Seinpost
ADVIESBUREAU BV

Marktruimteverkenning stadshart Emmeloord

Waalwijk, oktober 2016

Marktruimteverkenning stadshart Emmeloord

Uitgebracht aan:
Gemeente Noordoostpolder

Seinpost Adviesbureau BV
Drs. J.W. Speetjens
Drs. R Romijn

Projectnummer: 36082

Waalwijk, oktober 2016

© Seinpost Adviesbureau BV. Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, op enigerlei wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of enig andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever.

Inhoudsopgave

1 Inleiding 1

1.1 Aanleiding 1

1.2 Vraagstelling: verzoek om actualisatie 1

2 Marktruimte detailhandel en dienstverlening 3

2.1 Algemene en functionele uitgangspunten 3

2.2 Distributieplanologische berekening dagelijks 2016 4

2.3 Distributieplanologische berekening dagelijks, 2026 5

2.4 Distributieplanologische berekening niet-dagelijkse sector, 2016 en 2026 8

3 Marktruimte horeca en dienstverlening Emmeloord-centrum 11

3.1 Algemene trends in de horeca 11

3.2 Omzetontwikkeling en prognoses 12

3.3 Omvang en ontwikkeling Horeca in Emmeloord 13

3.4 Marktruimte bepaling horeca Emmeloord 15

3.5 Advies horeca 17

3.6 Consumentgerichte dienstverlening 18

4 Kwalitatief advies centrumplan 19

4.1 Dubbelfunctie Emmeloord-centrum 19

4.2 Huidige opbouw Emmeloord-centrum en deelgebieden 20

4.3 Advies gewenste opbouw Emmeloord-centrum 20

4.4 Beoordeling kwaliteit en vitaliteit Emmeloord-centrum huidig 22

4.5 Beoordeling kwaliteit en vitaliteit Emmeloord-centrum toekomstig 23

4.6 Huidige situatie of centrumplan? 26

Bijlagen

Bijlage 1 Concurrentiepositie centrum Emmeloord 27
Bijlage 2 Horeaca, toelichting per sector 29
Bijlage 3 Kwalitatieve horeca trends 31
Bijlage 4 Belang van horeca 33
Bijlage 5 Omschrijving deelsectoren horeca 35

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

In 2015 is een open planproces gestart waarin 3 scenario's werden voorgelegd aan belanghebbenden en burgers in Emmeloord. Er is in de zomer van 2016 gekozen voor scenario 3, genaamd 'compact centrum', waarmee in een ruimtelijk compacter centrumgebied wordt voorzien. Hiertoe krijgt een gedeelte van de langgerekte Lange Nering (het oostelijke uiteinde) een andere functie, worden enkele winkels die vlak buiten het centrum liggen verplaatst naar het centrum en wordt in een uitbreiding voorzien.

Voor wat betreft deze verplaatsingen en uitbreiding: er is, verspreid over het centrum gelegen, een aantal ontwikkellocaties in dit scenario opgenomen, die hieronder worden beschreven:

- De Deel: ontwikkeling horecaplein van ongeveer van 800 m² bvo horeca en dagwinkels
- Kettingplein: herontwikkeling winkelstrip
- Locatie flats: ontwikkeling woongebouw met winkels eronder,
- Kanslocaties: herontwikkeling van kantoorgebouwen tbv andere functies waaronder winkels, woningen en cultuur

1.2 Vraagstelling: verzoek om actualisatie

De gemeente vraagt om een actualisatie van de marktruimteberekening van 2015 voor de ontwikkeling van scenario 'compact centrum' om daarmee de marktpotentie voor toe te voegen metrage in Emmeloord-centrum aan dagelijkse sector (supermarkt, versspeciaal en drogist), niet-dagelijkse sector, horeca/ dienstverlening scherp te krijgen.

Tevens wordt een advies gevraagd over wat er nodig is voor een goed functioneren van scenario 'compact centrum' en welke functies op welke ontwikkellocaties het beste kunnen worden gerealiseerd ten faveure van een compact centrum.

Seinpost heeft in februari 2013 voor het eerst gekeken naar de markt-mogelijkheden in Emmeloord-centrum, meer specifiek voor de niet-dagelijkse sectoren en deze geconfronteerd met het voorgenomen nieuw te realiseren metrage in het centrumplan van destijds. Dit resulteerde in de rapportage 'DPO centrumplan Emmeloord'. Hieruit bleek dat er niet voldoende marktruimte was om het masterplan in te vullen met nieuw aanbod en de verwachting was dat er leegstand zou optreden.

In 2015 is door Seinpost het DPO uit 2013 herijkt op basis van nieuwe ontwikkelingen in de detailhandel. Uit de marktruimtebeoordeling van 2015 kwam naar voren dat er tot 2025 in het Stadshart van Emmeloord ruimte is om een metrage van 4.450 - 4.600 m² wvo toe te voegen. Dit is omgerekend in metrage bvo (op basis van 80/100): 5.500–5.750 m² bvo.

Seinpost formuleert samengevat de volgende onderzoeksvragen voor het onderhavige onderzoek:

- Actualiseer (voor zover mogelijk en relevant) de in 2015 berekende marktmogelijkheden voor dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel in Emmeloord-centrum o.b.v. reële en actuele uitgangspunten;
- Bepaal de marktmogelijkheden voor horeca en dienstverlening in Emmeloord-centrum;
- Confronteer de marktmogelijkheden voor dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel alsmede horeca en dienstverlening in Emmeloord-centrum met het voorziene metrage dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel, horeca en diensten in het nieuwe centrumplan (model 'compact centrum');

- Voer een korte kwalitatieve beoordeling uit van het plan wat nu voorligt op basis van het model ‘compact centrum’. Geef daarbij aan welke functies op welke ontwikkellocaties dienen te worden gerealiseerd ten faveure van een compact centrum, binnen de kaders van de berekende marktruimte.

Een indruk van de ligging en concurrentie van Emmeloord geeft het kaartje in bijlage 1.

2 Marktruimte detailhandel en dienstverlening

2.1 Algemene en functionele uitgangspunten

Binnen de fijnmazige Nederlandse voorzieningenstructuur zijn verschillende niveaus te onderscheiden. Winkelcentra van grotere en kleinere steden hebben een boven-regionale resp. regionale functie waarbij het begrip 'winkelen' van belang is. Het aanbod in de niet-dagelijkse sector omvat mode, schoeisel, luxe en vrije tijdsartikelen aangevuld met een warenhuis en trekt zodoende consumenten uit een wijde omgeving. Op het niveau van de Noordoostpolder vervult Emmeloord-centrum de regionale functie van een kleine stad.

Detailhandel in dorpen van minder dan 5.000 inwoners (zoals die in de Noordoostpolder) heeft een zuiver lokale functie. De dorpsinwoners kopen hier de frequent benodigde artikelen zoals levensmiddelen. Van de omliggende kernen hebben slechts enkele dorpen (zoals Marknesse en Ens) een kleine supermarkt en enig aanvullend dagelijks aanbod. Ook voor wat betreft dagelijkse detailhandel vervult Emmeloord een regionale functie met meerdere grotere supermarkten in of vlakbij het centrum.

Om naar de toekomst te bepalen welke ontwikkelingsmogelijkheden er zijn voor Emmeloord-centrum, wordt in dit hoofdstuk een actualisatie van de eerder uitgevoerde distributieplanologische analyse uitgevoerd. In een DPO-analyse wordt een berekening gemaakt van de marktruimte naar dagelijks en niet-dagelijks winkelaanbod. Deze marktruimte wordt vervolgens afgezet tegen het reeds aanwezige winkelaanbod, waardoor inzichtelijk wordt of er sprake is van evenwicht tussen vraag en aanbod.

Voor de aanbodgegevens hebben we gebruik gemaakt van de meest recente meetgegevens van Locatus (maart 2016). Het oppervlakte aan detailhandel in de gemeente Noordoostpolder is 87.342 m² wvo, verdeeld over 237 verkooppunten. De leegstand in de hele gemeente bedraagt 4.271 m2 vvo of 4,8 %. Dit is voor een gemeente als Emmeloord een prima score.

Hiervan is 74.811 m² wvo in Emmeloord gevestigd, verspreid over hoofdcentrum, nevencentra en verspreide bewinkeling. Circa een derde van dit metrage (26.166 m² wvo) bevindt zich in Emmeloord centrum. Het aanbod exclusief leegstand is 23.805 m² wvo. Er staat in Emmeloord-centrum dus 2.361 m² of 9% leeg.

Bij de berekeningen hanteren wij de volgende algemene uitgangspunten voor de situatie in Noordoostpolder:

- Alle bedragen zijn exclusief BTW;
- De dagelijkse sector bestaat uit de branches Levensmiddelen (supermarkten, foodspeciaalzaken) en persoonlijke verzorging (drogisterij, apotheek)
- De niet-dagelijkse sector bestaat uit de branches Mode en Luxe (warenhuis, kleding & mode, Schoenen & Lederwaren, Huishoudelijk & Luxe), Vrije Tijd (Sport & Spel, Hobby, Media), In/Om Huis (Bruin- en Witgoed, Auto & Fiets, Plant & Dier, Wonen) en Detailhandel overig;
- In het kader van de actualisatie zijn de meest actuele inputgegevens achterhaald en gebruikt.

Er is een distributie planologische berekening uitgevoerd voor de huidige situatie (2016) en de toekomstige situatie (2026), eerst voor de dagelijkse sector (paragraaf 2.2 en 2.3) en daarna voor de niet-dagelijkse sector (paragraaf 2.4).

Bij de berekening voor de toekomstige situatie zijn planvoorraden en ambities ten aanzien van de koopstromen meegenomen. Er is een doorkijk gemaakt voor een periode van 10 jaar (dit is de gebruikelijk investeringstermijn).

2.2 Distributieplanologische berekening dagelijks 2016

Onderstaand wordt een berekening gemaakt voor de dagelijkse sector, uitgesplitst naar supermarkt, vers-speciaal en persoonlijke verzorging. De berekening wordt uitgevoerd op het niveau van de gemeente Noordoostpolder.

Aanbod en omzetclaim
Hierbij is onderscheid gemaakt wordt tussen de branchegroepen 'dagelijks' en 'niet-dagelijks'. Bij de branchegroep niet-dagelijks wordt verder ingezoomd op de branches mode-luxe, vrije tijd, woninginrichting, doe-het-zelf en plant en dier.

Voor de aanbodgegevens hebben we gebruik gemaakt van de meetgegevens van Locatus, die dateren van maart 2016.
In totaal 26.166 m² wvo is in Emmeloord centrum aanwezig. Van dit metrage valt 5.452 m² onder dagelijkse artikelen. Het afgelopen jaar is er in het centrum geen nieuw metrage bijgekomen.

Gegevens over normopzet per m² komen voort uit de rapportage omzetgetallen 2015, opgesteld door Panteia en Detailhandel.info. Evenals in 2015 zijn de cijfers aangepast aan de lokale situatie: wij hanteren een neerwaartse correctie van 10%, kijkende naar het grote aantal kleine/marginale supermarkten.

De omzetclaim wordt berekend door het aanbod te vermenigvuldigen met de normomzet per vierkante meter.

Vraag en potentiële bestedingen
In de gemeente Noordoostpolder wonen 45.699 inwoners per 1 januari 2016. Inclusief de geregistreerde inwoners van het AZC gaat het om 46.443 inwoners.

De cijfers omtrent binding en toevloeiing voor de branchegroepen (dagelijks en niet-dagelijks) komen voort uit de Koopstromenmonitor Noordoostpolder opgesteld door de Rabobank (Rabo Research, 2016). Rabobank baseert zich op gemeten pintransacties aangevuld met incassotransacties (waarmee consumenten een omvangrijk deel van de aankopen van met name duurzame goederen betalen), metingen van geldopnames bij geldautomaten en chartale transacties. Rabobank geeft aan dat de koopstroomcijfers uit de monitor gebaseerd zijn op een vrijwel volledige dekking van het betalingsverkeer in Nederland.
In de dagelijkse sector zien we dat de binding met 83% voor dagelijkse artikelen gelijk is gebleven ten opzichte van 2009. De toevloeiing is gedaald van 15% naar 13%.

Wij kunnen deze cijfers niet vergelijken met andere bronnen, zoals het KSO Oost Nederland wat in 2015 is gehouden, aangezien gemeente Noordoostpolder daarin niet heeft geparticipeerd.

Bestedingscijfers geven de gemiddelde besteding per persoon per sector weer. Deze cijfers zijn afkomstig van de rapportage Omzetgetallen 2015, opgesteld door Panteia en Detailhandel.info (juni 2016).

