweg 129a). Uitgangspunt van deze visie is in principe geen verdere uitbreiding meer van solitaire supermarkten of solitaire supermarktclusters, buiten de aangewezen hoofdstructuur. Verplaatsing van solitaire supermarkten naar (nieuwe) wijk- of buurtcentra behoort tot de mogelijkheden. Bijvoorbeeld in het kader van herverdeling van marktruimte, maar wel altijd onder de voorwaarden dat het ruimtelijk en verkeerskundig inpasbaar is. Voor het supermarktcluster aan de Rijksweg 129a zien wij vanwege de hierboven genoemde negatieve effecten geen perspectief. Dit cluster zal op de lange termijn moeten verdwijnen en verplaatst worden naar een nieuwe plek. Waarbij rekening gehouden dient te worden met de marktruimte, inpasbaarheid en leefbaarheid.

4.6 Ontwikkelzones

De (nieuwe) ontwikkelzones worden ontwikkeld tot gemengde woon-werkzones. Waarbij in breder perspectief aandacht is voor passende voorzieningen, zoals detailhandel, horeca en hotels. Maar ook diensten, maatschappelijke voorzieningen en kantoren. Het bouwen in hogere dichtheden in deze gebieden maakt het extra belangrijk dat er op straatniveau activiteit is en geen dichte plinten/muren. Per groot-schalige gebiedsontwikkeling is maatwerk nodig. Om een specifiek programma vast te leggen dat aansluit op de woningbouw en behoefte van (toekomstige) inwoners en bezoekers. Voor detailhandel en horeca in (nieuwe) ontwikkelzones geldt:

- Detailhandel komt vooral in beeld indien het voorziet in de eerste levensbehoefte (primair boodschappen doen), met name voor bewoners. Om negatieve effecten op aanbod in de omgeving te voorkomen zijn kleinschalige concepten het uitgangspunt, op loop- en op fietsafstand van bewoners.

- Ook bij horeca geldt dat dit primair een functie heeft voor de bewoners. Echter, goede horeca is belangrijk voor de consumentenverzorging, beeldvorming/imago en bekendheid ('placemaking') van nieuwe ontwikkelzones. Horeca werkt als middel om de aantrekkelijkheid en leefbaarheid van nieuwe gebieden te vergroten en het Groningse profiel te versterken. Soms betreft dit ook hotels. Bijzonder is de ruimte voor schaalvergroting die veel 'nieuwe' locaties bieden. Er zijn daarom kansen om 'passende' en bij voorkeur innovatieve horecaconcepten te realiseren in nieuwe ontwikkelzones. Horeca ter plekke dient ruimtelijk, functioneel en/of maatschappelijk meerwaarde en spin-off voor andere functies te hebben. Een belangrijke voorwaarde is dat deze horeca onderscheidend is van de horeca in de binnenstad qua uitstraling, bezoekgedrag en/of doelgroepen.
- Voor elke gebiedsontwikkeling is het relevant om rekening te houden met fasering. Voorzieningen moeten logisch kunnen meegroeien met een ontwikkeling, ook in de toekomst. Hier wordt beleidsmatig ruimte voor geboden. Daarnaast moet hier in de stedenbouwkundige planning rekening mee worden gehouden.

4.6.1 Visie per ontwikkelgebied Meerstad

Met de ontwikkeling van Meerstad is het van belang dat bewoners hier beschikken over een eigen boodschappenaanbod. Een eerste supermarkt is in ontwikkeling en op termijn is er ruimte voor een tweede centrum (bij voorkeur complementair aan elkaar). Hierbij wordt rekening gehouden met fasering, gekoppeld aan de bevolkingsgroei. Daarnaast is eigen horeca-aanbod gewenst, geschikt voor de doelgroep en met zowel maatschappelijke (ontmoeting) als economische waarde.

Suikerzijde

Met de ontwikkeling van de Suikerzijde is het van belang dat bewoners hier beschikken over een eigen boodschappenaanbod. In de Suikerzijde is ruimte voor een (tijdelijke) supermarkt en op termijn een eigen centrum. Qua horeca liggen er kansen voor toonaangevende en unieke horeca.

De Held III

In De Held III is ruimte voor kleinschalige functies (buurthub) ten behoeve van de ontmoeting en leefbaarheid. Mocht een supermarkt in hetzelfde verzorgingsgebied willen verplaatsen, dan biedt De Held III kansen. Een dergelijke verplaatsing betreft maatwerk en dient altijd afgewogen te worden in relatie tot het bestaande aanbod in de omgeving.

Bij een verplaatsing van een bestaande solitaire supermarkt wordt de juridische mogelijkheid voor detailhandel op de achterblijvende locatie gesaneerd.

Stadshavens

Een volwaardig boodschappencentrum is op deze locatie niet voorzien, bewoners zijn aangewezen op de bestaande voorzieningen in de omgeving. In beperkte mate is ruimte voor kleinschalige detailhandel (mandjessupermarkt). Het gebied biedt kansen voor horeca ter ondersteuning van het werkmilieu. Ook de ligging aan het water biedt kansen voor horeca.

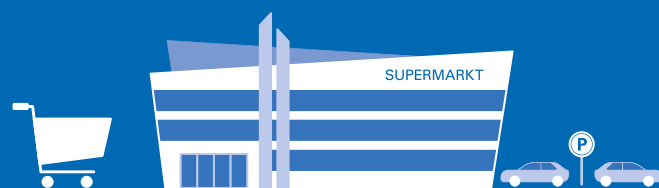
Zernike Campus

Mochten de woningbouwontwikkelingen voor studenten op de Zernike Campus daar aanleiding toe geven, dan is realisatie van een kleinere supermarkt mogelijk. Uitgangspunt is dat het een verplaatsing betreft van een supermarkt uit het verzorgingsgebied. Bij een verplaatsing van een bestaande solitaire supermarkt wordt de juridische mogelijkheid voor detailhandel op de achterblijvende locatie gesaneerd. Daarnaast is een beperkte verruiming van horeca gewenst, ondersteunend aan de onderwijs- en werkfunctie van de Campus.

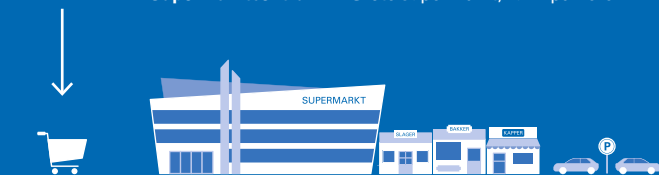
Buurt- en wijkcentra Van winkelgebied naar centrumgebied



Klassiek Buurtcentrum — Primair dagelijkse winkels



Supermarktcentrum — Grote supermarkt, ruim parkeren



Supermarktcentrum Plus — Supermarkt en speciaalzaken



Gemengd Centrum — Gemakswinkel met aanvullende functies



Servicepunt — Enkele niet-winkel functies

Voorzieningen afstemmen op doelgroep

Verzorgingsfunctie buurt of wijk

Leefbaarheid, ontmoeten, service, ambacht

Gemak, efficiënt, goed bereikbaar

Figuur 4.5 Van klassieke centra tot gemengde centra / servicepunten

4.7 Perifere clusters

Context perifere clusters

Buiten de reguliere centra zoals de binnenstad en de stadsdeel-, dorp-, wijk- en buurtcentra faciliteert de gemeente Groningen winkelvestigingen die vanwege de aard en omvang van het assortiment (perifere detailhandel, PDV) en/of omvang van de winkel (grootschalige detailhandel, GDV) niet inpasbaar zijn in deze reguliere centra. Het betreft de winkels aan het Sontplein e.o. en het Hoendiep en de Peizerweg.

