

BRANCHERAPPORT DEDEMSVAART



Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Inleiding.....	3
Hoofdstuk 1. Marktcontext en positionering Dedemsvaart.....	4
1.1 Ruimtelijke hoofdstructuur	4
1.2 Ontwikkeling draagvlak	4
1.3 Winkelstructuur gemeente Hardenberg	5
1.4 Winkelstructuur kern Dedemsvaart.....	5
1.5 Perifere detailhandel	6
1.6 Positionering centrum Dedemsvaart	6
1.7 Uitgangspunten/ambitieniveau centrumplan	6
Hoofdstuk 2. Analyse vraagzijde	7
2.1 Bevindingen koopstromen onderzoek 2005	7
Hoofdstuk 3. Analyse aanbodzijde	8
3.1 Dedemsvaart vergeleken: kwantitatief en kwalitatief.....	8
3.2 De brancheanalyse nader beschouwd.....	10
3.3 Filialen- en ketenanalyse	12
3.4 Conclusies winkelaanbod centrum Dedemsvaart.....	13
Hoofdstuk 4. Trends en ontwikkelingen	14
4.1 Trends en ontwikkelingen vraagzijde	14
4.2 Trends en ontwikkelingen aanbodzijde	14
4.3 Aandachtpunten voor het centrumplan Dedemsvaart	15
Hoofdstuk 5. Invullingfilosofie centrumplan Dedemsvaart	16
Hoofdstuk 6. Segmentatie detailhandel	17
6.1 Segmentatie.....	17
6.2 Identificatie en ontwikkeling deelgebieden.....	19
6.4 Ruimtelijke invulling.....	22
Hoofdstuk 7. Beschrijving (vervolg) proces	23
Bronvermelding.....	26
Bijlage 1. Uitgangspunten stedenbouwkundige visie nader uitgewerkt	27
Bijlage 2. Tabellen benchmark Dedemsvaart	28

Inleiding

De planvorming voor (her)ontwikkeling en waar mogelijk uitbreiding van de winkelfunctie, toevoeging van wonen en realisatie van parkeervoorzieningen in het centrum van Dedemsvaart zijn volop gaande. Deze integrale verbeteringsopgave zal worden verwoord in het Masterplan Dedemsvaart Centrum.

Dit rapport vangt aan met een eerste inventarisatie van het winkelaanbod in Dedemsvaart. Het rapport gaat in op de huidige situatie, de voorziene herontwikkeling en waar mogelijk uitbreiding van de winkelfunctie in Dedemsvaart. Het merendeel van het bestaande aanbod in Dedemsvaart wordt gevormd door zelfstandige lokale ondernemers. In dit rapport is getracht een goede wisselwerking plaats te laten vinden tussen de belangen van zittende ondernemers en maatschappelijke belangen. Het brancherapport beoogt een richtinggevend karakter te hebben. De aanbevelingen in het rapport hebben een indicatief karakter, het schetst nadrukkelijk een profiel van de invulling.

Op basis van een analyse van de marktcontext, koopstromen en benchmark is er een kwantitatieve inkadering gegeven van hetgeen er momenteel is qua winkelaanbod in Dedemsvaart. Vervolgens is er een inschatting gemaakt op basis van berekeningen in welke branche er marktruimte is.

Om een optimale situatie te laten ontstaan voor het dorp Dedemsvaart is een goede afweging van de na te streven invulling noodzakelijk. Hiertoe wordt een Branche Advies Commissie (BAC) in het leven geroepen die adviseert over de daadwerkelijke invulling van winkelvloeroppervlakte. In deze commissie worden belangen en kennis ten aanzien van de herontwikkeling en waar mogelijk uitbreiding van het winkelaanbod van het Masterplan samengebracht.

In deze commissie worden belangen en kennis ten aanzien van de winkelfunctie samengebracht. De rol van de commissie is visievormend en adviserend van aard naar de verhuur/verkoopactiviteiten van de nog aan te wijzen (coördinerend) ontwikkelaar.