Het welvaartsniveau van de inwoners van Noordoostpolder ligt 12% lager dan het Nederlands gemiddelde. Waar het besteedbaar inkomen per persoon in NOP op €13.024 ligt, is dit landelijk gemiddeld €14.800. De gemiddelde bestedingscijfers zijn gecorrigeerd naar het welvaartsniveau van de inwoners van gemeente Noordoostpolder.

Potentiële uitbreidingsruimte
Om de uitbreidingsruimte te kunnen bepalen is de vraag afgezet tegen het bestaande aanbod (potentie t.o.v. omzetclaim), zie tabel 1. Conclusie is dat de markt redelijk in evenwicht is. De eerder vastgestelde theoretische uitbreidingruimte in de supermarktsector is echter niet meer aan de orde. Hierbij signaleren wij wel dat binnen de gemeente sprake is van een groot aantal kleine supermarkten, waarvan bij een aantal op termijn de levensvatbaarheid betwijfeld kan worden.

Door al deze metrages mee te nemen in de berekening, wordt de uitbreidingsruimte negatief beïnvloed.

Tot slot onze definitie van een supermarkt: een gebouw of ruimte in een gebouw dat door zijn inrichting bedoeld is voor detailhandel in (hoofdzakelijk) een grote verscheidenheid aan levensmiddelen door middel van zelfbediening. Onder supermarkt worden **niet** begrepen gespecialiseerde supermarkten (zoals Pools, Turks, Surinaams, natuur- of ecologisch etc.).

Tabel 1: marktruimteberekening dagelijkse sector 2016

Marktruimteberekening dagelijkse sector gemeente NOP, jaar 2016			
	Super markten	Overig levensmiddelen	Persoonlijke verzorging
Aantal inwoners	46.443	46.443	46.443
Detailhandelsbestedingen per hoofd (ex BTW, met inkomenscorrectie)	€ 1.898	€ 235	€ 209
Koopkrachtbinding	83%	83%	83%
Gebonden bestedingen	€ 73,16	€ 9,06	€ 8,05
Koopkrachttoevloeiing	13%	13%	13%
Omzet door toevloeiing	€ 10,93	€ 1,35	€ 1,2
Totale bestedingen	€ 84,09	€ 10,41	€ 9,25
Vloerproductiviteit	€ 7.300	€ 5.328	€ 4.957
Haalbaar aanbod in m² wvo	11.519	1.953	1.866
Gevestigd aanbod in m² wvo	11.798	1.876	1.840
Uitbreidingsruimte in m² wvo	**-279**	**77**	**26**

2.3 Distributieplanologische berekening dagelijks, 2026

Onderstaand wordt een toekomstige marktruimteberekening gemaakt voor de dagelijkse sector in 2026, wederom op het niveau van gemeente Emmeloord.

Aanbod en omzetclaim
Voor de aanbodgegevens hebben we gebruik gemaakt van de meetgegevens van Locatus, die dateren van maart 2016.
In totaal 26.166 m² wvo is in Emmeloord centrum aanwezig. Van dit metrage valt 5.452 m² onder dagelijkse artikelen. Het afgelopen jaar is er in het centrum geen nieuw metrage bijgekomen.

Aanname is dat de plannen zoals opgenomen in het voorkeursscenario compact centrum, in 2016 zullen zijn gerealiseerd, wat gevolgen heeft voor de attractiviteit.

In dit centrumplan is een aantal ontwikkellocaties opgenomen, deze worden hier opgesomd :

- De Deel: ontwikkeling van horecaplein
- Kanslocaties: herontwikkeling/sloop-nieuwbouw van kantoorgebouwen ten behoeve van winkels, woningen, cultuur
- Kettingplein: herontwikkeling van winkelstrip
- Locatie flats: ontwikkeling van gebouw met winkels en daarboven appartementen

Het is de verwachting dat er sprake is van zowel verplaatsing als toevoeging van meters. Bij verplaatsing is het de bedoeling om op de locatie die achtergelaten wordt, de centrum-/ detailhandelsfunctie planologisch te beëindigen. Dit geldt naar verwachting vooral voor de locaties ‘locatie flats’ en ‘kanslocaties’. Op deze manier ontstaat daadwerkelijk een compacter centrumgebied en wordt (netto) niet teveel metrage toegevoegd.

Vloerproductiviteit
Gegevens over normopzet per m² komen voort uit de rapportage omzetgetallen 2015, opgesteld door Panteia en Detailhandel.info. Wel zijn cijfers aangepast aan de lokale situatie.

Evenals in onze berekening van 2015 passen wij een neerwaartse correctie toe van 10%.

De omzetclaim wordt berekend door het aanbod te vermenigvuldigen met de normomzet per vierkante meter.

Vraag en potentiële bestedingen

Aantal inwoners
Volgens de gemeentelijke Bevolkingsprognose Noordoostpolder 2016-2041 (april 2016) zal het aantal inwoners van Noordoostpolder (incl. AZC) op de lange termijn afnemen van 46.443 (begin 2016) naar ruim 43.000 in 2041, een krimp van 7%. De eerste jaren zal de bevolking nog stabiel blijven, maar vanaf 2020 is sprake van krimp.

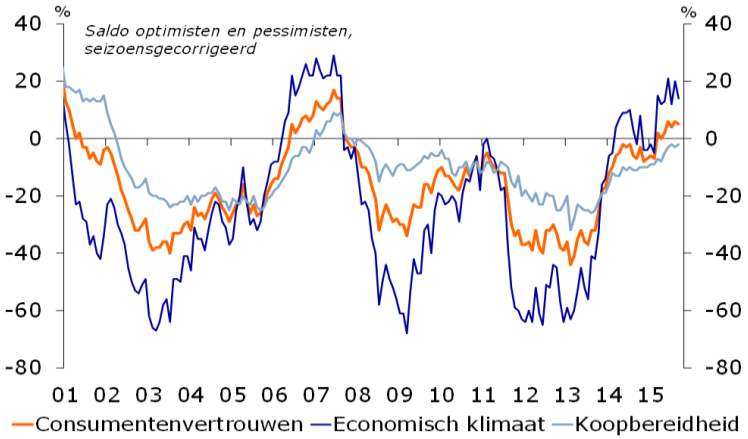
De afname wordt veroorzaakt door een negatief migratiesaldo in combinatie met een afnemende natuurlijke bevolkingsgroei. Voor 2026 wordt volgens de meest recente prognose een bevolkingsomvang van 46.232 inwoners verwacht. In 2015 werd nog uitgegaan van een groei naar ca. 48.200.

Bestedingen
De bestedingscijfers zijn afkomstig van de rapportage Omzetgetallen 2015, opgesteld door Panteia en Detailhandel.info (juni 2016) en zijn gecorrigeerd voor het welvaartsniveau van de inwoners van NOP.

Het laatste decennium is de consumptie van huishoudens telkens verder gedaald onder invloed van omvangrijke bezuinigingen, forse lastenverzwaringen en het geringe consumentenvertrouwen. Sinds vorig jaar zien we weer positieve ontwikkelingen: zo neemt het reëel besteedbare huishoudinkomen relatief sterk toe door een combinatie van lagere inflatie, hogere loongroei en stijgende werkgelegenheid.

Ook het relatief hoge consumentenvertrouwen is een positieve factor voor de huishoudconsumptie. De indicatoren consumentenvertrouwen, economisch klimaat en koopbereidheid zijn goede voorspellers van de toekomstige consumptie en deze ontwikkelen zich al sinds 2013 in opwaartse richting zoals in onderstaand figuur duidelijk wordt.

Figuur 1: ontwikkeling consumentenvertrouwen, economisch klimaat, koopbereidheid, 2000-2015



De supermarktbestedingen lieten over 2015 een stijging zien van meer dan 4% en bevestigen het positieve beeld. Het is echter lastig te voorspellen hoe de bestedingscijfers zich richting 2025 (over zo'n lange termijn) zullen ontwikkelen. Om die reden gaan wij uit van de bestedingen in 2016, waarbij economisch goede en slechte tijden elkaar min of meer uitmiddelen. Eventuele meeromzet als gevolg van hogere bestedingsbedragen is buiten beschouwing gelaten, en wordt als extra investeringsruimte gezien voor ondernemers.

Koopkrachtbinding
Richting 2025 is de verwachte online-ontwikkeling voor de food-sector

even cruciaal als onzeker. Het online aandeel in de food-sector is tot nu toe relatief laag. De meeste dagelijkse boodschappen worden nog gewoon in de supermarkt of verswinkel gedaan.

De verwachting is echter dat het internetaandeel van de food-bestedingen komende jaren sterk gaat toenemen. In haar studie 'Supermarkten: zelfde snelheid, andere koers' (december 2015) verwacht ING Economisch Bureau dat het online omzetaandeel in dagelijkse boodschappen zal toenemen tot 10-15% in 2025. Nu is dat aandeel 2,7%. Enerzijds bieden bestaande supermarkten meer mogelijkheden om boodschappen online te doen, anderzijds komen nieuwe pure online aanbieders op (zoals online supermarkt Picnic, maaltijdaanbieder Hello Fresh of drogisterij.net in de persoonlijke verzorging). Daarnaast wordt online ingezet door supermarkten om marktaandeel te veroveren in regio's ondanks het ontbreken van fysieke aanwezigheid in die regio.

Groei van het online kanaal met 10-15% betekent niet dat de koopkrachtbinding met eenzelfde percentage van 10-15% zal afnemen, aangezien de online bestedingen grotendeels terecht zullen blijven komen bij bestaande supermarkten in Noordoostpolder (die de boodschappen klaar zet bij het pick up point dan wel bij de klant thuis bezorgt).

Seinpost verwacht echter wel een verdere groei en opkomst van nieuwe online aanbieders in de dagelijkse sector waardoor een deel van die bestedingen niet meer langs fysieke winkels in Emmeloord lopen; vanwege dit effect wordt een neerwaartse correctie op de bindings- en toevloeiingscijfers van 1-2% voor 2025 aangehouden.

Anderzijds wordt het supermarktaanbod in Emmeloord volgens de plannen versterkt en kwalitatief verbeterd, waardoor weer een lichte toename (1-2%) van de koopkrachtbinding en –toevloeiing verwacht mag worden. Beide effecten middelen elkaar naar verwachting (ongeveer) uit en door Seinpost wordt in 2025 met gelijkblijvende binding en –toevloeiing gerekend.

Potentiële uitbreidingsruimte

In 2016 is de markt nog ongeveer in evenwicht. In 2026 ontstaat geen extra uitbreidingsruimte, hetgeen vooral wordt veroorzaakt door de gewijzigde bevolkingsprognose. Wanneer er nieuwe (supermarkt-) meters worden gerealiseerd, ontstaat in theorie een overschot aan m² in de dagelijkse sector , meer specifiek in het supermarktaanbod.

Het is dus zaak om verbeteringen in het supermarktaanbod vooral middels verplaatsingen tot stand te laten komen. Afhankelijk van de onttrekkingen (als er locaties ontwikkeld worden en formules verplaatsen, waarbij de winkelfunctie op de locatie die achtergelaten beëindigd wordt) mogen de aldaar wegbestemde (dagelijkse) winkelmeters bij het uitbreidingsmetrage worden opgeteld.

Seinpost plaatst bovendien een kanttekening bij de hantering van de uitkomst. Opgemerkt moet worden dat in de berekening alle supermarkten binnen de gemeente zijn meegenomen, waarbij de vraag is in hoeverre alle kleine supermarkt-vestigingen in de dorpen en de wijken in de toekomst bestaansrecht behouden. In totaal zijn 7 van de 16 supermarkten kleiner dan 600 m², een maatvoering die nauwelijks meer voldoet aan huidige maatstaven.

Tegelijk zien we dat het supermarktaanbod in Emmeloord-centrum kwalitatief tekort schiet. Met het oog op een optimaal functioneren van het centrum is het gewenst om een volledig en volwaardig supermarktaanbod te bieden. Dat houdt in ruimte geven aan daar gevestigde supermarkten om te groeien naar volwaardige supermarkten. En daarnaast supermarkten naar het centrum te laten verplaatsen.

Samengevat: in onze optiek dienen niet alle bestaande supermarkt-meters binnen de gemeente 'heilig verklaard' te worden en dient vooral ingezet te worden op optimalisatie van het supermarktaanbod in

Emmeloord-centrum, wat zoals eerder geconstateerd een functie vervult voor de hele gemeente. Dit houdt in dat in het centrum gevestigde (of daarheen te verplaatsen) supermarkten kunnen worden uitgebreid naar een actuele en marktconforme omvang.