Hoendiep en de Peizerweg

Hoendiep en Peizerweg vormen samen dé Woonboulevard van Groningen: het belangrijkste woonwinkelgebied van Groningen. De winkels spreiden zich uit over een relatief groot gebied, maar er is wel sprake van concentratie. Hoendiep Zuid valt binnen het gebied Suikerzijde en is in de structuurvisie Suikerzijde (juni 2021) benoemd als gebied dat zich op termijn zal ontwikkelen naar een stedelijk woon- en werkgebied en zal daarmee geen onderdeel meer zijn van het winkelgebied. De Peizerweg ligt iets verder ten zuiden van het Hoendiep en kenmerkt zich primair door Vesta Woonforum. Met daarin diverse woonwinkels onder één dak en daarnaast met name nog enkele grote bouw- en tuinmarkten. Het Hoendiep en de Peizerweg zijn beleidsmatig aangewezen als thematische clusters op het gebied van het thema 'in en om het huis'.

Sontplein e.o.

Waar het Hoendiep en de Peizerweg aan de westzijde van de stad Groningen liggen, ligt aan de oostzijde het Sontplein e.o. Het Sontplein heeft niet alleen een profiel voor aankopen binnen het thema 'in en om het huis', maar ook als grootschalig Retailpark. Het Sontplein e.o. heeft zowel winkels op het gebied van perifere detailhandel (PDV) als grootschalige detailhandel (GDV). Daar komt bij dat het Sontplein e.o. een groter verzorgingsgebied bedient dan het Hoendiep en de Peizerweg. Door de aanwezigheid van verschillende grote trekkers, zoals IKEA, Bauhaus, Media Markt, Decathlon en een keukenboulevard en de goede bovenregionale bereikbaarheid en nabijheid van de binnenstad

Visie algemeen: er is behoefte

Uit onderzoek van BRO (2020) blijkt dat in de doelgerichte branches (winkels in de woon-, doe-het-zelf- en tuinbranche) in Groningen nog relatief veel distributieve uitbreidingsruimte bestaat na 2030, namelijk circa 20.000 m² wvo. Daarbij dient opgemerkt te worden dat deze uitkomst indicatief is, zeker omdat de doelgerichte branches sterk conjunctuurgevoelig zijn en de toekomst altijd onzeker is. De visie zet

primair in op de binnenstad. Maar dit betekent niet dat er geen ontwikkelmogelijkheden meer zijn in de perifere clusters, waar doelgerichte branches juist beter inpasbaar zijn. Voor alle perifere clusters geldt dat complementariteit met de reguliere centra uitgangspunt is. Om leegstand in de reguliere centra te voorkomen en leefbaarheid in de stad en dorpen op peil te houden. Dit betekent dat beperkingen voor detailhandelsvestigingen noodzakelijk en evenredig zijn.

Visie perifere clusters

De sinds 2011 ingezette lijn met de Structuurvisie Detailhandel 2011-2020 en het Masterplan Sontplein 2017 wordt grotendeels gecontinueerd. We zetten in op de ontwikkeling van zowel het Sontplein e.o. als Hoendiep/Peizerweg tot zelfstandig functionerende gebieden. Met een eigen kwalitatief sterk profiel en complementair aan de binnenstad. Wel kiezen we ervoor om het onderscheid tussen het gebied Hoendiep en Peizerweg als dé woonboulevard, en Sontplein als hét retailpark voor grootschalige detailhandel vanaf 1.500 m² wvo, te versterken. In het bestemmingsplan voor het Sontplein is een limitatieve opsomming opgenomen van de toegestane branches en metrages. Voor de woonbranche kiezen we voor verdere concentratie op Hoendiep/Peizerweg. Voor de perifere clusters hanteren we de volgende algemene uitgangspunten:

- Om de toekomstige (kwantitatieve) behoefte te kunnen faciliteren dient fysiek ruimte te zijn voor nieuwe winkelvestigingen. Mogelijke uitbreidingslocaties zullen zowel ruimtelijk als functioneel aan moeten sluiten op de bestaande gebieden.
- Er zal geïnvesteerd moeten worden in een aantrekkelijke openbare ruimte, betere ontsluiting tussen de deelgebieden en een beter verblijfsklimaat. Ook het vastgoed dient actueel en modern te blijven, zowel in maatvoering als uitstraling. Op het Hoendiep zetten we in op concentratie van winkels aan de noordzijde van de centrale weg.
- Momenteel zijn er zowel op het Sontplein als het Hoendiep diverse winkelondersteunende horecazaken aanwezig die goed aansluiten op de functie van het winkelgebied. Uitgangspunt van deze visie is dat de horeca beperkt kan meegroeien (ten opzichte van het huidige horeca-aanbod) met het winkelaanbod.

4.8 Solitaire winkels en horeca

Nieuwe ontwikkelingen dienen zoveel mogelijk plaats te vinden binnen de aangewezen centrumgebieden en (nieuwe) ontwikkelzones in de gemeente. Ontwikkelingen daarbuiten worden in principe niet toegestaan, tenzij er sprake is van zogenaamde 'gewenste verspreide bewinkeling'.

- Van gewenste verspreide bewinkeling is sprake wanneer ontwikkelingen een aangetoonde meerwaarde leveren aan de voorzieningenstructuur en/of leefbaarheid in de wijk. Voor zover bestaande verspreide bewinkeling niet structuurverstorend is, kan deze blijven bestaan.
- Waar verspreide bewinkeling verstorend werkt (en er daarmee sprake is van ongewenste verspreide bewinkeling), wordt verplaatsing en/of functieverandering nagestreefd.
- Deze visie gaat uit van voldoende ruimte voor ondernemerschap en dynamiek. Voor specifieke vormen van detailhandel, zoals grootschalige tuincentra, ondergeschikt nevenassortiment of afhaalpunten is onder voorwaarde ruimte buiten de centrumgebieden.

Wat verstaan we onder perifere detailhandel?

In deze visie wordt diverse keren gesproken over perifere detailhandel. Dit zijn winkels die zich vanwege de volumineuze aard van de artikelen (grote tuinmeubelen, grote gereedschappen etc.), perifeer mogen vestigen. Binnen de gemeente Groningen worden binnen dit begrip de volgende winkelbranches bedoeld.

- Winkels in auto's, boten, caravans (ABC-categorie)
- Winkels in grove bouwmaterialen en brandgevaarlijke stoffen
- Doe-het-zelfwinkels (bouwmarkten, breedpakketzaken, speciaalzaken)
- Tuincentra

In de gemeente Groningen wordt de woonbranche (meubelzaken, keukens en badkamers, woonwarenhuizen) niet als onderdeel van de perifere detailhandel gezien. De woonbranche heeft een aparte status, waarbij wordt gekozen voor het Hoendiep en Peizerweg als dé locatie voor woonwinkels. Op het Sontplein zijn uitsluitend woonwinkels toegestaan vanaf 1.500 m² vwo, passend bij het grootschalige karakter van het Sontplein.

Wat verstaan we onder grootschalige detailhandel?

De term Grootschalige Detailhandel, ofwel GDV, is afgeleid uit het voormalige Rijksbeleid. Bij GDV gaat het niet om de aard van het assortiment, maar om de omvang van de winkel. Winkels worden niet alleen vanwege het assortiment buiten de reguliere centra gefaciliteerd, maar ook omdat de winkelvestiging te groot is waardoor het niet inpasbaar is in de centra.