De BAC probeert sturing te geven aan het proces van versterking van de kwaliteit van het branchepatroon in het hele centrum. Daarbij is er aandacht voor eventuele nieuwe vestiging, maar ook voor de bestaande structuur in verband met verplaatsingsprocessen van reeds gevestigde ondernemingen.

Dit brancherapport is tot stand gekomen in samenspraak tussen:

Hessel Posthuma
Maarten Nieboer
Wout Nieuwenhuis
Adviesgroep Plus

Gemeente Hardenberg
Gemeente Hardenberg
Seinpost Adviesbureau
Afvaardiging DMC en Plaatselijk Belang

Hoofdstuk 1. Marktcontext en positionering Dedemsvaart

In het streekplan 2000+ geeft de provincie Overijssel aan dat de kern Dedemsvaart een verzorgende functie heeft, ondermeer ten opzichte van het omliggende gebied richting Drenthe.

In de (door de gemeenteraad) vastgestelde detailhandelsstructuurvisie is bepaald dat de functie van Dedemsvaart een koopcentrum met een bovenlokale verzorgingsfunctie moet zijn. Dit houdt in dat er een compleet pakket dagelijkse winkels en een snel en doelgericht pakket niet-dagelijkse winkels in de kern Dedemsvaart aanwezig moet zijn. Dedemsvaart zal voor een bovenlokaal verzorgingsgebied een beperkte winkelfunctie moeten kunnen vervullen welke qua branchering en omvang aansluit bij een koopcentrum. Dus comfortabel en dicht bij de deur parkeren.

De hierboven omschreven functie wordt onderstreept door hetgeen gesteld in de structuurvisie voor Dedemsvaart, deze is op 25 april 2006 door de gemeenteraad vastgesteld.

In de toekomstvisie van de gemeente Hardenberg is de keuze gemaakt voor twee centrale kernen binnen de gemeente: Hardenberg en Dedemsvaart. In Hardenberg is er in de afgelopen jaren reeds veel geïnvesteerd in de versterking van de centrumfunctie. Ook het detailhandelsaanbod is hier verruimd. Nu is het de beurt aan Dedemsvaart.

1.1 Ruimtelijke hoofdstructuur

In ruimtelijk opzicht neemt de gemeente Hardenberg de noordoost hoek van Overijssel in. De gemeente is tot stand gekomen per januari 2001 door de samenvoeging van Hardenberg, Gramsbergen en Avereest (Dedemsvaart-Balkbrug). Kijkend naar de hoofdstructuur tekent zich een fysieke tweedeling helder af:

- Een noordelijke as langs de N377 met de dorpen Balkbrug, Dedemsvaart, Slagharen en de Krim.
- Een zuidoostelijke ontwikkelings-as langs de N34 en de Vecht gecentreerd rond Hardenberg en Dedemsvaart.
- Deze zones worden verbonden door de N343 van Slagharen naar Hardenberg.
- In augustus van 2008 zijn de (inspraak)procedures rondom het project omleiding Ommen afgerond. De aanleg van een nieuwe autoweg tussen rijksweg N48 en Witte Paal (N34/N36) is daarmee een feit. Naar verwachting kunnen de mensen vanaf eind 2010 gebruik maken van deze nieuwe autoweg ten noorden van Ommen. Het Zwarte Pad richting Dedemsvaart sluit aan op deze nieuwe autoweg.

De N377 maakt dat Dedemsvaart een snelle verbinding heeft met het omliggende gebied. Kleine kernen als Balkbrug en Slagharen zijn goed te bereiken, evenals grotere plaatsen als Zwolle en Hoogeveen.

1.2 Ontwikkeling draagvlak

Het bevolkingsaantal in de gemeente Hardenberg zal tot 2010 volgens het CBS een lichte groei vertonen. De gemeente Hardenberg telt 58.207 inwoners (peildatum: 01 januari 2008). Dedemsvaart telt 12.044 inwoners (per 01 januari 2008).