Tabel 2: Distributieplanologische berekening dagelijks, 2026

Marktruimteberekening dagelijkse sector gemeente NOP, jaar 2026			
	Supermarkten	Overig levensmiddelen	Persoonlijke verzorging
Aantal inwoners	46.232	46.232	46.232
Detailhandelsbestedingen per hoofd (ex BTW; met inkomens-correctie)	€ 1.898	€ 235	€ 209
Koopkrachtbinding	83%	83%	83%
Gebonden bestedingen	€ 72,83	€ 9,02	€ 8,02
Koopkrachttoevloeiing	13%	13%	13%
Omzet door toevloeiing	€ 10,88	€ 1,34	€ 1,2
Totale bestedingen	€ 83,71	€ 10,36	€ 9,22
Vloerproductiviteit	€ 7.300	€ 5.328	€ 4.957
Haalbaar aanbod in m² wvo	11.467	1.944	1.860
Gevestigd aanbod in m² wvo	11.798	1.876	1.840
Uitbreidingsruimte in m² wvo (*)	**-330**	**68**	**20**

(*) Hierin is mogelijke verplaatsing/onttrekking van supermarktmeters niet meegenomen

2.4 Distributieplanologische berekening niet-dagelijkse sector, 2016 en 2026

Onderstaand wordt een berekening gemaakt voor de niet-dagelijkse sector. Deze berekening wordt uitgevoerd op het niveau van Emmeloord-centrum. Voor zover de input dezelfde is als in de berekening voor dagelijks, wordt deze hieronder verkort weergegeven.

Aanbod en omzetclaim

Voor de aanbodgegevens voor Emmeloord-centrum hebben we gebruik gemaakt van de meetgegevens van Locatus, die dateren van maart 2016. Emmeloord-centrum kent een dagelijks aanbod van 5.452 m² en een niet-dagelijks aanbod van 18.353 m². In 2013 bedroeg het niet-dagelijkse aanbod nog 18.892 m² en in 2014 18.189 m².

Gegevens over normomzet per m² komen voort uit de rapportage omzetgetallen 2015, opgesteld door Panteia en Detailhandel.info. Gemiddeld bedraagt de vloerproductiviteit niet-dagelijks € 2.168, maar dit is een landelijk gemiddelde voor alle branches (inclusief tuincentra, doe-het-zelf ed. welke niet in het centrumgebied voorkomen). Onderstaand benaderen wij de vloerproductiviteit van Emmeloord-centrum.

De vloerproductiviteit per branches zijn (ex BTW):

- Mode en Luxe € 2.339 per m² wvo (13.123 m² wvo);
- Vrije Tijd € 1.935 per m² wvo (2.636 m² wvo);
- Bruin en Witgoed € 3.967 per m² wvo (890 m² wvo);

- In/Om Huis € 1.279 per m² wvo (450 m² wvo)[1].
- Overig € 1.604 per m wvo (936 m wvo)

De gemiddeld gewogen vloerproductiviteit voor de niet-dagelijkse sector komt dan op circa € 2.300 per m² wvo. Dit is echter berekend op basis van landelijk gemiddelde vloerproductiviteiten. Wij veronderstellen – mede gezien de relatief hoge huurprijsniveaus en de sterke centrumfunctie van Emmeloord-centrum – dat de vloerproductiviteit in het centrum van Emmeloord circa 10% boven het landelijk gemiddelde is. Er wordt gerekend met (afgerond) € 2.500.

Voor nieuw aanbod geldt bovendien dat vanwege de kosten een hogere vloerproductiviteit nodig is om rendabel te kunnen exploiteren. Voor nieuw aanbod rekenen wij met een normatieve vloerproductiviteit van circa 10% bovengemiddeld.

De omzetclaim wordt berekend door het aanbod te vermenigvuldigen met de normomzet per vierkante meter.

Vraag en potentiële bestedingen
In de gemeente Noordoostpolder 45.699 wonen inwoners per 1 januari 2016. Inclusief de geregistreerde inwoners van het AZC gaat het om 46.443 inwoners. In 2026 is dit aantal naar verwachting 46.232.

De cijfers omtrent binding en toevloeiing voor de branchegroepen (dagelijks en niet-dagelijks) komen voort uit de koopstromenmonitor Noordoostpolder opgesteld door de Rabobank (Rabo Research, 2016). In de niet-dagelijkse sector zien we dat de binding op Noordoostpolder in 2014 (meest recent) 65% bedraagt en daarmee zeer fors is gedaald ten opzichte van 2009, toen de binding nog 79% bedroeg. De toevloeiing is daarentegen nauwelijks gedaald: van 25% naar 24%. In 2011 bedroeg de binding nog meer dan 85%. Wij kunnen deze cijfers niet vergelijken met andere bronnen, zoals het KSO Oost Nederland wat in 2015 is gehouden, aangezien gemeente Noordoostpolder daarin niet heeft geparticipeerd.

Rabobank heeft bovendien geen bindingscijfer voor Emmeloord-centrum. Een deel van de gebonden bestedingen worden buiten het centrum gedaan, zoals op de woonboulevard, verspreide bewinkeling (oa. Intratuin), winkelcentrum Zuiderkade (Action, Wibra) en elders in Emmeloord. In de (kleine) groendorpen is het aanbod niet-dagelijks overigens zeer beperkt.

In 2014 en 2015 is door Seinpost ingeschat dat de binding op Emmeloord-centrum ca. 62% bedroeg. Uitgaande van deze verhouding (binding gemeente/binding centrum is 79/62 oftewel 0,78) zou de binding op Emmeloord-centrum thans ca. 51% bedragen. Seinpost is van mening dat dit een wel zeer forse afname is in een jaar tijd terwijl er weinig tot niets is veranderd in dat jaar. Voor de huidige situatie zal niettemin met dit cijfer gerekend worden.

Richting 2026 zal de binding verder afnemen als er niets gebeurt (ervan uitgaande dat de concurrentie zich wel blijft ontwikkelen). Als het centrum een impuls krijgt zal de binding kunnen toenemen, waarbij wordt uitgegaan van een bij dit type centrum 'passende' binding van iets onder 60% (58%). Dit is overigens nog lager dan vorig jaar nog werd ingeschat voor het 'niets doen' scenario.

Voor wat betreft de toevloeiing (24%) zijn Steenwijk, Urk, Lemsterland, Dronten en Kampende belangrijkste herkomstgemeenten. Ook komt nog een aanzienlijk deel van de toevloeiing uit overig Nederland.
Richting 2026 zal de toevloeiing afnemen als er niets gebeurt (22%); als

[1] Exclusief PDV-branches Doe-Het-Zelf, Tuincentra en Wonen

het centrum een impuls krijgt zal de toevloeiing licht stijgen (26%), aangezien de impuls vooral kwalitatief (en minder kwantitatief) zal zijn.

Bestedingscijfers geven de gemiddelde besteding per persoon per sector weer. Deze cijfers zijn afkomstig van de rapportage Omzetgetallen 2015, opgesteld door Panteia en Detailhandel.info (juni 2016).
Hier wordt het cijfer gehanteerd voor de niet-dagelijkse sector, evenals in eerdere onderzoeken gecorrigeerd voor de branches doe-het-zelf, tuincentra en deels wonen, aangezien deze branches niet/ nauwelijks voorkomen in het centrum van Emmeloord.

Het welvaartsniveau van de inwoners van Noordoostpolder ligt 12% lager dan het Nederlands gemiddelde. De gemiddelde bestedingscijfers zijn gecorrigeerd naar het welvaartsniveau van de inwoners van de gemeente.

Richting 2026 zullen de detailhandelsbestedingen verder afnemen door verdere groei van online bestedingen. De algemene verwachting is dat dit vooral in de niet dagelijkse sector het geval zal zijn. De mate en het tempo waarin zich deze ontwikkeling zal voltrekken is de grote onzekere factor en verschilt bovendien sterk per branche.

In eerdere rapporten werd uitgegaan van een toename van de consumentenbestedingen naar pure online webshops van 6,0% (van 3,8% tot 9,8%). Dit is exclusief de onlinebestedingen bij winkels die een fysieke winkel combineren met een webshop. Er zijn geen nieuwe omstandigheden die leiden tot een sterk afwijkende voorspelling. Met dit percentage corrigeren wij de bestedingscijfers.

Potentiële uitbreidingsruimte
Hierbij is de vraag afgezet tegen het bestaande aanbod (potentie t.o.v. omzetclaim) en blijkt:

- In de huidige situatie is er sprake van ruim 1.700 m² uitbreidingsruimte.
- In 2026 is er met centrumplan ruimte voor krap 1.600 m2 wvo; afhankelijk van de onttrekkingen (als er locaties ontwikkeld worden en formules verplaatst waarbij de winkelfunctie op de locatie die achtergelaten beëindigd wordt) mogen de aldaar wegbestemde (niet-dagelijkse) winkelmeters bij het uitbreidingsmetrage worden opgeteld
- In 2026 is er zonder centrumplan (niets doen) een overschot van ruim 1.100 m2 wvo

Tabel 3: marktruimteberekening niet dagelijkse sector

Marktruimteberekening niet-dagelijkse sector gemeente NOP, jaar 2016 en 2026			
	2016	**2026, met centrumplan**	**2026, zonder centrumplan**
Aantal inwoners	46.443	46.232	46.232
Detailhandelsbestedingen per hoofd (ex BTW, met inkomenscorrectie)	€ 1.610	€ 1.513	€ 1.513
Koopkrachtbinding	51%	58%	50%
Gebonden bestedingen	€ 38,13	€ 40,57	€ 34,97
Koopkrachttoevloeiing	24%	26%	22%
Omzet door toevloeiing	€ 12,04	€ 14,25	€ 9,86
Totale bestedingen	€ 50,17	€ 54,82	€ 43,04
Vloerproductiviteit	€ 2.500	€ 2.750	€ 2.500
Haalbaar aanbod in m² wvo	20.068	19.934	17.216
Gevestigd aanbod in m² wvo	18.353	18.353	18.353
Uitbreidingsruimte in m² wvo (*)	**1.715**	**1.581**	**-1.137**

(*) Hierin is mogelijke verplaatsing/onttrekking van bestaande meters niet meegenomen

3 Marktruimte horeca en dienstverlening Emmeloord-centrum

In dit hoofdstuk belichten we eerst een aantal belangrijke trends die in de horeca-sector spelen. Vervolgens zoomen we in op de omvang en ontwikkeling van de horeca in Noordoostpolder, algemeen en per sector. Vervolgens voeren we een horeca-DPO uit, wat een kwantitatief beeld schetst van (on)mogelijkheden. Tesamen leidt dit tot een beeld van wat op horeca-gebied mogelijk is in Emmeloord-centrum.

3.1 Algemene trends in de horeca

Er spelen allerlei trends die van invloed zijn op de horeca. Er is sprake van een grote dynamiek in het eet-, drink-, uitgaans- en vrije tijdsgedrag. Maatschappelijke veranderingen liggen hieraan ten grondslag, zoals de individualisering (kleine huishoudens), de vergrijzing, de multiculturele samenleving, de consument die altijd druk en onderweg is en veranderend vrije tijdsgedrag.

De trends zijn sterk sector-overstijgend waardoor dranken, fastservice, restaurants en hotels steeds moeilijker van elkaar te scheiden zijn. De menukeuze wordt steeds breder, verdeeld over alle dagdelen en gekoppeld aan (verblijfs)arrangementen. Het terras is een belangrijke schakel om de klanten langer te binden waarbij de drankjes vanzelf overgaan in spijs (fastservice) of zelfs een maaltijd (restaurant). Het terras wint enorm aan belang. Hotels spelen ook in op de lokale en toeristische doelgroepen met restauratieve voorzieningen.

De horeca anticipeert op de veranderingen, met enerzijds gemak & snelheid (prijs) en anderzijds luxe & vakmanschap (kwaliteit). Het belang van beleving & ervaring wordt steeds belangrijker, en de gunfactor voor de ondernemer, het personeel of de formule. Open keukens (live-cooking experience) laten het ambacht zien van de ondernemer en bieden reuring en vermaak. Horeca speelt ook in op de zakelijke markt en evolueert naar een werkplek om zelfstandig te werken of voor zakelijke ontmoetingen en bedrijfsuitjes. Voor de recreatie en het toerisme speelt de horeca met haar directe consumptie in op de primaire levensbehoeften. De innerlijke mens wordt hiermee behaagd en er wordt een aangenaam verblijf geboden: de altijd-alles-overal-consument die iets wil consumeren wat, wanneer en waar hij / zij dat wil.