In tegenstelling tot perifere detailhandel kent GDV geen standaard branchedefinitie. Elke gemeente hanteert eigen regels, die vaak per locatie ook nog verschillen. In de gemeente Groningen is het Sontplein e.o. de enige locatie buiten de reguliere centra waar GDV is toegestaan. In het bestemmingsplan is momenteel sprake van een limitatieve opsomming, terwijl in de Structuurvisie Detailhandel 2011-2020 en het Masterplan Sontplein 2017 is aangestuurd op het uitsluiten van essentiële branches voor de reguliere centra. Deze lijn wordt grotendeels gecontinueerd, om enerzijds voldoende flexibiliteit te houden voor winkelvestigingen op het Sontplein en anderzijds de complementariteit met de reguliere centra te borgen.



Winkelcentrum Paddepoel, Groningen



Gebrand en Bakker, H.A. Kooykerplein, Groningen



Mahalo, Verlengde Grachtstraat, Groningen



Winkelcentrum Beijum, Groningen



Herestraat, Groningen



Laif & Nuver, Rode Weeshuisstraat, Groningen

Beleids- en toetsingskader

Dit hoofdstuk bouwt voort op de visie in het voorgaande hoofdstuk en beschrijft de beleidskaders waar nieuwe initiatieven aan worden getoetst. Het beschrijft hoe de visie wordt nageleefd binnen de gemeente bij nieuwe initiatieven en bij het aanpassen van bestemmingsplannen (of omgevingsplannen). Omdat de toetsing van initiatieven nog veelal sectoraal plaatsvindt, is besloten om in het toetsingskader detailhandel en horeca los te zien van elkaar. Uiteraard wordt stilgestaan bij de toetsing van mengvormen.

5.1 Algemene toetsingskaders

- In principe zijn nieuwe detailhandelsinitiatieven niet toegestaan buiten de aangewezen centrumgebieden en nieuwe ontwikkelzones. Het aanbod wordt zoveel mogelijk versterkt en geconcentreerd in bestaande centra (zowel grotere wijkcentra als kleinere buurtcentra).
- Horeca, leisure en zakelijke ontmoetingsfuncties moeten versterkt worden op de meest geëigende locaties, deels aanvullend aan de functie detailhandel.
- Binnen de centra dient ondernemerschap optimaal gefaciliteerd te worden in het kader van functiemenging (blurring) detailhandel, horeca, dienstverlening, etc.
- Bij plantoetsing moet expliciet aandacht zijn voor de leefbaarheid. Te veel van hetzelfde voegt geen kwaliteit toe aan gebieden. Het gaat om een goede balans. Ondernijning en criminaliteit zijn ongewenste ontwikkelingen waar meer aandacht voor moet zijn bij toetsing van planinitiatieven.
- Bij nieuwe initiatieven dient het principe van de Ladder voor duurzame verstedelijking te worden doorlopen (zie afwegingsschema leegstand, hoofdstuk 6, pagina 59).



5.2 Binnenstad

De visiekaart op de binnenstad (nader te ontwikkelen) is uitgangspunt bij toetsing van nieuwe planinitiatieven. Juridisch zijn de volgende uitgangspunten relevant voor het Omgevingsplan:

- Binnen het kernverblijfsgebied zijn in de plint uitsluitend publieksfuncties mogelijk, zoals detailhandel, horeca en diensten. Wonen (in de plint) of bedrijven worden hier expliciet niet toegestaan.
- Buiten het kernverblijfsgebied wordt een bredere functiemix voorzien en zijn de juridische mogelijkheden breder. Hier zijn wel bedrijven en beperkt wonen (onder voorwaarden in de plint) toegestaan.
- In de visie op de binnenstad is geen plek voor nieuwe grootschalige supermarkten. In het Omgevingsplan worden supermarkten echter niet specifiek uitgesloten. De gemeente zal aan verkeersaantrekkende functies (waaronder supermarkten, maar ook sportscholen) sturing geven door:
 - Strenger te toetsen op verkeerseffecten (parkeren, verkeersbewegingen, laden en lossen)
 - Slechts in beperkte mate samenvoeging van panden toe te staan.
- Opgemerkt moet worden dat in de plantoetsing altijd rekening moet worden gehouden met flexibiliteit en maatwerk. In sommige specifieke uitzonderlijke gevallen moet maatwerk mogelijk zijn. De volgende overwegingen kunnen worden gebruikt om van de visiekaart op de binnenstad af te wijken:
 - Herinvulling van structurele leegstand.
 - Gemengde concepten die niet duidelijk tot één categorie behoren.
 - Stimulering bestaand en/of lokaal ondernemerschap.
 - Veiligheid en overlast.

Leisure

We zien steeds meer initiatieven vanuit de markt ontstaan met mengvormen tussen leisure, horeca en retail. Voorbeelden: VR-gaming, een eigentijdse arcadehal (family entertainment), escape room of horeca die jeu-de-boules of speurtochten in de omgeving aanbiedt. Soms betreft het zelfstandige zaken, soms combinaties met andere functies. De voorbeelden zijn talrijk en de dynamiek is groot, met veel nieuwe marktpartijen. Het integreren van vormen van entertainment, sport- en spelactiviteiten verrijkt de beleving en zorgt voor transactie en nieuwe doelgroepen. Het dient ook als tegenhanger voor de verleidingen van het online aanbod en versterkt ontmoetingen ('competitive socialising'). Tegelijkertijd verbreden ze de verzorgingsfunctie en bezoeken motieven voor onze (binnen) stad en gemeente voor inwoners en andere bezoekers, in alle leeftijds-categorieën. We staan daarom in principe positief tegenover deze initiatieven en gaan verkennen op welke manier we dit ruimtelijk kunnen faciliteren

5.3 Boodschappenaanbod

- Doel is het fijnmazige netwerk van boodschappenaanbod te behouden en versterken in de nieuwe ontwikkelzones. Voorzieningen zijn op loop- en fietsafstand van de consument aanwezig.
- Dit betekent ook het faciliteren van kleinere supermarktinitiatieven in plaats van het opplussen naar grote supermarkten. In principe heeft een buurtcentrum maximaal één supermarkt, een wijkcentrum heeft twee of meer supermarkten (bij voorkeur complementair).
- Een supermarktontwikkeling mag niet leiden tot onaanvaardbare effecten op de consumentenverzorging, de detailhandelsstructuur en de leefbaarheid (zie afwegingsschema leegstand, hoofdstuk 6, pagina 59).
- Uitbreiding van supermarktclusters en solitaire supermarkten is niet toegestaan. In de visie zijn nieuwe locaties aangewezen op basis van de toekomstige behoefte. Kleine supermarktconcepten zijn opgenomen in de bestemmingsplannen voor Zernike, UMCG en Martini en Stationsgebied. Deze mogelijkheden blijven behouden.

- Alleen als er sprake is van onvoorziene omstandigheden kan maatwerk worden verleend voor supermarktinitiatieven buiten de aangewezen centra, bijvoorbeeld in de volgende gevallen:
 - Bij structuurversterking door samenvoegen meerdere locaties op één nieuwe locatie (concentratie).
 - In het geval van forse afwijkende demografische ontwikkelingen op lokaal niveau.
 - In het geval van onvoorziene trends en ontwikkelingen.
 - In het belang van de leefbaarheid (toegang tot eerste levensbehoefte) op buurt- of wijkniveau.
- Opgemerkt moet worden dat bij plantoetsing de balans tussen de fijnmazigheid van de structuur (ten behoeve van leefbaarheid en consumentenverzorging) en de concentratiegedachte in ogeschouw genomen moet worden. Uiteindelijk weegt het belang voor de consument zwaarder dan het belang van concentratie.