De prognose over 5 jaar gemeentebreed (bron CBS): 56.793 inwoners. (daling 2,5%)

De prognose over 10 jaar gemeentebreed: 56.479 inwoners. (daling 3%)

1.3 Winkelstructuur gemeente Hardenberg

Naast de kern Dedemsvaart heeft de gemeente Hardenberg een aantal kernen met een eigen winkelapparaat. Hiervan is Hardenberg veruit de grootste.

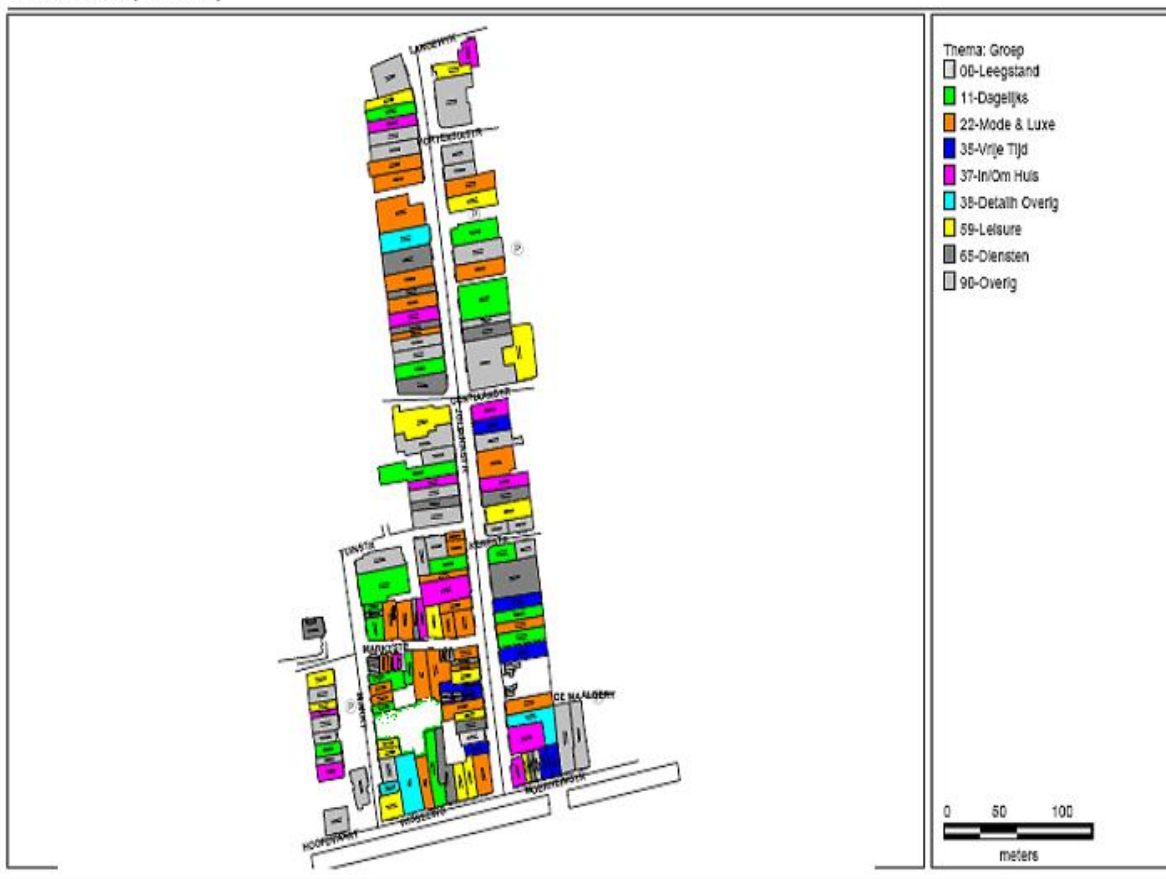
Hardenberg is door de provincie in haar streekplan 2000+ aangewezen als de kern met een streekfunctie voor het gebied noordoost Overijssel. Dit houdt in het winkelapparaat een regionale functie heeft. Het heeft een draagvlak van circa 20.000 lokale inwoners en bijna 60.000 inwoners in de directe omgeving. In het centrum van Hardenberg heeft de laatste jaren een toevoeging van het winkelaanbod plaatsgevonden en is het kwaliteitsniveau van de openbare ruimte sterk verbeterd. Hardenberg en Dedemsvaart richten zich allebei op het kopende publiek. Daarbij richt Hardenberg zich meer uitgebreid dan Dedemsvaart op het winkelen, zowel recreatief als vergelijkend.