Ook de opkomst van online speelt een (positieve) rol door de invloed van de sociale media en reviews, de groei van online kortingsacties en arrangementen. Een horecavestiging is onderdeel van de totale locatiestrategie off- en online, inclusief tijdelijke vestigingen bij evenementen, met bezorgen en afhalen, cateringfaciliteiten etc. Afhalen en bezorgen groeien snel, mede door sites als thuisbezorgd.nl. Dit is vaak gekoppeld aan een fysiek vestigingspunt van de horeca. Het is niet zo dat door de groei van de online aankopen er minder behoefte is aan m² vvo horeca, een ontwikkeling die je wel terug ziet in de detailhandel.

In het aanbod zien we specifieke ontwikkelingen. We noemen de schaalvergroting met vaak als reden de omzeteisen (wereld, food-courts), filialisering (Starbucks, Vapiano, Eataly, hotelketens etc.) en specialisatie (Nespresso, sappenbar). All you can eat concepten spelen in op de trend van gemak (je hoeft je menu niet te kiezen, met fixed price), groepsuitjes en beleving met vaak eigen vermaak voor de kinderen. Bijzondere vormen van horeca zijn fast-dining (Happy Italy-achtig), ‘on the move’ en drive inn, of ‘shared dining’ (geen eenpersoonsgerechten maar kleine hapjes in groepsverband). In opkomst zijn Bed & Breakfast, online (AirBnB, AirDnD), en tijdelijkheid (pop-up, food-trucks, catering). De horecasector professionaliseert steeds verder, een mooi voorbeeld zijn de strandbedrijven die jaarrond open zijn met eigen belevingsconcepten.

Buiten de sector speelt blurring in de detailhandel, de opkomst van

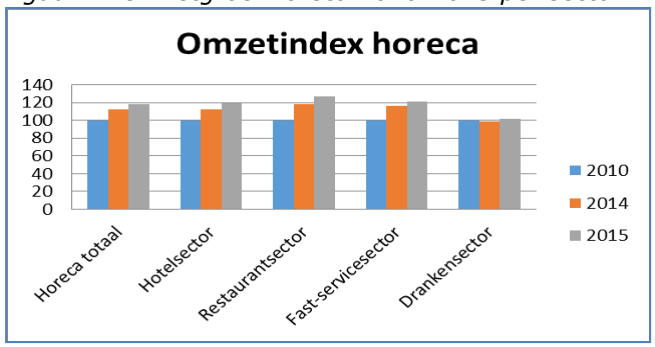
food-markets, para-commerciële activiteiten bij sportclubs, horeca in kantoren, op onderwijslocaties, ziekenhuizen en bij cultuur / leisure etc. De rol van horeca in winkelgebieden is ook aan het veranderen (internationaal onderzoek CBRE 2015). De consument verandert, hij consumeert bewuster, wordt grilliger en minder trouw (zap-cultuur). Er is volledige markttransparantie op kwaliteit (recensies) en prijs (iens, Groupon etc.). Spaarzegelacties zoals van Albert Heijn of Shell stimuleren het bezoek aan de horeca, maar zullen wel eerst betekenen dat de prijzen onder druk staan omdat een tweede maaltijd gratis wordt aangeboden.

De trends hebben hiermee effecten op de veranderende vraag naar horeca. De consument bepaalt steeds meer het succes en functioneren van een ondernemer, van een formule, een gehele branche of locatie.

3.2 Omzetontwikkeling en prognoses

Het gaat de laatste jaren goed met de horeca door de groei van de buitenshuisconsumptie, met omzetstijgingen van soms 4-5% per jaar. In de crisisjaren 2008-2011 lag dat anders in de horeca: eten en logies zitten na 2015 weer op het niveau van voor de crisis, cafés scoren echter nog een min van ruim 25%.

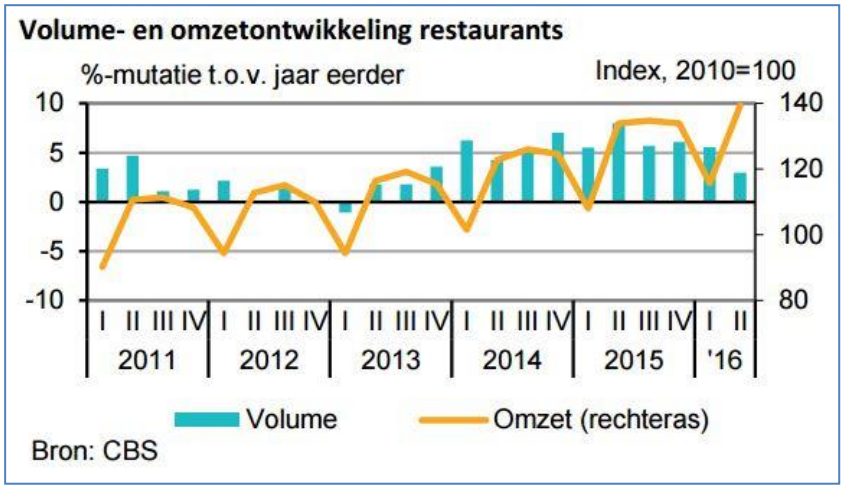
Figuur 2: Omzetgroei horeca 2010-2015 per sector



Bron: CBS

Volgens de ranglijst Horeca Top 100 2016 was 2015 in alle opzichten een recordjaar voor veel bedrijven uit deze top 100, met ook nog hoge groeiverwachtingen voor 2016. In het tweede kwartaal van 2016 is volgens het CBS de omzet in de horeca met 4,8% gegroeid: 6,6% in de fastservice, 4,1% in de cafés en restaurants en 5,2% in de hotels. Tot nu toe hebben de restaurants onderstaande omzet- en volumeontwikkeling doorgemaakt.

Figuur 3: Volume- en omzetontwikkeling restaurantsector



De prognoses voor de horeca zijn positief (bron: ING, aug 2016, en Rabobank Cijfers en trends). Dit komt met name door het hogere consumentenvertrouwen, de hogere bestedingsruimte en de lage inflatie. De cafés zullen in omzet blijven stabiliseren (1% omzetgroei in 2016), de fastservice zal 3,5% groeien in 2016, de restaurants 4% en de hotels 2,5%. Na 2016 neemt het groeitempo af zo is de verwachting maar blijft positief, behalve voor de cafés. De gehele horeca blijft met 1% per jaar groeien tot medio 2020-2025, zo is de verwachting van Seinpost / ZKA: variërend van 1,5% in de restaurantsector tot 0% in de

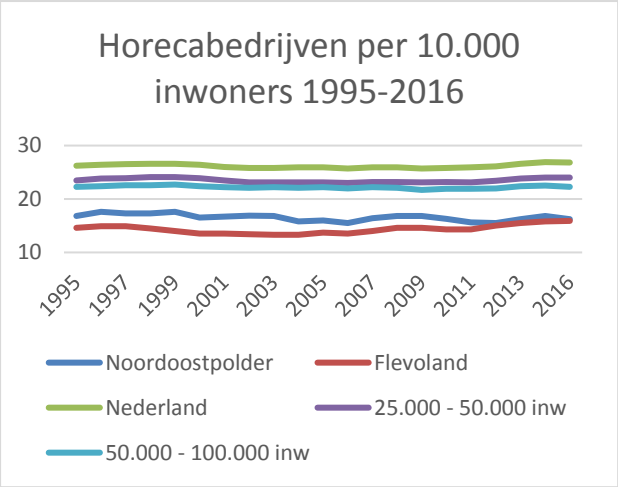
cafés.

Tabel 4: Verwachte groeitempo horeca-omzet

JAAR	2015	2016	2017	2018-2025 PER JAAR
Horeca	4,0%	3,0%	1,5%	1%
Hotels	3,2%	2,5%	1,5%	1%
Restaurants	6,3%	4,0%	2,5%	1,5%
Cafetaria & fastservice	3,7%	3,5%	1,5%	1%
Cafés	0,5%	1,0%	0,0%	0%

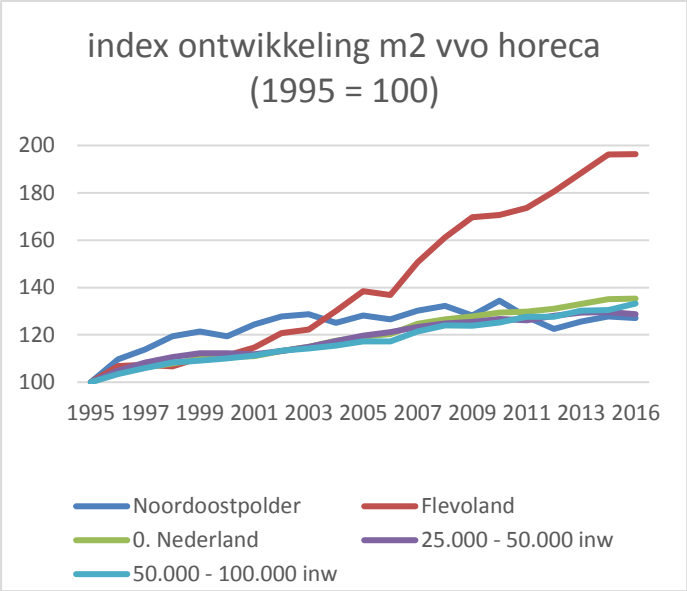
Bron: ING augustus 2016, cijfers 2015 CBS, prognoses 2016 en 2017. Prognose 2018-2025 is van Seinpost / ZKA.

3.3 Omvang en ontwikkeling Horeca in Emmeloord



Figuur 4: horecabedrijven per 10.000 inwoners

Figuur 5: index ontwikkeling metrage horeca



Uit figuur 4 blijkt dat het aantal horecabedrijven per 10.000 inwoners over de laatste 20 jaar, in zowel provincie Flevoland als in gemeente Noordoostpolder behoorlijk achterblijft bij het Nederlandse gemiddelde en ook bij het gemiddelde van een stad met 25.000 - 50.000 inwoners.

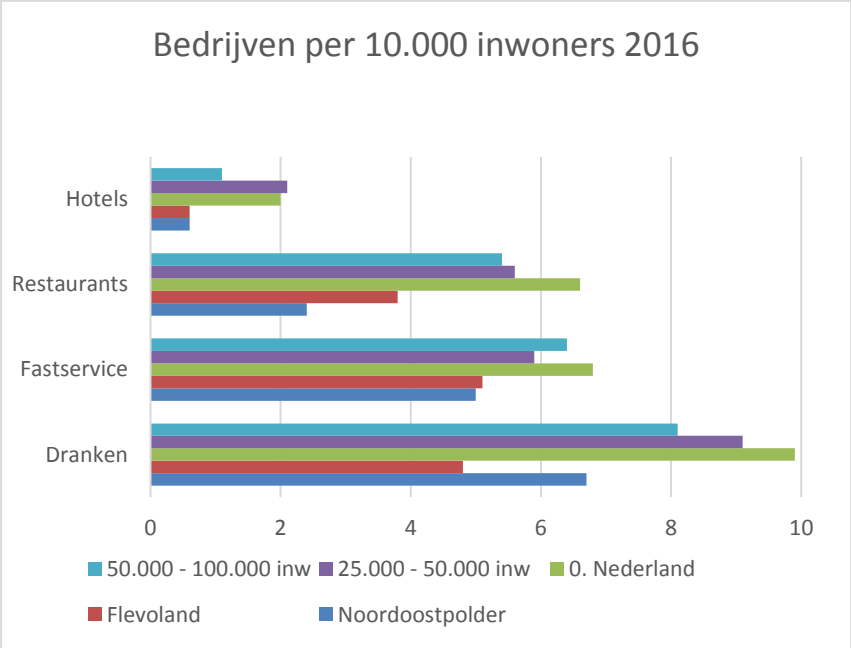
Figuur 5 laat zien dat het metrage horeca over de laatste 20 jaar in Noordoostpolder aanvankelijk (tot 2010) boven het Nederlands gemiddelde lag, maar sindsdien iets onder Nederlands gemiddeld ligt. Sinds 2004 zien we een enorme stijging van het horeca-metrage in Flevoland (+ 50%, waarschijnlijk veroorzaakt door de groei van

Almere), terwijl Noordoostpolder blijft steken op het niveau van 2004.

Het aantal horeca bedrijven in de hele gemeente Noordoostpolder is afgelopen 10 jaar slechts beperkt toegenomen (van 72 naar 75 vestigingen). Het metrage bedraagt 15.340 m² vvo.

Deelsectoren
Wij belichten de relevante deelsectoren restaurants, fast-service en dranken (zie bijlage 5 voor omschrijving).