5.4 Perifere clusters

- In Groningen is de binnenstad het belangrijkste winkelgebied. De perifere clusters Sontplein e.o. en Hoendiep/Peizerweg zijn complementair aan de binnenstad en hebben elk een eigen onderscheidend karakter. We zetten in op vergroting van dit onderscheidend karakter.
- Het perifere cluster Hoendiep/Peizerweg is dé meubelboulevard van Groningen. We zetten in op verdere versterking van het thema wonen in dit gebied.
- Het Sontplein e.o. is hét retailpark voor grootschalige en perifere detailhandel, op een steenworp afstand van de binnenstad.
 - Om de binnenstad te beschermen hanteren we voor grootschalige detailhandel een minimale maat van 1.500 m². Er geldt geen minimale maat voor perifere detailhandel.
 - Aangezien we kiezen voor het Hoendiep/Peizerweg als dé locatie voor woonwinkels zijn op het Sontplein uitsluitend woonwinkels toegestaan vanaf 1.500 m² vvo. De toegestane branches zijn opgenomen in het bestemmingsplan voor het Sontplein.

5.5 Solitaire winkels en horeca

Webwinkels (showroom) en afhaalpunten in centra

Webwinkels met een winkelachtige uitstraling (showroom) en adviserende functies richting bezoekers (balie met afrekenmogelijkheid, bezoekenmogelijkheid) worden beschouwd als detailhandel. Deze voorzieningen worden gefaciliteerd binnen de aangewezen centrumgebieden. De bezoekers die gegeneerd worden kunnen een positief effect hebben op de centra via combinatiebezoek. Hetzelfde geldt voor afhaalpunten. Webwinkels/afhaalpunten (met showroom en/of balie gericht op bezoekers) op bedrijventerreinen worden zoveel mogelijk geweerd. Afhaalpunten in combinatie met opslag en distributie zijn op bedrijventerreinen alleen mogelijk mits ze geen toonzaalfunctie hebben, er niet afgerekend kan worden en ze anderszins passend zijn in de bestemmingsplanregelingen.

Dark kitchens en distributieshops

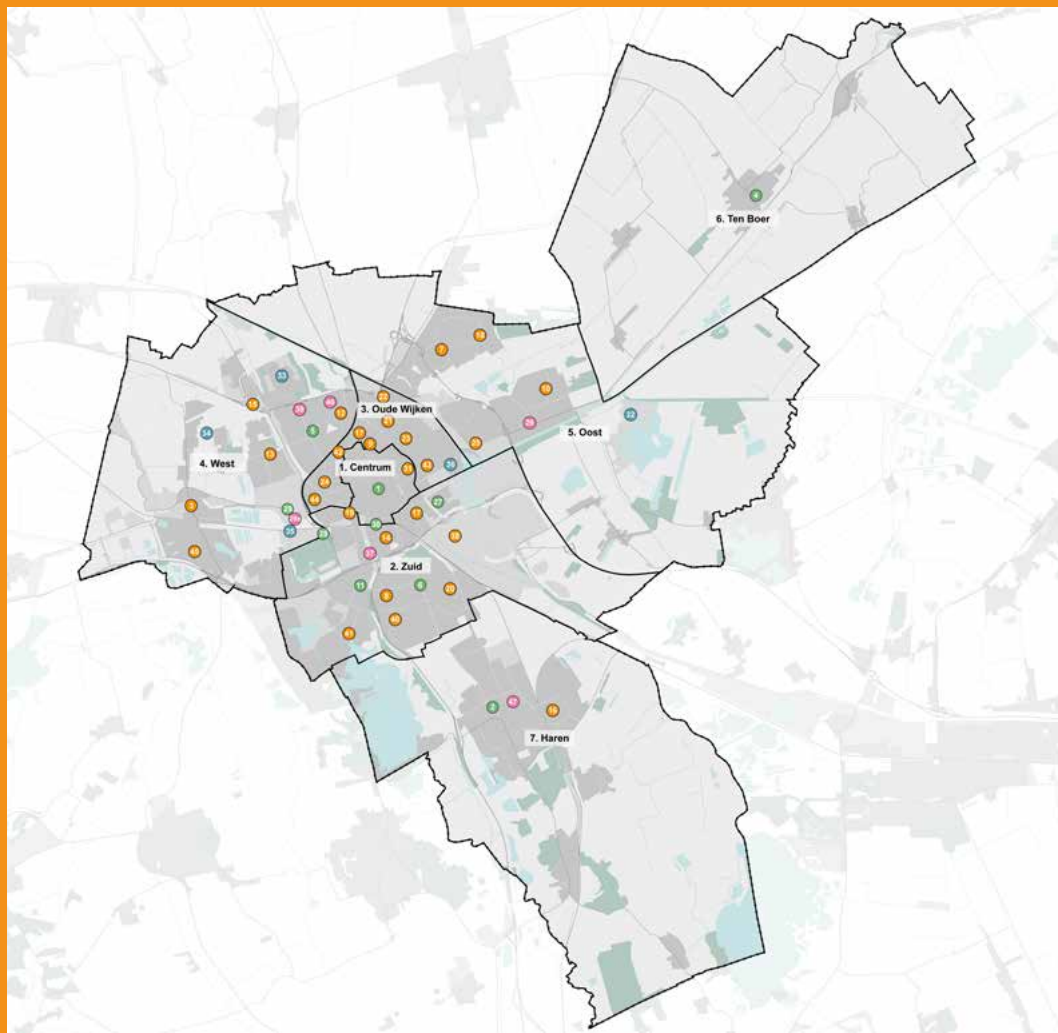
Bedrijfsfuncties die duidelijke effecten hebben op de detailhandel en horeca, zoals dark kitchens en detailhandelsbedrijven die via last mile distributie boodschappen bezorgen, zijn lastig te reguleren. Veelal hebben ze een bedrijfsfunctie, maar de ruimtelijk-functionele effecten op de detailhandel en horeca zijn groot. Bij plantoetsing van dergelijke concepten dient expliciet aandacht te zijn voor de ruimtelijk-functionele effecten van deze concepten op de detailhandel en horeca en de centra: ook op uitstraling, overlast en verblijfsklimaat.

Tijdelijke winkels faciliteren in centra

Pop-up stores, seizoenswinkels en tijdelijke niet-winkelfuncties, kunnen een bijdrage leveren aan de aantrekkelijkheid, diversiteit en kwaliteit in een centrumgebied. Bovendien kan het zorgen voor (een tijdelijke) invulling van leegstand. Tijdelijke winkels worden gestimuleerd in centrumgebieden. Er wordt gestreefd naar korte procedures en flexibiliteit in bestemmingsplannen. De tijdelijke verkoop van artikelen op locaties zonder detailhandelsbestemming of buiten de hoofdstructuur is niet toegestaan, omdat dit ongewenste concurrentie oplevert voor de reguliere centra. Verkoop vanuit huis wordt daarom ook niet toegestaan.

Kansen van blurring en mengvormen in centra benutten

De ambitie is om de kansen met betrekking tot blurring en mengvormen te benutten. Mits deze aansluiten bij zowel de kaders van de onderhavige visie en de drank- en horecawetgeving. Vanuit de



Winkelgebieden

- | | | |
|--|----------------------------|------------------------------|
| 1. Centrum Groningen | 18. Beijum Oost | 36. Stadshavens |
| 2. Centrum Haren | 19. Paterswoldseweg | 37. Hoornsediëp |
| 3. Hoogkerk | 20. De Savornin Lohmanlaan | 38. Euroborg |
| 4. Centrum Ten Boer (Koopmansplein) | 21. Floresplein | 39. Zonnelaan |
| 5. Winkelcentrum Paddepoel | 22. Oosterhamriklaan | 40. De Merodelaan |
| 6. Verlengde Hereweg | 23. Wielewaalplein | 41. BSF Von Suttnerstraat |
| 7. Beijum West | 24. Wilhelminalade | 42. Kerklaan |
| 8. Van Lennepaan | 25. Rijksweg 16 | 43. Linneausplein |
| 9. De Beren | 26. Rijksweg 129a | 44. Jacob van Ruysdaelstraat |
| 10. Lewenborg | 27. Sontplein | 45. C. Jetsesstraat |
| 11. Overwinningsplein | 28. Peizerweg | 46. Prunusstraat |
| 12. Selwerd | 29. Hoendiep | 47. Jachtlaan |
| 13. Vinkhuizen | 30. Stationsgebied | |
| 14. Vechtstraat | 31. UMG | |
| 15. Reitdiephaven | 32. Meerstad | |
| 16. Anjerplein | 33. Zernike Campus | |
| 17. Meeuwerderweg | 34. De Helden | |
| | 35. Suikerzijde | |