De overige winkelgebieden binnen de kernen zijn met een beperkt aanbod gericht op de hoogfrequente aankopen uit de directe woonomgeving. Het food-aanbod vormt de hoofdmoot met een beperkte aanvulling op het gebied van non-food (voor frequente aankopen) en diensten.

1.4 Winkelstructuur kern Dedemsvaart

Een zeer voornaam deel van het aanbod in Dedemsvaart is in het centrumgebied gelegen. Het centrumgebied wordt gevormd door de Markt, Wisseling, Markstraat en Julianastraat.

Dedemsvaart (Centrum)



Locatus 26-10-2008 (Datum bronbestand: 25-10-2008)

Pagina 1 van 1

Figuur 1. Huidige aanbod Dedemsvaart

Winkelgebied	Totaal WVO ¹ m ²	Leegstand m ²	Dagelijks m ²	Mode & luxe m ²	Vrije tijd m ²	In/om huis m ²	Overig m ²
Centrum Dedemsvaart	19054	1450	3072	7891	1316	2716	1785
Bebouwde kom	9004	1100	40	35	182	7397	250
Buiten bebouwde kom	2036	-	36	50	-	1950	-

Tabel 2. Detailhandelstructuur kern Dedemsvaart naar type winkelconcentratie (in m²)

1.5 Perifere detailhandel

Branches in volumineuze goederen (tuincentra, bouwmarkten, keukens, woninginrichting) zijn grotendeels buiten het centrum gevestigd. Deze branches vallen onder de noemer perifere detailhandelsvestiging (PDV) en zijn vanwege het volumineuze karakter van de goederen niet geschikt voor het centrum. Hiervoor is een locatie beschikbaar (Moerwijk) waar momenteel een bouwmarkt is gevestigd. Deze locatie heeft nog ruimte voor verdere PDV. Daarnaast is het Mercator-terrein in ontwikkeling. De komende jaren, zo is de huidige planning, zal dit terrein 2 hectare PDV kunnen herbergen. Verder zijn er twee grote meubelzaken gevestigd op afzonderlijke locaties buiten het centrum.

1.6 Positionering centrum Dedemsvaart

De marktcontext zoals weergegeven in paragraaf 1.1 is helder. Het centrum van Dedemsvaart dient te functioneren als een koopcentrum met een bovenlokale verzorgingsfunctie voor de direct omliggende kernen. Deze functie houdt in dat het (winkel)aanbod in het centrum de volgende karakteristieken dient te hebben:

- Meerdere supermarkten in verschillende segmenten en versspecialisten die aansluiten bij het aanwezig draagvlak vanuit de bovenlokale verzorgingsfunctie;
- Een pakket niet-dagelijkse winkels in het kernwinkelgebied. Doelgericht aankopen met daarbij een (beperkte) winkelfunctie;
- Aansluitend bij deze winkelfunctie een functie voor vermaak, aanwezige daghoreca is hierbij belangrijk om het verblijf in het centrum te stimuleren;
- Koopfunctie houdt in dat er voldoende parkeerplaatsen dienen te zijn en dat deze bovendien goed bereikbaar moeten zijn;
- De inrichting van de openbare ruimte moet aansluiten bij de functie van koopcentrum.

1.7 Uitgangspunten/ambitieniveau centrumplan

Aan het Masterplan Dedemsvaart Centrum moet nog vorm worden gegeven. Wel zijn enkele bouwstenen bekend, die de fundering vormt voor het te starten Masterplan Dedemsvaart Centrum. Deze bouwstenen zijn als onderdeel van de ruimtelijke visie in oktober 2007 gepresenteerd aan de Raad en vervolgens aan de "buitenwacht".