Figuur 6: horeca-bedrijven per 10.000 inwoners, naar sector



Uit bovenstaande figuur blijkt dat de verdeling van de horeca over de sectoren in Noordoostpolder afwijkt van het Nederlands gemiddelde en kunnen we per sector de volgende constateringen doen:

- De restaurant-sector in Noordoostpolder blijft sterk achter ten opzichte van gemiddeld in Flevoland en Nederland
- De fast-service sector in Noordoostpolder blijft iets achter ten opzichte van Nederland gemiddeld en is gelijk aan gemiddelde Flevoland
- De dranken-sector in Noordoostpolder blijft iets achter ten opzichte van Nederlands gemiddeld maar is ten opzichte van Flevoland gemiddeld, goed vertegenwoordigd

<u>Restaurantsector:</u>

- Noordoostpolder telde in 2015 11 bedrijven in de restaurantsector (2012: 14). Vanaf 2008 is het aanbod in de restaurantsector jaarlijks met één bedrijf afgenomen;
- Totale oppervlak bedraagt 2.820 m². Verkoopoppervlakte in Noordoostpolder laatste jaren fors gedaald (in 2004/2005 piek met 5.279 m²)
- Gemiddelde verkoopoppervlakte in Noordoostpolder komt uit op 256 m² per bedrijf. Omvang per bedrijf in Noordoostpolder is daarmee relatief hoog ten opzichte van NL gemiddeld (166 m²)

<u>Fast-service</u>

- Noordoostpolder telde in 2015 23 fast-service-bedrijven
- Totale oppervlak bedroeg 1.436 m²
- Gemiddelde verkoopoppervlak per bedrijf in Noordoostpolder kwam op 62 m² (NL gemiddeld 69 m²)

<u>Drankensector</u>:

- Noordoostpolder telt in 2015 31 (2012: 30) bedrijven in de drankensector. In 2003 telde de drankensector nog 37 bedrijven;
- Totale verkoopoppervlakte komt uit op 9.294 m². Na 2008 is het aantal m² gestegen (circa 8.000 m²), in 2010 was het aantal m² hoger met respectievelijk 9.645 m²
- Gemiddelde verkoopoppervlakte per bedrijf is met 300 m² relatief

hoog ten opzichte van NL gemiddeld (221 m²)

Tabel 5: gemiddelde omvang per bedrijf naar sector

Gem. m² vvo per bedrijf	N.O.Polder	Nederland	Verschil
Dranken D1	221	134	165%
Dranken D2	350	436	80%
Fastservice	62	69	90%
Restaurants	256	166	154%
Hotels	588	303	194%

<u>Leisure</u>

Globale analyse huidige aanbod

- Basisvoorzieningen aanwezig: bioscoop, bowling, discotheek, casino/amusementscentrum
- Deels in Emmeloord (Movieskoop bioscoop in Beursstraat, casino Fair Play Lange Nering), deels elders (discotheek Marknesse, Chez Marknesse, bowling Partyhouse de Ducdalf);

Potenties leisure

Functies als een bowlingcentrum, casino/amusementscentrum of een theater zijn reeds gevestigd in Noordoostpolder en derhalve weinig kansrijk. Op basis van de systematiek van 'leisure typologieën' zijn onderstaande functies op het eerste gezicht wel kansrijk (nadere marktanalyse per functie is echter noodzakelijk):

- Pool/snookercentrum, eventueel in combinatie met horeca;
- Fitnesscentrum, eventueel om kanslocatie(s) in te vullen

3.4 Marktruimte bepaling horeca Emmeloord

Tabel 6: marktruimte consumptieve horeca, gemeente NOP

Marktruimte consumptieve horeca gemeente Noordoostpolder			
	Dranken D1	Fastservice	Restaurants
m² vvo	2650	1436	2820
Aantal bedrijven 2016	12	23	11
Omzet per bedrijf landelijk	350000	320000	500000
Correctie omzet op omvang	577500	288000	770000
Omzetclaim 2016	6930000	6624000	8470000
Inwoners 2015 / 2020-2025?	46480	46480	46480
Besteding per hoofd 2015	150	188	301
Besteding per hoofd 2020-2025	153	210	360
Bestedingspotentie inwoners	7111440	9760800	16732800
Saldo afvloeiing / toevloeiing	90%	90%	80%
Aandeel zakelijk-toerist	10%	10%	10%
Totale omzetpotentie 2020-2025	7111440	9760800	15.059.520
Potentie minus claim	181440	3136800	6.589.500
Marktruimte in aantal bedrijven	0,3	10,9	8,5
Gem. omvang per bedrijf landelijk	134	69	166
Marktruimte in m² vvo	**0**	**750**	**1420**

In bovenstaande tabel vindt een confrontatie plaats tussen aanbodzijde (omzetclaim gevestigde horeca) en vraagzijde (omzetpotentieel vanuit verzorgingsgebied). Hieronder volgt nadere toelichting op de werkwijze.

Omzetclaim

De omzetclaim vanuit zittende horeca wordt bepaald door het aantal bedrijven te vermenigvuldigen met de landelijk gemiddelde omzet per bedrijf, verhoogd met een correctie op basis van de gemiddelde oppervlak per horecabedrijf. De oppervlakte ligt voor dranken en restaurants in Noordoostpolder duidelijk hoger dan gemiddeld.

Omzetpotentie

De omzetpotentie voor de horeca wordt bepaald door inwoneraantal te vermenigvuldigen met de bestedingen per hoofd, die naar verwachting in de toekomst een positieve ontwikkeling zullen doormaken.

Dat levert de totale omzetpotentie. Een deel van deze bestedingen wordt gedaan binnen de eigen gemeente en wordt daarmee lokaal gebonden. Dit aandeel wordt voor de dranken en fast-service ingeschat op ca. 70%, dit type horeca heeft vooral een lokale functie. Voor restaurants is de binding naar verwachting lager, voor deze horeca zal de inwoner van Noordoostpolder eerder naar plaatsen als Kampen of Zwolle rijden (waar de keuze aanmerkelijk groter is). Wij stellen deze op 60%.

Een deel van de bestedingen vloeit af naar horeca buiten Noordoostpolder. Andersom vloeien ook horeca-bestedingen toe van buiten de gemeente naar Noordoostpolder. Wij schatten in dat de afvloeiing (ca 30%) hoger is dan de toevloeiing (ca 10%) . Het saldo afvloeiing/toevloeiing komt uit op ca. 20%. Dit geldt voor zowel dranken, fast-service als restaurants.

Samen met de 70% gebonden bestedingen is de omzetpotentie 90% van € 7.111.440 voor dranken en fast-service.
Samen met de 60% gebonden bestedingen is de omzetpotentie 80% van € 16.732.800 voor restaurants.

Voor alle horeca wordt een aandeel zakelijk/toeristisch aangehouden, dus van mensen die met zakelijke of toeristisch doel in Emmeloord komen. Landelijk is dit percentage ca. 15-20% maar voor Emmeloord

hanteren wij 10%. Hiermee wordt de totale omzetpotentie opgehoogd.

Tot slot vindt de confrontatie plaats tussen omzetclaim en omzetpotentieel: potentie minus claim.

Voor dranken is er een ruimte van € 181.440. Wanneer we dit delen op de benodigde omzet per bedrijf van (voor NOP gecorrigeerd) € 577.500, dan is er een marktruime voor 0,3 bedrijven, 0,3 * 134 m2 = 40 m2, wat afgerond wordt naar nul (geen marktruimte).

Voor fast-service is langs dezelfde weg een uitbreidingsruimte van ca. 10 bedrijven of 750 m2 berekend. Voor restaurants komen we op 8 bedrijven of 1.400 m2.

3.5 Advies horeca

Kwantitatief is er dus ruimte in theorie voor circa 2.150 m2 horeca.

Kwalitatief geldt echter :

- Geen historisch hart, marktplein of andere bijzondere assets;
- Via A6 uitstekend bereikbaar, maar betekent tegelijkertijd dat de inwoners ook snel in Friesland of Lelystad/Almere zijn.
- Draagvlak voor voorzieningen vooral vanuit eigen bevolking, dus bescheiden;
- Weinig extra draagvlak vanuit regio (dunbevolkt, eigen centra, deels met meer eigen karakter);
- Geen bijzondere assets vanuit kernkwaliteiten/DNA gebied

Op basis van het voorgaande concluderen wij:

- Wanneer het verkoopoppervlakte in Noordoostpolder wordt vergeleken met het gemiddelde voor de referentiegemeenten lijkt met name marktruimte in de restaurantsector en in de fastservice sector. In de drankensector is geen marktruimte;
- In de restaurant- en fast-servicesector is sprake van achterstand. Wij zien ruimte in de fast-servicesector voor 300-400 m² verkoopoppervlakte. Dit komt overeen met 5 bedrijven. Voor de restaurantsector gaan wij uit van een marktruimte van 800-1.000 m² (4-6 bedrijven);
- Op het eerste gezicht is het leisure aanbod in Emmeloord redelijk (bowling, casino, bioscoop). Op basis van een eerste analyse zijn er mogelijk potenties voor een pool/snookercentrum (eventueel in combinatie met horeca) en voor een fitnesscentrum.

Het ligt voor de hand de marktruimte toe te voegen in het nieuwe centrumgebied van Emmeloord omdat de doelgroepen zich hier bevinden en een concentratie van een uitgaansgebied met voldoende keuzemogelijkheden kan worden gerealiseerd.

Vanuit de planlocatie in het centrum van Emmeloord adviseren wij om in de keuze van een horecaconcept aan te sluiten bij het winkelgebied. Daghoreca (terras, openstelling overdag tot circa 21.00 uur uur) ligt hierbij voor de hand. Vanuit het huidige aanbod denken wij aan de volgende typen horeca / formules:

- Eetcafé/Bistro, bijvoorbeeld de ‘Beren-eetcafés’ (reeds gevestigd in middelgrote gemeenten, zoals Oosterhout, Oud-Beijerland, Spijkenisse);
- Actuele coffeeshop-formule;
- Fastfood keten, zoals KFC, MacDonalds of BurgerKing;
- Lunchrooms, zoals LaPlace en Subway;
- Andere populaire horecaconcepten, zoals een steakhouse of een tapas-restaurant.

3.6 Consumentgerichte dienstverlening

Het is gebruikelijk om bij winkelprojecten enige ruimte te reserveren

Benchmark consumentgerichte bedrijvigheid in verkooppunten			
Verkooppunten	Ambacht	Financiële Instelling	Particuliere Dienstverlening
NL 20.000-30.000 inw.	25	9	12
NL 30.000-50.000 inw.	45	13	20
Emmeloord	23	5	14

voor consumentgerichte, winkelondersteunende dienstverlening. Veelal zijn deze units gelegen aan de randen van een winkelproject, op locaties buiten de grotere passantenstromen, die voldoen voor meer doelgericht bezoek en waar de huurniveaus relatief laag zijn.

Locatus maakt onderscheid in:

- Ambachten: bijvoorbeeld drukkerijen, galeries, lijstenmakers, kapsalons, schoenreparatie en sleutelreparatie;
- Particuliere dienstverlening: bijvoorbeeld reisbureaus en uitzendbureaus;
- Financiële dienstverlening: bijvoorbeeld hypotheekshops, verzekeringskantoren en banken.

In tabel 7 is een benchmark opgenomen van het aanbod in Emmeloord vergeleken met het aanbod in kernen van 20.000 tot 30.000 inwoners en 30.000 tot 50.000 inwoners.

Tabel 7: benchmark consumentgerichte dienstverlening
Bron: Locatus Verkooppuntverkenner 2016

Er lijkt enige ruimte te zijn voor financiële instellingen en voor ambachten. Wij kunnen ons voorstellen dat 2 à 3 dienstverlenende functies worden toegevoegd. Uitgaande van een normomvang van 50 tot 75 m² is indicatief ruimte voor circa 100 tot 225 m² aan dienstverlening.

Verder constateren wij dat er geen marktruimte is voor particuliere dienstverlening. Er is sprake van een vergelijkbaar aanbod met het landelijk gemiddelde voor beide categorieën inwoners.

Deze functies zouden een plek kunnen krijgen aan de zijde van de Beursstraat of elders aan de randen van het centrum.

4 Kwalitatief advies centrumplan

In dit hoofdstuk worden enkele meer kwalitatieve adviezen gegeven mbt. het centrumplan. Als eerste wordt ingegaan op de specifieke functie die een centrumgebied als dat van Emmeloord vervult. In paragraaf 4.2 volgt een korte beschrijving van het centrumgebied en de deelgebieden. In paragraaf 4.3 resp. 4.4 wordt het centrum in de huidige resp. toekomstige situatie beoordeeld op 10 kwaliteitsaspecten.

4.1 Dubbelfunctie Emmeloord-centrum

Het centrum van Emmeloord heeft een functie voor zowel dagelijkse boodschappen als recreatief winkelen. Deze dubbelfunctie is kenmerkend voor winkelgebieden die een verzorgingsgebied van 25.000 tot 50.000 consumenten bedienen.