Perspectief

- Versterken
- Voortzetten
- Verplaatsen / Transformeren
- Ontwikkelen

Figuur 5.1 Toekomstbeeld winkelgebieden, supermarktclusters en solitaire supermarkten gemeente Groningen

markt neemt de vraag naar mengvormen tussen met name detailhandel en horeca steeds verder toe, maar ook met andere functies (maatschappelijk, werken, dienstverlening). Ook de consument verlangt naar meer beleving en verrassing in de vorm van mengvormen. In de gemeente Groningen kunnen mengvormen van detailhandel en andere functies ook een belangrijke bijdrage leveren aan het overeind houden van het voorzieningenniveau. Initiatieven hiertoe worden dan ook gefaciliteerd binnen centra.

Kansen voor boerderij- en landwinkels

Boerderij- of landwinkels zijn toegestaan als er sprake is van rechtstreekse verkoop van op het bedrijf vervaardigde of geteelde producten dan wel gerelateerde producten. In het bestemmingsplan worden uiteindelijke keuzes gemaakt. Doorgaans worden de volgende gebruiksregels gehanteerd (indicatief en richtinggevend):

- Er moet sprake zijn van een agrarisch bedrijf
- De detailhandel is ondergeschikt, zowel naar omzet als in oppervlakte
- Maximaal 50 m² vwo detailhandel
- Lokaal vervaardigde producten

Kansen voor detailhandel op trafficlocaties

Detailhandel op trafficlocaties, zoals een (tank)station of ziekenhuis, kan inspelen op de behoefte van de consument. Zelfstandig functionerende detailhandel die past binnen het profiel van de centra is echter niet wenselijk op deze locaties, omdat dit afbreuk doet aan de hoofdstructuur. Detailhandelsactiviteiten bij trafficlocaties worden toegestaan binnen een beperkte omvang en assortiment gericht op de doelgroep. Indicatief en richtinggevend kan worden uitgegaan van winkels tot circa 100 m² bvo op transferia, 250 m² bvo op kantoor- en bedrijfslocaties en 100-150 m² bvo bij tankstations, afhankelijk van de verzorgingsfunctie.

Beperkt toestaan nevenassortiment

Uitgangspunt van deze visie is complementariteit tussen verschillende winkelgebieden. Dit vraagt om een bepaalde mate van branchering. Trends wijzen uit dat er sprake is van branchevervaging en -vermenging. Dit beleid staat deze ontwikkeling in beperkte mate toe om aan deze trend tegemoet te komen. Ondernemers moeten binnen de aangewezen branche de ruimte hebben om te kunnen ondernemen. Het voeren van een beperkt nevenassortiment past hierbij. De richtlijn is maximaal 10% van de verkoopruimte tot een maximum van 500 m² vwo. Uiteraard kan voor specifieke winkelconcepten maatwerk worden geboden. Zo wordt voor tuincentra geen maximale omvang voor de kerstshow gehanteerd. De mogelijkheid tot nevenassortiment betekent niet dat alle vormen van detailhandel zonder meer mogelijk

zijn. In de basis zijn op perifere locaties nevenassortimenten in dagelijkse en modische artikelen (met uitzondering van aan de branche gerelateerde werkkleding en -schoeisel) niet toegestaan. Omdat deze bij grootschalige winkels al snel negatieve effecten hebben op de reguliere centra. Dit is vanuit de visie ongewenst.

Ondergeschikte detailhandel bij bedrijven

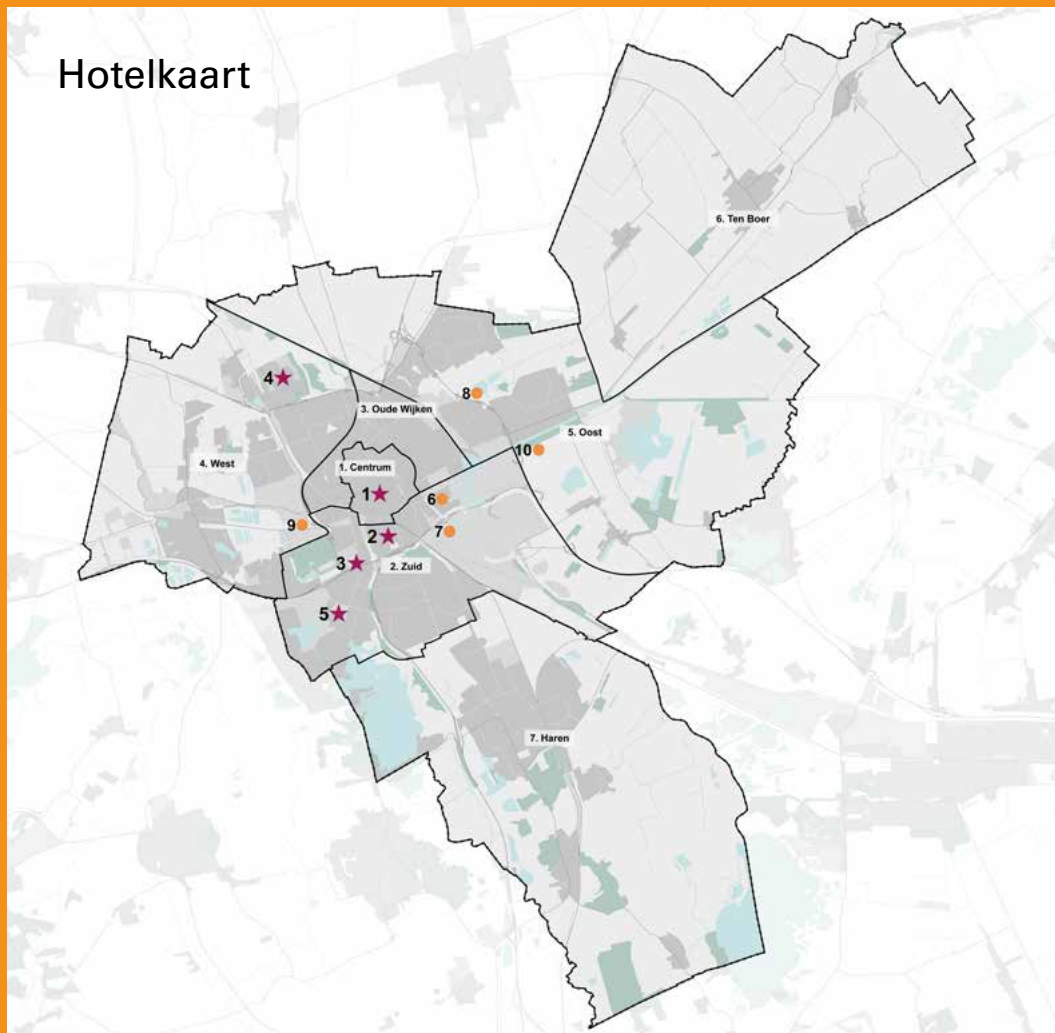
Uitgangspunt van deze visie is dat nieuwe detailhandelsbestemmingen buiten de centra niet zijn toegestaan. Slechts in enkele gevallen wordt ondergeschikte detailhandel als activiteit binnen een bedrijfsbestemming toegestaan, oftewel ruimte voor maatwerk. In de praktijk zijn er diverse soorten bedrijven met een winkelcomponent die conform het huidige beleid niet zijn toegestaan in de periferie. Maar die vanwege bijvoorbeeld het bezoeksmotief en de aard van het bedrijfsconcept hier wel passen. Voorbeelden zijn kringloopbedrijven, bruidsmodezaken, zadelmakerijen, bedrijven in kachels/haarden, bedrijven in tuinhuisjes, bedrijven in sauna's/zwembaden, etc. Voor dit soort winkels moet in specifieke gevallen maatwerk geleverd kunnen worden. In principe worden ze in de reguliere centra gefaciliteerd. Maar met behulp van (een deel van) de volgende afwegingscriteria kunnen ze eventueel ook een plek krijgen in de periferie of op een bedrijventerrein:

1. De detailhandelscomponent betreft verkoop in laagfrequente en doelgerichte artikelen.
2. Een groot deel van het bedrijf betreft productieactiviteiten, zoals bijvoorbeeld reparatie, renovatie, op maat maken, klantgericht maatwerk, etc.
3. Levering is voor een groot deel business-to-business.
4. Een deel van het bedrijf doet opslag voor productieactiviteiten.
5. Het totale bedrijfsconcept (mix) is niet geschikt voor de reguliere centra op basis van de aard, omvang en samenstelling.
6. Het bedrijf leidt niet tot onaanvaardbare effecten op de reguliere centra en de detailhandelsstructuur, de consumentenverzorging en de leegstand.

Maatwerk voor zeer grootschalige formules

Zeer grootschalige winkelconcepten, zoals bouwmarkten en tuincentra hebben vaak een specifieke ruimtebehoefte. Ze zijn naar aard en omvang veelal niet inpasbaar in de centra. De aangewezen concentratiegebieden zijn het Hoendiep, de Peizerweg en het Sontplein e.o. Als zelfs op deze locaties aantoonbaar geen fysieke ruimte is, is solitaire vestiging buiten de centra mogelijk. Wel moet worden aangetoond dat het initiatief voorziet in een behoefte en dat de ruimtelijke

Hotelkaart



Winkelgebieden

- | | |
|---|-----------------------|
| 1. Binnenstad en rand incl. Ciboga, Singels | 5. Martini Ziekenhuis |
| 2. Stationsgebied Zuid / omgeving Achterwerk | 6. Sontplein |
| 3. Martiniplaza / Stadspark | 7. Europapark |
| 4. Zernike | 8. Kardinge |
| | 9. De Suiker |
| | 10. P+R Meerstad |

Legenda symbolen

- ★ Voorkeurslocaties
- Overige locaties die 'onder voorwaarden' geschikt zijn



📍 Sontplein, Groningen

Figuur 5.2 Voorkeurslocaties en overige locaties hotels gemeente Groningen

effecten op de leegstand aanvaardbaar zijn. Bovenal gaat het dan om toetsing van de impact op de beoogde detailhandelsstructuur: is er per saldo wel of geen sprake van structuurverstoring? Hierbij gaat het er met name om dat er geen blijvende, zeer aanzienlijke afname van de keuzemogelijkheden of variatie in het aanbod (van de betreffende branche) plaatsvindt. Bovendien dient de vestiging versterkend te zijn voor de detailhandelsstructuur. Deze maatwerkregel wordt slechts met hoge uitzondering toegepast, om verdere versnippering van aanbod te voorkomen.

Beleidsmatig wordt ingestoken op het niet realiseren van specifieke themacentra (denk aan sportthema-centrum of een Factory Outlet Center) op separate locaties, maar op het integreren van dergelijk aanbod in (meerdere) bestaande centra. Hoewel themacentra in theorie een bijzonder element aan de Groningse detailhandelsstructuur kunnen toevoegen en daarmee de aantrekkingskracht van de gemeente als koopcentrum kunnen vergroten, blijkt in de praktijk dat dergelijke centra vaak moeizaam van de grond komen of functioneren. Veelal is een grote omvang noodzakelijk om voldoende trekkracht te genereren, en daarvoor is weer een groot consumentenpotentieel nodig.

5.6 Horeca in de binnenstad

We zien in de binnenstad ruimte voor groei in zowel de daghoreca als overige horeca, ook in combinatie met leisure. We gaan hier de komende jaren de kaders voor uitwerken. Uitgangspunt is dat daghoreca ondersteunend is aan functies overdag (winkels, onderwijs, werken/kantoren, etc.) en zich hiermee onderscheidt van reguliere horeca.

De gemeente zet in op:

- Meer inzet op handhaving op openingstijden van daghoreca. Dit betekent dat daghoreca ook in de ochtend open dient te zijn. Toename van horeca kan leiden tot de noodzaak van scherpere regels of beperkingen bij het toestaan van terrassen en uitstallingen. Hierbij dient voldoende openbare ruimte te worden behouden voor de voetganger.

5.7 Horeca en hotels buiten de binnenstad

- Horeca en hotels buiten de binnenstad voegen kleur toe aan nieuwe gebieden. Belangrijk middel om de leefbaarheid en aantrekkelijkheid van (ontwikkel)gebieden en 'placemaking' te versterken.
- Uitgangspunt: complementair aan de binnenstad, streven naar diversiteit in het aanbod en versterkend voor kernwaarden en identiteit Groningen. Aanbod restauratieve horeca sluit (qua omvang en profiel) aan op het karakter van het gebied c.q. gebiedsgerichte meerwaarde (Meerstad, Suikerzijde, MartiniPlaza, Zernike, recreatiegebieden, etc.).
- Vestiging nieuwe hotels buiten binnenstad in beperkt aantal gebieden, met meerwaarde voor omgeving (ruimtelijk en functioneel) en versterkend voor de centrumfunctie en kernwaarden van Groningen in brede zin. Belangrijkste voorkeurslocaties voor nieuwe hotels zijn de binnenstad, Stationsgebied, MartiniPlaza, Zernike en Martiniziekenhuis (zie hotelkaart, figuur 5.2).
- Voor vestiging van nieuwe hotels op vermelde en andere locaties is een toetsingskader met richtinggevende criteria wenselijk. Mede vanwege de vele aanvragen moeten nieuwe hotels hun initiatieven overtuigend en onderbouwd motiveren. Voor nadrukkelijk kleinschalige hotelconcepten, B&B, etc. (max. 10 kamers) is maatwerk nodig.



Uitvoering beleid

Uitwerking van het detailhandel- en horecabeleid krijgt vorm door praktische instrumenten. Zoals regievoering op de realisatie van projecten, stimulering van samenwerking tussen de stakeholders, monitoring en juridische instrumenten (bestemmingsplannen of omgevingsplannen). Deze aspecten hangen met elkaar samen, waarbij de visie, zoals vastgelegd in dit document, de centrale koers is (zie figuur 6.1). In dit hoofdstuk wordt allereerst ingegaan op het versterken van de dynamiek, vervolgens op de juridische uitwerking van de visie.