De bouwstenen bevatten de volgende uitgangspunten:

- Compactheid en verwervingskracht van het centrumgebied versterken;
- Compleet, compact en comfortabel;
- Functionaliteit winkelaanbod en parkeeraanbod handhaven c.q. versterken;
- Prioriteit geven aan schaalvergroting supermarkten en bieden van voldoende aanbod parkeerplaatsen op huidige of nieuwe locatie;
- Verbeteren van verkeerscirculatie in het centrum;
- Beperkte uitbreiding van winkelaanverwant aanbod in sfeer van horeca en dienstverlening;
- Investeren in verbetering kwaliteitsbeeld van bestaande winkelpanden en bijbehorende uitstallen, openbare ruimte, entrees, historische elementen en centrumranden.

¹ WVO = winkelvloeroppervlakte, ruimte zonder magazijn/kantoor ed.

Hoofdstuk 2. Analyse vraagzijde

Dit hoofdstuk beschrijft het koopgedrag van de consument in Dedemsvaart. Adviesbureau Goudappel Coffeng heeft in 2005 een distributie planologisch onderzoek verricht, welke ondermeer een beeld geeft van de koopkrachtbinding en de herkomst van de bezoeker. Deze analyse bevestigt de bovenlokale functie van het koopcentrum te Dedemsvaart.

2.1 Bevindingen koopstromen onderzoek 2005²

- Voor de dagelijkse aankopen zijn de inwoners van Dedemsvaart het sterkst georiënteerd op het eigen winkelapparaat. De koopkrachtbinding in deze artikelgroep is 95%, daarnaast is 30% van het draagvlak (4.900 klanten) afkomstig van buiten Dedemsvaart. Het totale draagvlak in de dagelijkse sector is 16.300 standaardconsumenten.
- In de niet-dagelijkse sector is 66% van de lokale bestedingen gebonden. Het draagvlak heeft een omvang van 13.200 standaardconsumenten. Een substantieel deel daarvan, 40%, is afkomstig van buiten Dedemsvaart (5.300 klanten).
- Voor de niet-dagelijkse artikelen gaan de inwoners van Dedemsvaart ook winkelen in grote aankoopplaatsen in de omgeving, zoals Zwolle en Hoogeveen.
- Het draagvlak dagelijkse artikelen van buiten Dedemsvaart komt voornamelijk uit de omliggende kernen Balkbrug en Slagharen (ongeveer 61 % van toevloeiing draagvlak). Ook voor de niet-dagelijkse artikelen zijn dit de belangrijkste herkomstgebieden.
- Sinds 2000 is het draagvlak in alle artikelgroepen toegenomen, in de artikelgroep kleding is de toename met 2.500 klanten het sterkst. Deze groei is het gevolg van een toegenomen oriëntatie op Dedemsvaart en toegenomen bevolkingsomvang.
- De consument beoordeelt de winkelvoorzieningen in Dedemsvaart positief, waarbij bezoekers van omliggende kernen over het algemeen positiever zijn dan de inwoners. Inwoners beoordelen de aspecten bereikbaarheid per fiets en de kwaliteit van de winkels het hoogst. Het aanbod aan daghoreca is daarentegen het laagst beoordeeld.
- Bezoekers van buiten Dedemsvaart waarderen met name het aantal winkels en de kwaliteit van de winkels hoog, maar ook bereikbaarheidsaspecten zijn zeer positief beoordeeld.

² Bron: Koopstromen onderzoek Goudappel Coffeng 2005

Hoofdstuk 3. Analyse aanbodzijde

Voor het verkrijgen van kwantitatief inzicht in de huidige detailhandelspositie van Dedemsvaart wordt de (hoofd)-branchering vergeleken met die van kernen met een zelfde omvang. De vergelijking toont in welke branches in Dedemsvaart er ruimte is voor uitbreiding van het aanbod, waar het aanbod evenredig is en waar er een overaanbod is.