Dagelijkse boodschappen
In het centrum zijn de servicesupermarkten Albert Heijn (Smedingplein), Jumbo (Kettingplein) en Poiesz (Noordzijde) gevestigd. Daarnaast zijn in het centrum een aantal versspecialisten en drogisterijen gevestigd. Servicesupermarkten zorgen voor trekkracht en levendigheid. Versspecialisten en drogisterijen kunnen profiteren van de trekkracht van een supermarkt indien ze nabij gelegen zijn. Hierbij geldt: hoe dichter bij een supermarkt, hoe groter de kans is op combinatiebezoek. Dagelijkse winkelgebieden zijn daarom vaak compact van opzet.

Aanvullend op supermarkt, verszaken en drogisten, behoren andere winkels in frequent benodigde artikelen als bloemen/planten, huishoudelijke artikelen (Blokker-achtige) en algemeen textiel (Zeeman-achtige).

Supermarkten worden steeds groter en zijn de trekkers in een winkelgebied voor dagelijkse boodschappen. Schaalvergroting vindt plaats om aan de vraag naar keuze (ruim assortiment) en comfort (ruimte voor productpresentatie en ruime gangpaden) te kunnen voldoen.

Onderstaande behoeften, die in het teken staan van gemak en efficiency, zijn van belang bij de keuze voor een dagelijkse boodschappen centrum:

- Schaalgrootte supermarkten, voor moderne servicesupermarkten is 1.200 m² wvo de ondergrens (voor discountsupermarkten is dit circa 1.000 m² wvo vanwege een minder groot assortiment);
- Clustering van dagelijks aanbod (one-stop-shopping);
- Goede (auto)bereikbaarheid;
- Ruime parkeermogelijkheden nabij de entree(s) van de supermarkt;
- Scheiding verkeersstromen voor bevoorrading en bezoekersverkeer

Recreatief winkelen
Bij het 'recreatief winkelen' stellen consumenten andere eisen aan een winkelgebied dan bij 'boodschappen doen' (of 'doelgericht kopen'). Bij het boodschappen doen is functionaliteit van belang: men wil hier zo weinig mogelijk tijd voor uit trekken. Recreatief winkelen is (steeds meer) een vorm van vrijetijdsbesteding waarvoor men meer tijd uit trekt dan boodschappen doen. Naast efficiency (goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden), zijn ambiance, kwaliteit, prijs en service van belang bij de keuze voor een winkelgebied. Ook heel belangrijk is de entourage waarin wordt gewinkeld, het gaat om kijken, vergelijken en verblijven. Voor de verblijfsfunctie is aanwezigheid van attractieve horeca van belang.

Onderstaande behoeften, die in het teken staan van kijken-vergelijken-verblijven, zijn van belang bij de keuze voor een recreatief winkelgebied:

- Beleving: hang naar verrassing en prikkels, ‘er moet iets te doen zijn’;
- Identiteit: authentieke locaties met bijzondere kwaliteiten, identificatie met stadshart, plekken waar men graag komt (niet alleen om te winkelen, maar ook voor andere motieven als ontmoeting en ‘place to be’);
- Recreatief winkelaanbod: voldoende massa, goede branchemix landelijk filiaalbedrijf en eigen MKB, verrassing in aanbod;
- Ondersteunende horeca in winkelgebied, aanwezigheid terrassen en pleinen;
- Plezierige atmosfeer/prettig verblijfsklimaat: net, comfortabel en veilig ingericht openbaar gebied, goede uitstraling panden.

In het onderstaande wordt Emmeloord-centrum in de huidige en toekomstige situatie beoordeeld tegen de achtergrond van de beschreven dubbelfunctie en de bijbehorende consumentenbehoeften.

4.2 Huidige opbouw Emmeloord-centrum en deelgebieden

Korte historie
Het kernwinkelgebied van Emmeloord loopt van de Deel tot het Smedingplein. Daartussen ligt de Lange Nering, de belangrijkste winkelstraat van Emmeloord. De winkelstraat is langgerekt – bijna 700 meter – en naar binnen gekeerd. Het centrumgebied is als relatief nieuw gebied – Emmeloord is planmatig gerealiseerd in de jaren ‘50 – planmatig ontwikkeld en functioneel van karakter.

Tussen 2007 en 2011 is het winkelgebied op de schop gegaan en zijn de voorpuien naar voren gebracht, de luifels vernieuwd en het straat-meubilair aangepast aan de huidige tijd. Deze ingrepen waren vooral cosmetisch van aard. In de kern zijn in de winkelstructuur geen aanpassingen gedaan. Wel zijn er in deze periode diverse wijzigingen in de branchering doorgevoerd. Zo zijn diverse winkelketens (inclusief trekker C&A) toegevoegd aan het centrum van Emmeloord.

Ondanks de up-grade is de algehele uitstraling van het centrumgebied enigszins verouderd/gedateerd. Er is al met al weinig vernieuwing doorgevoerd in aanbod en presentatie van het gebied.

Deelgebieden
Het centrum bestaat uit diverse deelmilieus. Wij maken op de schaal van Emmeloord onderscheid tussen :
- A-milieu (Lange Nering west), ‘hard core’ winkelstraat met zware vertegenwoordiging van landelijk filiaalbedrijf, hoogste huurniveau
- B-milieu (Lange Nering midden), winkelgebied grenzend aan A-milieu, mix filiaalbedrijf en MKB, lagere huurniveaus
- C-milieu (Lange Nering oost en Korte Achterzijde), gemengd gebied met winkels, diensten, horeca
- D-milieus (Achterom en Noordzijde), winkelgebied met nadruk op doelgericht bezochte winkels en dienstverlening

In figuur 7 zijn deze deelmilieus ingetekend, inclusief de ligging van een aantal trekkers. De trekkers in de dagelijkse artikelen zijn de supermarkten Albert Heijn, Jumbo en Poiesz, trekkers in de niet dagelijkse winkels zijn Blokker, C&A en HEMA.

4.3 Advies gewenste opbouw Emmeloord-centrum

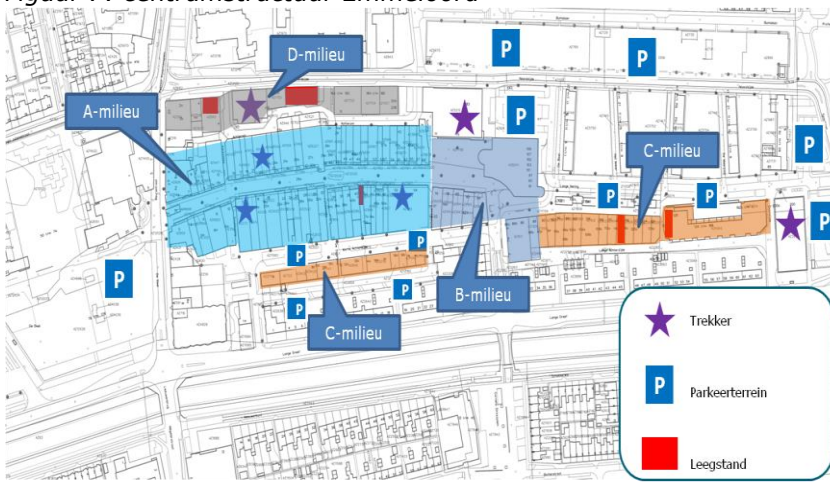
In deze paragraaf schetsen wij enkele belangrijke uitgangspunten die gelden mbt. een centrumgebied als dat van Emmeloord en geven tegelijk advies mbt. gewenste ontwikkelingsrichting in Emmeloord-centrum.

Dubbelfunctie
Als in paragraaf 4.1 beschreven is kenmerkend voor een centrum als dat van Emmeloord de dubbelfunctie van enerzijds dagelijkse boodschappen

en anderzijds recreatief winkelen. Om in de dagelijkse boodschappen functie te kunnen voorzien, dienen er voldoende supermarkten te zijn die gemakkelijk (auto-)bereikbaar zijn, dus enigszins aan de buitenrand van het centrumgebied zijn gelegen. In Emmeloord liggen de supermarkten op zich goed maar schiet de maatvoering tekort.

Om in de recreatieve winkelfunctie te kunnen voorzien, is voldoende aanbod in de meer keuzegevoelige branches van groot belang, evenals de nodige beleving in de vorm van een aantrekkelijke uitstraling van het winkelgebied en de nodige horeca die hieraan bijdraagt en verblijfsduur verlengend werkt. In Emmeloord is het aandeel keuzegevoelige branches redelijk op orde, maar schieten uitstraling en verblijfskwaliteit van het winkelgebied tekort.

Figuur 7: centrumstructuur Emmeloord



Bron: Seinpost Adviesbureau BV

Opbouw
Een compact en overzichtelijk centrumgebied wat zich goed laat belopen is een belangrijk vertrekpunt. Emmeloord-centrum is in zijn huidige opzet te langgerekt en onvoldoende compact. De loopafstanden zijn voor het winkelende publiek te lang en het oostelijk deel heeft als winkelmilieu duidelijk onvoldoende te bieden. Als recreatief winkelgebied voldoen het beschreven A-milieu en B-milieu, de rest is aanloopgebied dan wel doelgericht bezocht gebied.

Ankerpunten/trekkers
Met betrekking tot de trekkers in de non-food geldt dat deze bij voorkeur aan de uiteinden liggen van een winkelgebied; tussen deze trekkers is het winkelgebied 'opgespannen'. In Emmeloord is in het westelijk deel (tussen trekkers C&A en HEMA) sprake van een dergelijk spanningsveld. De Lange Nering oostzijde valt hier buiten. Een formule als Action trekt in sterke mate en zou een zeer welkome aanvulling zijn in het centrumgebied.

Met betrekking tot de trekkers in de food (supermarkten) vallen ons enkele zaken op:

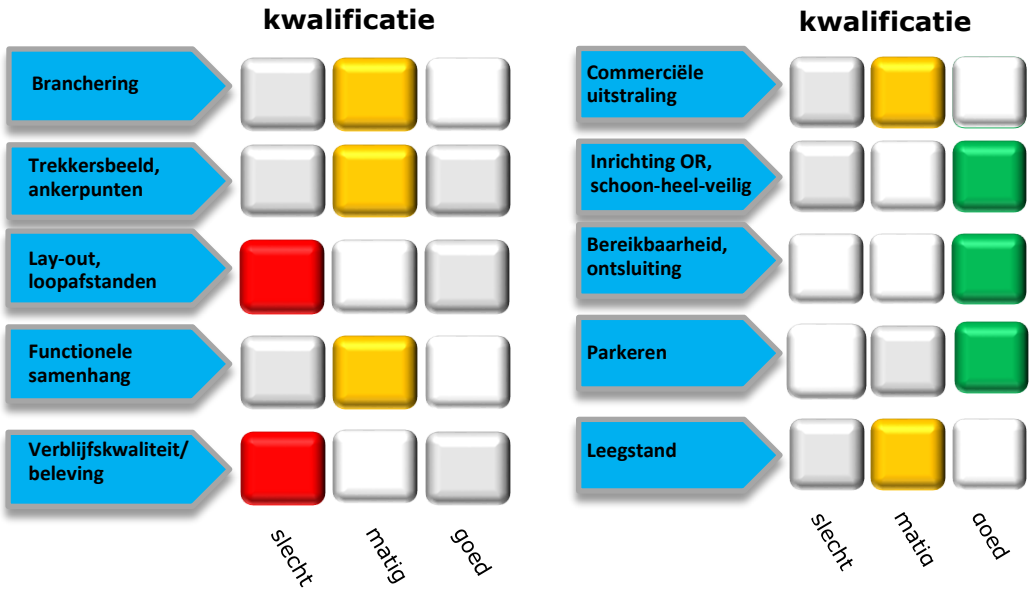
- De supermarkten in het centrum zijn aan de kleine kant, hetgeen zeker geldt voor de Poiesz; een grote (XL achtige) formule ontbreekt;
- Het aanbod is niet evenwichtig, een discounter ontbreekt, hiervoor kan de consument althans niet binnen het centrum terecht;
- Niet alle supermarktkracht is gebundeld; teveel supermarkten zitten buiten het centrum van Emmeloord.

Het verdient aanbeveling de supermarkten naar een actuele maatvoering te laten groeien, een discounter toe te voegen en meer supermarktaanbod in het centrum te brengen en op de ankerpunten van het compact centrum te situeren.