6.1 **Beleid is niet in beton gegoten**

Visie en beleid worden doorgaans vastgesteld voor de lange termijn. Dit is ook goed, omdat behoefte is aan de stip op de horizon. Investerings worden immers gedaan voor de langere termijn. De toekomst in de detailhandel en horeca (incl. overnachtingsmarkt) is echter onzeker. Hierdoor is het nodig om als gemeentelijke organisatie het vermogen te hebben om adequaat te kunnen schakelen. Kortom, meer flexibiliteit in beleid en uitvoering. Dit betekent het volgende:

- De 'geest' van de visie is belangrijker dan de 'letter'. Initiatieven moeten integraal en zorgvuldig worden afgewogen. Dit betekent op de eerste plaats kijken waar kansen en mogelijkheden liggen in plaats van beperkingen.
- Tijdens de totstandkoming van deze visie zijn intensieve gesprekken gevoerd met bedrijvenverenigingen en belangenorganisaties van de stad en dorpen. Ook na vaststelling van deze visie dient deze dialoog tussen gemeente en marktpartijen structureel gecontinueerd te worden.
- Jaarlijks vindt in samenspraak tussen de gemeente en marktpartijen een evaluatie plaats van zowel de inhoud als het proces van het beleid. In goede samenwerking wordt bekeken waar nieuwe accenten of aanscherpingen nodig zijn in de uitvoering. Om actuele opgaven of trends te kunnen faciliteren.



Figuur 6.1 Beleidsachtbaan

6.2 Actievere rol van de gemeente

De huidige tijd vraagt om snelheid, souplesse, monitoring én een actievere rol vanuit de overheid. Corona versnelt bestaande trends en vraagt om meer ingrijpen van de overheid op thema's als het herwinnen van de openbare ruimte, het overeind houden en versterken van voorzieningen en het grip houden op plekken in de stad en gemeente. Ook is extra inzet van de overheid nodig om nieuwe initiatieven te kunnen laten opstarten na corona: op de korte termijn houdt de gemeente rekening met een toename van de leegstand. Het is daarom belangrijk om in deze tijden nieuwe initiatieven waar mogelijk te stimuleren en zo goed mogelijk te faciliteren. Dit vraagt om een andere, meer actieve rol van de overheid en voortzetting van het huidige ruimtelijk-economische programma.

Om de visie zoals opgesteld in dit document te bereiken, is samenwerking essentieel. Beleid maken is één ding, maar dat betekent niet dat deze visie morgen realiteit is. Om de visie naar uitvoering om te zetten is samenwerking tussen de gemeente, ondernemers en vastgoedeigenaren nodig.

- De centrale gedachte in de totstandkoming van dit beleid is dat het de taak van de gemeente is om duidelijke kaders te scheppen voor (nieuwe) ontwikkelingen. De rol van de gemeente ligt bij het opstellen van dit beleidskader, het vertalen van het beleid in de bestemmingsplannen en het toetsen van nieuwe initiatieven aan het beleid.
- De gemeente geeft marktpartijen de ruimte om (binnen de kaders) nieuwe ontwikkelingen mogelijk te maken, te innoveren en te experimenteren. De invulling van concepten wordt aan de markt overgelaten. Dat biedt ondernemers en vastgoedeigenaren ruimte om (binnen de kaders) te innoveren en te experimenteren.

Kaders bieden en ruimte geven aan ondernemerschap

Innovatie, dynamiek en een goede samenwerking tussen alle betrokken partijen is nodig om uitdagingen in de toekomst aan te kunnen. Dit vraagt om een flexibel kader wat 'regelt wat moet', maar ondernemerschap laat plaatsvinden binnen 'wat kan'. Dit kan worden bereikt door meer functieruimte te bieden in het bestemmingsplan. Een makkelijkere en 'warmere' communicatie tussen gemeente en ondernemers. En een nog sterkere dienstverlenende rol van de gemeente en de verschillende belangenorganisaties richting ondernemers (actief meedenken in oplossingen, faciliteren van wensen etc.). Ook vastgoedeigenaren spelen een belangrijke rol in het stimuleren van innovatie en dynamiek, bijv. via omzetafhankelijke huurprijzen.

- In de samenwerking moet aandacht zijn voor structureel publiek/privaat overleg (zie paragraaf 6.1).
- Een gezamenlijke verantwoordelijkheid voor het gebruik van de openbare ruimte is essentieel. Denk aan een gezamenlijk plan voor inrichting van straten/pleinen.
- In de uitvoering en plantoetsing dient aandacht te zijn voor kleine ondernemers/lokaal ondernemerschap en bijzondere concepten. Aanvragen vanuit deze partijen vraagt vaak om meer maatwerk.
- Jaarlijkse monitoring en evaluatie is noodzakelijk om op basis van feiten en casussen tijdig te kunnen bijsturen.



La Ca, Oude Kijk in 't Jatstraat, Groningen

6.3 Juridische kaders

Bij nieuwe stedelijke ontwikkelingen in het algemeen en detailhandel en horeca in het bijzonder wordt steeds meer waarde gehecht aan een duurzaam ruimtegebruik en het voorkomen van substantiële leegstand. Essentieel hierbij is het toepassen van de Ladder voor duurzame verstedelijking en de Dienstenrichtlijn.

Initiatieven en de Ladder voor duurzame verstedelijking

Nieuwe initiatieven die moeten worden beschouwd als een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' moeten per definitie worden getoetst aan de ladder. Dit betekent dat de behoefte van het initiatief moet worden aangetoond en dat de ruimtelijk-functionele effecten op de consumentenverzorging, de voorzieningenstructuur, de leegstand en in het verlengde daarvan het woon-, leef- en ondernemersklimaat aanvaardbaar moeten zijn. Figuur 6.2 helpt bij deze afwegingen.

Initiatieven en de Dienstenrichtlijn

De Dienstenrichtlijn schrijft voor dat detailhandel en horeca (incl. overnachtingsmarkt) recht hebben op vrije vestiging, tenzij onderbouwd kan worden dat beperking zijn ingegeven vanuit:

1. Non-discriminatie
2. Noodzakelijkheid (algemeen belang)
3. Evenredigheid (coherent en effectief)

In de praktijk komt het er op neer dat het bestemmingsplan (of het Omgevingsplan) geen samenraapsel mag zijn van juridische beperkingen. Er ligt in Groningen een opgave om terug te gaan naar de basisregel van de ruimtelijke ordening. Regel alleen wat echt moet, en laat de rest vrij. Dit betekent alleen beperken op branches die essentieel zijn voor de binnenstad en andere (reguliere) centra. Geen onnodige, niet zinvolle, voorwaarden opnemen die ondernemerschap tegenhouden. Desalniettemin blijven beperkingen voor detailhandel- en horecavestigingen buiten de centra noodzakelijk en evenredig, om de leefbaarheid van de centra te beschermen.

6.4 Uitvoeringsprogramma

In deze retailvisie zijn (richtinggevende) keuzes gemaakt, maar de visie is geen blauwdruk.

Wel een levend document dat ruimte biedt aan nieuwe ontwikkelingen en kansen. Daarom stellen wij na het participatietraject in het najaar van 2021 een uitvoeringsprogramma op, waarin we concreet maken welke acties, wanneer, met welk budget en door wie worden opgepakt in onze centra. Dit is noodzakelijk om in samenwerking met betrokken partijen ook tot uitvoering van de visie te komen.

Toelichting Ladder voor duurzame verstedelijking

De 'Ladder voor duurzame verstedelijking' (art. 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening) is een wettelijk verplicht motiveringsinstrument dat doorlopen moet worden voor iedere 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. Het tweede lid van art. 3.1.6. luidt als volgt: "De toelichting bij een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, bevat een beschrijving van de behoefte aan die ontwikkeling, en, indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaand stedelijk gebied, een motivering waarom niet binnen het bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien."

Ondernemers, vastgoedeigenaren, bedrijvenverenigingen en gemeente, iedereen is nodig om deze visie tot uitvoering te brengen. Zodat bewoners en bezoekers in aantrekkelijke en toegankelijke winkelgebieden hun aankopen kunnen doen. Naast het nog op te stellen uitvoeringsprogramma ondersteunen we met het herstelplan 'Groningen vooruit, agenda voor een bruisende gemeente na corona' de horeca en detailhandel en plekken waar de coronacrisis grote economische gevolgen heeft gehad.