4.4 Beoordeling kwaliteit en vitaliteit Emmeloord-centrum huidig

In deze paragraaf wordt Emmeloord-centrum op 10 kwaliteitsaspecten beoordeeld die tezamen de vitaliteit van een winkelgebied bepalen. Eerst wordt de huidige situatie beschreven en beoordeeld, daarna de situatie na realisatie van scenario 3 / compact centrum.

Figuur 8: beoordeling Emmeloord-centrum huidig



Branchering huidig: matig
De branchering kenmerkt zich door de dubbelfunctie van dagelijks en niet-dagelijks aanbod. Het aanbod is weinig verrassend en vernieuwend, maar vooral functioneel: 'wat er moet zitten, zit er'. Als opgemerkt zijn de supermarkten aan de kleine kant en ontbreekt het discount-sement. Het aanbod (dag)horeca wat de winkelfunctie ondersteunt en de verblijfsduur verlengt, is zeer beperkt.

Trekkerbeeld /ankerpunten: matig
Het recreatieve winkelen speelt zich af over het gehele gebied, waarbij het oostelijke deel van de Lange Nering slecht functioneert en kampt met leegstand. Het dagelijkse aankopen is verspreid over drie supermarkten die aan de noord en oostrand van het centrumgebied liggen. Buiten het centrum ligt een winkelconcentratie met Action en Aldi, dit zijn winkels die het centrum zouden kunnen versterken. Voor zowel Poiesz als Albert Heijn geldt dat deze nogal perifeer binnen het centrum zijn gelegen en daardoor de verbinding met het centrum missen.

Lay-out/loopafstanden: slecht/matig
De lay-out van het centrum is sterk lineair, een winkelcircuit ontbreekt en de loopafstand (ca 700 meter) is te groot. Een loopafstand van ca. 400 meter is voor dit type centrum maximaal.

Functionele samenhang: matig
De interne functionele samenhang is goed binnen het recreatief getint cluster aan de westzijde t/m Kettingplein, maar het oostelijke deel ligt verscholen en voelt niet als onderdeel van het centrum.

Verblijfskwaliteit/beleving: slecht
Emmeloord-centrum is vooral planmatig en functioneel opgezet en een aantrekkelijk verblijfsgebied met horeca en terrassen ontbreekt. Het centrum doet bovendien vrij gedateerd en anoniem aan, de lokale touch ontbreekt.

Commerciële presentatie/uitstraling ondernemers: matig
Het kwaliteitsniveau van de meerderheid van de ondernemers (uitstraling pui, etalage) is op orde, dit geldt echter niet voor de uitstraling van de detailhandel in de garageboxen.

Inrichting openbare ruimte, schoon-heel-veilig: goed
De openbare ruimte ziet er over het algemeen verzorgd en netjes uit. Er zijn geen grote problemen met sociale veiligheid.

Bereikbaarheid/ontsluiting: goed
De bereikbaarheid van Emmeloord-centrum is goed, de aanrijroutes zijn helder en er kan per auto 'om het centrum heen' worden gereden.

Parkeren: goed
Op diverse locaties rondom het centrum zijn parkeerterreinen aangelegd, op maaiveldniveau, met voldoende capaciteit en een vriendelijk parkeerregime. Loopafstanden naar de winkels zijn acceptabel.

Leegstand: matig
Thans bedraagt de winkelleegstand in het centrum 9%. Maar uitvoering van het eerdere centrumplan met veel grotere omvang had zeer waarschijnlijk geleid tot veel meer leegstand.

4.5 Advies kwaliteit en vitaliteit Emmeloord-centrum toekomstig

In deze paragraaf wordt een advies gegeven voor Emmeloord-centrum in de toekomstige situatie (scenario 3, plan compact centrum), waarbij dezelfde 10 kwaliteitsaspecten, die tezamen de vitaliteit van een winkelgebied bepalen, als 'kapstok' worden gebruikt.

Branchering toekomstig: goed

- Van belang is dat de beschreven dubbelfunctie blijft en wordt versterkt. Hiervan is in het plan sprake.
- Voor wat betreft dagelijks biedt het plan ruimte voor grotere bestaande supermarkten; Seinpost adviseert om zoveel mogelijk supermarktmeters te verplaatsen richting centrum omdat de marktruimte voor nieuwe meters niet aanwezig is.
- Ook is ruimte voor aanvullende versspeciaalzaken ('dagwinkels') om zich nabij de nieuwe supermarkt te vestigen. Verswinkels kunnen profiteren van de trekkracht van de supermarkt.
- Voor wat betreft niet dagelijks zou extra aanbod in de sectoren mode/schoeisel alsmede een Action goede aanvullingen zijn.
- Het aanbod (dag)horeca wat de winkelfunctie ondersteunt en de verblijfsduur verlengt behoeft uitbreiding en daarin wordt voorzien door ontwikkeling van De Deel met paviljoenbebouwing voor horeca. Hiermee krijgt de belangrijke, thans sterk onder-ontwikkelde verblijfsfunctie, een krachtige impuls. Langer verblijf is cruciaal omdat het samengaat met hogere besteding.

Trekkerbeeld /ankerpunten: redelijk/goed

- Een beloopbaar recreatief winkelgebied met trekkers op de uiteinden en een recreatieve mix ertussenin (mode, schoeisel, vrije tijd, luxe artikelen, enige horeca) is wenselijk.
- In het plan wordt het recreatieve winkelgebied compacter gemaakt en zal zich nadrukkelijker beperken tot de zone De Deel/ Lange Nering West / Kettingplein, het gebied wat is opgespannen tussen C&A /De Deel (het toekomstige horecaplein) en HEMA/ Kettingplein (waar in het Jumbo-blok nieuwe winkels worden toegevoegd). In dit gebied dient het recreatieve winkelen zich af te spelen.
- Het dagelijkse aanbod dient op goed bereikbare lokaties aan de rand van het centrumgebied gesitueerd te zijn. In het plan blijven supermarkten geconcentreerd aan de oost- en noordflanken van het centrum en kan in de toekomst versterkt door mogelijk de verplaatsing van de Aldi-supermarkt naar het centrum (Jumbo-blok) en de verhuizing van Jumbo en Action naar locatie flats. Mogelijk verhuist Poiesz naar kanslokatie 3, waar een grotere winkel kan worden gerealiseerd en bovendien op een goede plek aan de (west)rand van het centrumgebied, waardoor extra voeding vanuit die kant ontstaat en sterke ankerpunten ontstaan.
- Seinpost plaatst wel een duidelijke kanttekening bij 'locatie flats'

als winkellocatie, immers door hier ook winkels te plaatsen, wordt het principe van compact centrumgebied juist weer grotendeels los gelaten. Voor zover hier winkels worden toegestaan, zou dit beperkt moeten blijven tot enkele dagwinkels die de supermarktfunctie versterken.

Lay-out/loopafstanden: redelijk/goed

- Een compact en beloopbaar kerngebied is het wensbeeld met supermarkten aan de randen.
- De sterk lineaire opzet/lay-out van Emmeloord-centrum wordt met het plan op een goede wijze doorbroken, namelijk door een knip aan te brengen ter hoogte van het Kettingplein en de Lange Nering oostzijde niet langer te beschouwen als winkelgebied. Daarmee worden de loopafstanden binnen het winkelgebied teruggebracht tot een meer aanvaardbaar niveau.
- Wel is het zaak een actief verplaatsingsbeleid te voeren om te bewerkstelligen dat dit gebied snel van kleur verschiet en niet te lang als aanhangsel overeind blijft. Ook dienen deze winkelmeters daadwerkelijk wegbestemd te worden.

Functionele samenhang: goed

- Een winkelgebied moet logisch opgebouwd zijn en zich makkelijk laten lezen door de bezoekers.
- Door het aanbrengen van een knip ter hoogte van het Kettingplein ontstaat een heldere afbakening van het recreatieve winkelgebied aan de oostzijde.
- Aan de westzijde wordt De Deel als horecagebied ontwikkeld: door het realiseren van een horeca-paviljoen gecombineerd met afsluiten van de straat langs Rabobank, ontstaat een verblijfsplein en wordt De Deel naar verwachting veel meer onderdeel van het centrum.
- Dit wordt nog versterkt door het slopen van de (tijdelijke) kiosk aan het begin van de Lange Nering, waardoor betere zichtlijnen over en weer ontstaan.

Verblijfskwaliteit/beleving: matig/goed

- Een verblijfsgebied met accent op beleving is een absolute voorwaarde voor een centrumgebied anno 2016 en verder.
- Door het realiseren van aantrekkelijk verblijfsgebied met horeca en terrassen, wordt iets geheel nieuws toegevoegd aan Emmeloord een nieuw bezoekdoel. Dit nieuwe plein leent zich in onze optiek goed om een 'lokaal accent' aan te brengen, iets wat nu nog ontbreekt.
- Ook aan het Kettingplein ontstaat een betere beleving doordat aan de noordzijde een nieuwe winkelplint wordt gemaakt. Ook hier is de inbreng van enige horeca van belang om een levendiger plein te maken.

Commerciële presentatie/uitstraling ondernemers: matig

- De algehele commerciële presentatie van een centrumgebied wordt steeds meer een punt waarmee het verschil kan worden gemaakt
- Het is zaak om het kwaliteitsniveau (uitstraling pui, etalage) van de meerderheid van de ondernemers op het goede niveau te houden (nieuwe of te verplaatsen huurders) of te brengen (functies in de garageboxen).

Inrichting openbare ruimte, schoon-heel-veilig: goed

- Schoon-heel-veilig is de basis van elk centrumgebied. Het is zaak om de inrichting van de openbare ruimte bij de tijd te houden en te zorgen dat het gebied zich altijd 'opgeruimd' presenteert.
- Voor Emmeloord dient vooral de kwaliteit van de randen (C-milieu en D-milieu) een upgrade te krijgen

Bereikbaarheid/ontsluiting: goed

- Bereikbaarheid per auto is van groot belang omdat de auto-bezoeker veelal de veel-besteder is.

- De bereikbaarheid van Emmeloord-centrum is en blijft ook in het plan goed, de aanrijroutes zijn helder en er kan per auto 'om het centrum heen' worden gereden. Het afsluiten van de straat langs de Rabobank zal de bereikbaarheid niet/nauwelijks nadelig beïnvloeden.

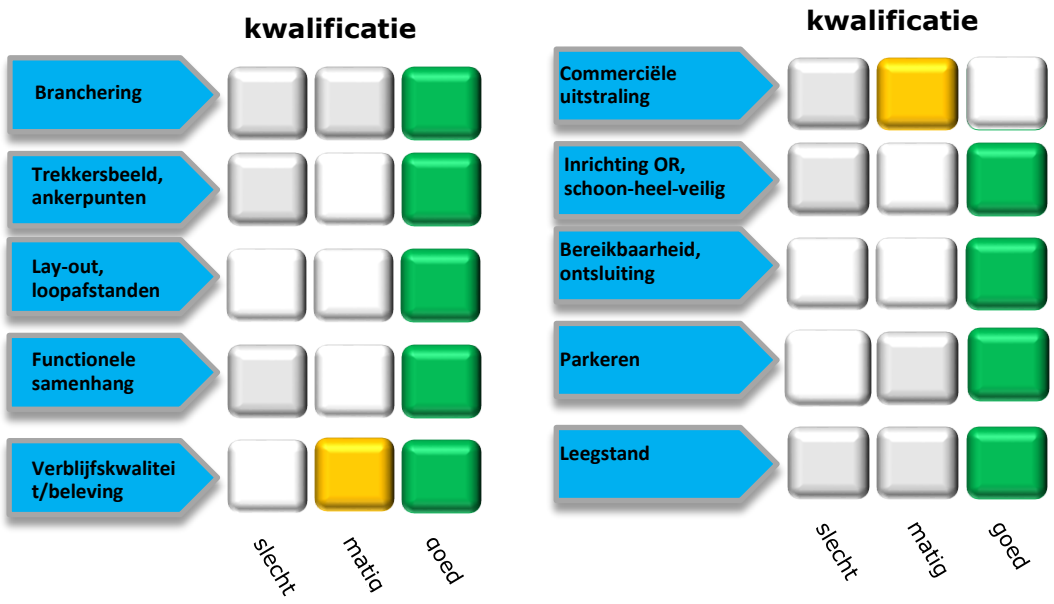
Parkeren: goed

- Voldoende parkeerplaatsen, een gematigd tarief en parkeren op maaiveld zijn wenselijk in een plaats als Emmeloord, hiermee kan een winkelgebied van deze omvang/functie zich met name onderscheiden
- Op diverse locaties rondom het centrum zijn parkeerterreinen (op maaiveld) aangelegd met voldoende capaciteit en een vriendelijk parkeerregime. Loopafstanden naar de winkels zijn acceptabel. Hierin zal met de plannen weinig veranderen.

Leegstand: goed

- Een frictie-leegstand van 2-4% is normaal in een winkelgebied, zodra het hoger wordt gaat de leegstamd in negatieve zin opvallen
- De leegstand blijft met de uitvoering van de plannen naar verwachting op een acceptabel niveau. Het deel waar de meeste leegstand optreedt, en die in negatieve zin opvalt, Lange Nering Oost, wordt aan de voorraad onttrokken.
- Mogelijk neemt de interesse van het winkelbedrijf door de uitvoering van de plannen bovendien weer toe en worden thans leegstaande units, weer ingevuld.

Figuur 9: beoordeling Emmeloord-centrum toekomstig



4.6 Huidige situatie of centrumplan?

Het gevaar van voortzetting van de huidige situatie voor de (middel)lange termijn is dat – vanwege het ontbreken van intrinsieke kwaliteiten als een verrassend aanbod, een stadshart met ontmoetingsfunctie, voldoende ondersteunende horeca in het centrum – de afvloeiing van koopkracht naar elders toeneemt en de toevloeiing van buiten de gemeente afneemt. In welke mate dat zal gebeuren is niet exact te voorspellen, maar wel dat de omzetten zullen afnemen.

Ook is te voorspellen dat het onderscheidend vermogen van een centrum (authenticiteit, ontmoetingsfunctie) en kwaliteit (in branchering van het aanbod, beleving en verblijfsklimaat) voor de consument in de toekomst nog belangrijker wordt bij de keuze van een winkelgebied. Kleine, eenzijdig samengestelde en kleurloze gebieden zijn de verliezers

van de toekomst, het onderscheidend vermogen ten opzichte van internetwinkelen (prijs, gemak) is te gering.

Het verdient in onze optiek zonder meer aanbeveling om te investeren in Emmeloord-centrum. Uit vergelijking van bovenstaande twee analyses komt duidelijk naar voren dat Emmeloord-centrum met uitvoering van het plan scenario 3, in veel opzichten aanmerkelijk beter gaat scoren op de 10 kwaliteitscriteria.

Er ontstaat een meer compact centrum wat zich beter laat belopen. Er ontstaat een krachtig geconcentreerd supermarktaanbod. Er wordt nog enig nieuw recreatief winkelaanbod toegevoegd. En wellicht het belangrijkste, door de ingreep in De Deel ontstaat als onderdeel van het centrum, een aantrekkelijk verblijfsgebied met horeca.

Aangezien het verantwoorde uitbreidingsmetrage beperkt is, is het vooral zaak de mogelijkheden te zoeken in verplaatsing van retailers die nu nog buiten het centrum zijn gesitueerd.

Het verdient nadrukkelijk aanbeveling dat de geplande metrages passen binnen de berekende marktruimte. Daardoor zal leegstand naar verwachting beperkt blijven en steekt Emmeloord gunstig af tegen veel andere steden van deze omvang met zware leegstand-problematiek.

Afsluitend geven wij per ontwikkellokatie nog kort aan welke invulling in onze optiek het meest passend is:

- De Deel: dient zich te ontwikkelen als horeca-plein, ca 1.000 tot 1.500 m2; directe loop- en zichtrelatie met Lange Nering;
- Kanslocatie 1 leent zich voor horeca/leisure concept, eventueel supermarkt gezien ligging aan de centrumrand;
- Kanslocatie 3 leent zich voor supermarkt, extra bronpunt aan westzijde centrum;
- Kanslocatie 2 ligt te ver van het centrum voor een winkelfunctie, mogelijk horeca of cultuur;
- Kettingplein dient zich te ontwikkelen als winkelplein (levendige plint, daarachter supermarkt) met ondersteunende horeca, zodanig dat hier een levendiger stedelijke plein ontstaat;
- Locatie flats is vooral geschikt voor een supermarkt en hooguit enkele dagwinkels, zodat het *winkel*gebied compact blijft.

Bijlage 1 Concurrentiepositie centrum Emmeloord

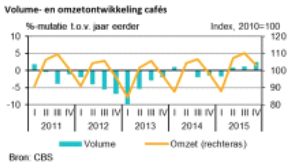
In deze kaart staan de belangrijkste centra van gelijke orde als Emmeloord in de omgeving: Heerenveen, Steenwijk, Meppel, Kampen, Dronten en Lelystad. Deze winkelgebieden kunnen – afhankelijk van de winkelfunctie die ze hebben – betekenis hebben voor inwoners in Noordoostpolder. Zwolle is niet meegenomen aangezien deze stad een zeer ruim aanbod heeft en van een beduidend hogere orde is qua winkelfunctie.

Overzicht hoofdwinkelgebieden Emmeloord e.o.

Bron: google maps, bewerking Seinpost Adviesbureau BV

Bijlage 2 Horeaca, toelichting per sector

Drankensector

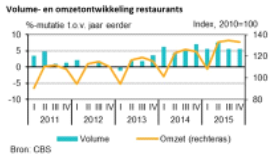


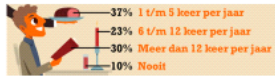
Branches: pubs, buurtcafés, eetcafés, themacafés, koffiebars, discotheken (D1)

Dranken bij recreatie, sport, zalen- / partycentra, strand (D2). Zit slechts deels in de bestedingen en omzet, wel volledig in aanbod HorecaDNA

- 2015: indicatieve omzet € 3,3 miljard incl. BTW
- Groeit weer na 2014
- Effect antirook- en alcohol-beleid, hoge prijzen en accijnzen -> thuis indrinken
- Daling cafés en dancings, groei eetcafés, koffiebars
- Trends: ander uitgaans-gedrag, jeugd niet meer iedere week naar zelfde kroeg. Wel groei in uitgaan oudere leeftijdsgroepen (altijd jong blijven)
- Concurrentie van evenementen / festivals, optredens etc.
- Opgave: beleving, interieur, belang van aantrekkelijke terrassen

Restaurantsector

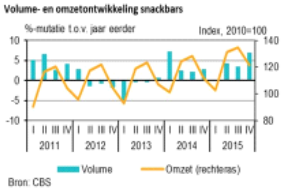




Bron: ING

- 2015: indicatieve omzet € 6,9 miljard incl. BTW
- Groeit sinds 2013
- Van fast (prijs, gemak) tot slow food (beleving, kwaliteit)
- kwaliteit / ambacht, specialiteit, healthy, local, doorgroei buitenlandse keukens
- Schaalvergroting en ketenvorming
- Tegentrend: kleinschalig, particuliere exploitant zoals AirDnD

Fastservicesector



Branches: afhaal / bezorg, cafetaria, fast food, lunchroom, ijs, pannenkoek, shoarma / grill / kebab, food-kiosk / mobiel, zelfbediening

- 2015: indicatieve omzet € 3,5 miljard incl. BTW
- Groeit vanaf 2013
- Nieuwe concepten, healthy, beleving
- Specialisatie / niches, gemak / gezondheid, snelheid / to go, drive-thru, pop-up
- Afname kleine traditionele snackbar, groei grotere fast food, lunchroom / broodjes, ijs, spijs, buitenlandse concepten
- Invloed food-trucks, afhalen / bezorgen (s geen horeca)
- Prijzen onder druk, de consument bepaalt

Bijlage 3 Kwalitatieve horeca trends

TRENDS: *Bezorgrevolutie & Technologie*
24/7 verse en gezonde maaltijden van restaurants afgeleverd bij jou thuis na even invullen op je app. Hierdoor krijg je als klant service op maat.
FOTO: Deliveroo, bezorgt high quality maaltijden van toprestaurants als fastfood

TREND: *Brancheervaging*
Grenzen vervagen: horeca, catering, retail alles begint door elkaar heen te lopen.
FOTO: Hutspot, Amsterdam: conceptstore en lunchroom

TREND: *Systeemgastronomie*
Goede prijs/kwaliteitverhouding eten met een efficiënte achterkant
FOTO: Vapiano, fast casual self-service restaurant

TREND: *Tijdelijkheid*
Experimenteerruimte voor ondernemers zorgt voor verrassing in een winkelgebied
FOTO: Eenmaal, Amsterdam: pop-up eenpersoonsrestaurant

TREND: *Niche*
Steeds meer concepten richten zich op een specifieke niche, zoals espresso, halal of sapjes, met de bijbehorende doelgroep.
FOTO: Dr.Blend, Amsterdam: Sapbar

TREND: *Hotelbar*
De hotelbar is zijn slechte imago kwijt en fungeert steeds vaker als publiekstrekker. De hotelgast vindt er lokaal vertier en de local vindt er internationale contacten.
FOTO: Kevin Bacon Bar, Amsterdam: Hotelbar van Hotel not Hotel

TRENDS: *Multifunctioneel & gezondheid*
Een horecazaak moet voldoen aan steeds meer behoeftes van de bezoeker. Tegelijkertijd gaat de horeca een belangrijke rol spelen qua gezondheid van de bezoekers
FOTO: Welldent Bar, Amsterdam: Tandarts en bar ineen.

TRENDS: *Duurzaam & Luxe*
Duurzaamheid is geen trend meer maar een lifestyle geworden. Tegelijkertijd worden het sobere design en de versleten vintagebanken van de afgelopen jaren vervangen door luxe en comfort.
FOTO: In de wulf, Dranouter België: Luxe duurzaam restaurant

Bijlage 4 Belang van horeca

"Het bedrijfsmatig - of in een omvang alsof zij bedrijfsmatig is - verstrekken van ter plaatse te nuttigen voedsel en/of dranken, bereiden voor directe consumptie van voedsel en/of dranken, exploiteren van zaalaccommodatie en het bieden van logies"

Bron: diverse bestemmingsplannen

Consumenten bezoeken de horeca daar waar ze wonen, werken, een studie volgen, hun vrije tijd besteden, gaan winkelen of andere voorzieningen bezoeken. Of gebruiken de horeca om tot rust te komen met een drankje, een maaltijd of voor een overnachting. Horeca heeft dus een belangrijke rol in ons 'daily urban system'; het gebied waarin de consument zijn dagelijkse, reguliere activiteiten onderneemt. In economisch opzicht betekent dit dat horeca de verblijfsduur van consumenten kan verlengen (vaak met hogere bestedingen tot gevolg) en zorgt voor 'beleving' bij consumenten / gebruikers van een gebied. Goede horeca draagt dus bij aan de leefbaarheid en het voorzieningenniveau van een gebied en heeft een belangrijke sociale functie voor ontmoeting, vermaak, genieten van het leven etc. Horeca heeft ook een belangrijke verzorgingsfunctie in onze primaire levensbehoeften (voeding).
Tegelijkertijd levert het laagdrempelige werkgelegenheid op (laaggeschoold, specialistisch, veel seizoensarbeid) en is ze een economische factor van betekenis.
De horeca is een belangrijke factor voor 'bruisende steden en dorpen' en is een dynamische sector, Ze geeft gebieden smaak en kleur en verdient daarmee de aandacht en een visie op de toekomst.

Bijlage 5 Omschrijving deelsectoren horeca

DRANKEN
Deze bedrijfstypes hebben als hoofdactiviteit dranken. Hier onder vallen de volgende types: café, eetcafé, grandcafé, bruincafé, discocafé, coffeecorner, strand- en recreatiebedrijven en café/zalencentra.

RESTAURANTS
Dit bedrijfstype richt zich op de verkoop van eten en bijbehorende dranken. Hieronder vallen o.a. bistro's, petitrestaurants, klassiek-restaurant, top-culinairrestaurants en wegrestaurants.

FASTSERVICE
Hoofdactiviteit van dit bedrijfstype is het verkopen van eten en drinken met het oog op snelle service. Hierbij kun je denken aan snackbars, cafetaria, lunchrooms, broodjeszaken en ijssalons. Formeel vallen afhaalcentra, kantines en catering hier dus niet onder.

HOTELS
Dit bedrijfstype richt zich op het aanbieden van logies en overnachting. Dit is een sterk zakelijke en / of toeristische markt. Als sector zijn hotels nauwelijks gerelateerd aan de bevolkingsomvang, behalve als er restaurant wordt gevoerd dat niet alleen voor de hotelgasten functioneert maar ook voor externe gasten. Daarnaast kan het als ontmoetingsplek met vergaderruimten , eigen zwembad etc. ook een functie hebben voor externe gasten. Denk hierbij aan

TENSLOTTE is er nog "Ondersteunende horeca" waarbij de hoofdfunctie niet horeca is maar bijv. detailhandel. Voorbeelden van ondersteunende horeca zijn kantines in sportaccommodaties, winkels met een zeer bescheiden horecaomvang, of ziekenhuizen met horeca-activiteiten.