6.5 Juridisch-planologische uitvoering

- Beleid vertalen in actuele bestemmingsplannen
- Brancherings- en maatvoeringsmaatregelen
- Subsidies- en stimuleringsmaatregelen
- Transformatieaanpak

6.6 Handhaving

Handhaving en goede mogelijkheden daartoe zijn van belang om het beleid, dat is vastgelegd in bestemmingsplannen, ook in de praktijk handen en voeten te kunnen geven. Om de handhaving van nieuwe initiatieven zo effectief mogelijk in te zetten wordt voorgesteld om de prioriteit te leggen op effecten die mogelijk negatief van invloed zijn op de structuur. Dit betekent dat de prioriteit zou moeten liggen bij handhaving buiten de aangewezen centrumgebieden en ontwikkelzones. Het gaat hier nadrukkelijk om ruimtelijke handhaving. Handhaving op het gebied van openbare orde en veiligheid en Drank- en Horecaregeling maakt geen onderdeel uit van dit document.

Toets leegstand op aanvaardbaarheid bij winkelininitiatief

Toetsing initiatief aan Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Toets behoefte en aanvaardbaarheid leegstandseffecten in een distributieplanologisch onderzoek (dpo).



Figuur 6.2 Toets leegstand op aanvaardbaarheid bij initiatief

Bijlage 1 Begrippen lijst

BVO/WVO

Bruto vloeroppervlak

Het bruto vloeroppervlak is de oppervlakte van een ruimte of groep van ruimten, 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.

Winkelverkoop vloeroppervlak

Alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.).

Dagelijkse sector

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

Daghoreca

Een horecabedrijf dat ondersteunend is aan de detailhandel, in hoofdzaak gericht op het verstrekken van kleinere maaltijden, geringe eetwaren en licht alcoholische dranken. Geopend conform winkelsluitingstijdenwet en minimaal 4 keer open om 11.00 uur.

Detailhandel (als activiteit)

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

Grootschalige detailhandel (GDV)

De term grootschalige detailhandel, ofwel GDV, is afgeleid uit het voormalige Rijksbeleid. Bij GDV gaat het niet om de aard van het assortiment (zie perifere detailhandel), maar om de omvang van de winkel. Winkels worden niet alleen vanwege het assortiment buiten de reguliere centra gefaciliteerd, maar ook omdat de winkelvestiging te grootschalig is waardoor het niet inpasbaar is in de centra. In tegenstelling tot perifere detailhandel kent GDV geen standaard branchedefinitie. Elke gemeente hanteert eigen regels.

Horeca

Een bedrijf of instelling, waar bedrijfsmatig dranken en/of etenswaren voor gebruik ter plaatse worden verstrekt en/of waarin bedrijfsmatig logies wordt verstrekt, één en ander al dan niet in combinatie met een vermaaksfunctie.

Hotels

Bedrijven die zich primair richten op kamerverhuur voor toeristische of zakelijke bezoekers. Beperkte verblijfsduur gasten.

Leegstand (op basis van Locatus)

Locatus registreert een pand als leegstand indien het redelijkerwijs de verwachting is dat in het (leegstaande) pand een verkooppunt in de detailhandel, horeca of consumentgerichte dienstverlening zal terugkomen. Het betreft dus leegstand van verkooppunten en niet leegstand van uitsluitend winkels.

Leisure

Activiteiten ter vrijetijdsbesteding (met commerciële exploitatie): attracties, recreatie, vermaak.

Niet-dagelijkse sector

Winkels die artikelen verkopen met een doorgaans lagere koopfrequentie dan dagelijkse artikelen. In de praktijk gaat het hierbij om winkels in huishoudelijke artikelen, kleding, mode, schoenen, sport, rijwielen, bruin- en witgoed, rijwielen, doe-het-zelf, wonen, tuinartikelen en dierenartikelen.

Perifere detailhandel (PDV)

Dit zijn winkels die zich vanwege de volumineuze aard van de artikelen (grote tuinmeubelen, grote gereedschappen etc.), perifeer mogen vestigen. Landelijk wordt doorgaans het volgende bedoeld:

- Winkels in auto's, boten, caravans (ABC-categorie)
- Winkels in grove bouwmaterialen en brandgevaarlijke stoffen
- Doe-het-zelfwinkels (bouwmarkten, breedpakketzaken, speciaalzaken)
- Tuincentra

Publieksgerichte dienstverlening

Een bedrijfsmatige activiteit die uitsluitend of overwegend gericht is op het verlenen van diensten aan particulieren. Veelal is hierbij sprake van fysiek contact met de klant. Denk aan persoonlijke dienstverlening (kapper, schoonheidssalon, etc.), financiële dienstverlening (financieel intermediairs, verzekeringsadviseur, uitzendbureau, notaris, juridisch advies, interieurontwerp/architectenbureau, etc.), ambachten (edelsmid, schoenmaker, kledingreparatie, etc.), medische- / zorggerelateerde dienstverlening en andere vormen van (sociaal)maatschappelijke dienstverlening.

Retail

Verzamelterm voor detailhandel en horeca en commerciële dienstverlening. Leisure valt hier niet onder.

Verspreide bewinkeling

Alle verkooppunten die buiten de centrumgebieden vallen.

Zakelijke dienstverlening

Hieronder vallen vormen van dienstverlening waarbij er geen sprake is van fysiek contact met de klant ter plaatse. Zakelijke dienstverlening betreft in principe kantoren, maar er kan wel een overlap zijn met publieksgerichte dienstverlening. Bijvoorbeeld financiële dienstverleners werken vaak zowel voor consumenten als business to business.



Coffee Break, Gedempte Zuiderdiep, Groningen



Mr. Portugal, Vismarkt, Groningen



Vive la Vie, Oosterstraat, Groningen



Pathé, Gedempte Zuiderdiep, Groningen



Sneakersalon, Nieuwe Ebbingestraat, Paddepoel



Bij Britta, Oude Kijk in 't Jatstraat, Groningen

Colofon

Tekst, grafieken en schema's

BRO | Adviseurs in Ruimtelijke Ordening,
Economie en Milieu B.V:
Felix Wigman
Robin van Lieshout
Jan Carel Jansen Venneboer
Daniëlle Bouwmans

Redactie

Jeroen Berends
Erik Deenen
Christian Kuperus
Ingrid Pieters

Grafisch ontwerp

Jochem.studio

Fotografie

Jeroen Berends

Contactinformatie

Gemeente Groningen
Stadsontwikkeling
Gedempte Zuiderdiep 98
9711HL Groningen

ruimtelijke.economie@groningen.nl

De Gemeente Groningen is verantwoordelijk voor de inhoud van dit verslag, die met uiterste zorg is samengesteld. Komt u desondanks toch iets tegen dat niet correct is, dan stellen wij uw reactie bijzonder op prijs.



Albert Heijn, Helperplein, Groningen



Tekinev, Gelkingestraat, Groningen



Tafelgoud, Folkingsstraat, Groningen



Gorillas, Oude Ebbingestraat, Groningen



De Zeeheld, Paterswoldseweg, Groningen



De Nieuwe Kijk, Nieuwe Kijk in 't Jatstraat, Groningen



Nieuweweg, Groningen



De Klomp, Spilsluizen, Groningen



Oosterstraat, Groningen



Albert Heijn, Vismarkt, Groningen



Herestraat, Groningen



Godert Walter, Oude Ebbingstraat, Groningen



Peperstraat, Groningen



38 Dresses Boutique, Kerkstraat, Haren



Café Bistro Kult, Steentilstraat, Groningen

[gemeente.groningen.nl](http://gemeente.groningen.nl/ruimte-voor-retail)
/ruimte-voor-retail