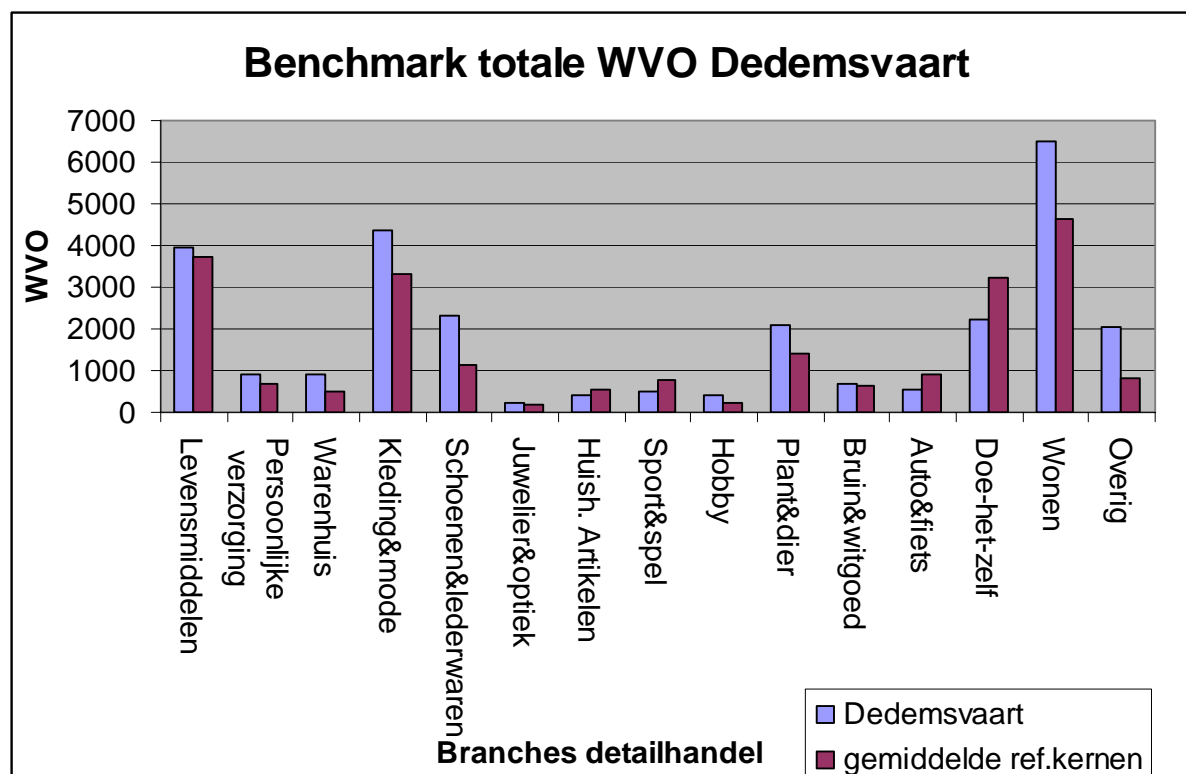
De benchmark geeft 'slechts' een indicatief beeld van de uitbreidingspotentie en marktmogelijkheden in de verschillende branches. Het geeft echter wel duidelijk een richting aan en onderbouwing voor verdere uitwerking van de ontwikkelingsplannen en dit brancherapport.

De volgende kernen zijn gebruikt als referentieplaatsen:

- Beilen, het grootste dorp van de gemeente Midden Drenthe.
- Goor, binnen de gemeente Hof van Twente de grootste kern.
- Klazienaveen, na Emmen het grootste dorp in de gemeente Emmen.
- Ommen, de grootste kern binnen de gelijknamige gemeente.

Klazienaveen en Beilen hebben net als Dedemsvaart een functie als koopcentrum met een bovenlokale functie richting de omliggende kernen. Goor en Ommen hebben in mindere mate een verzorgende functie richting omliggend gebied.

3.1 Dedemsvaart vergeleken: kwantitatief en kwalitatief

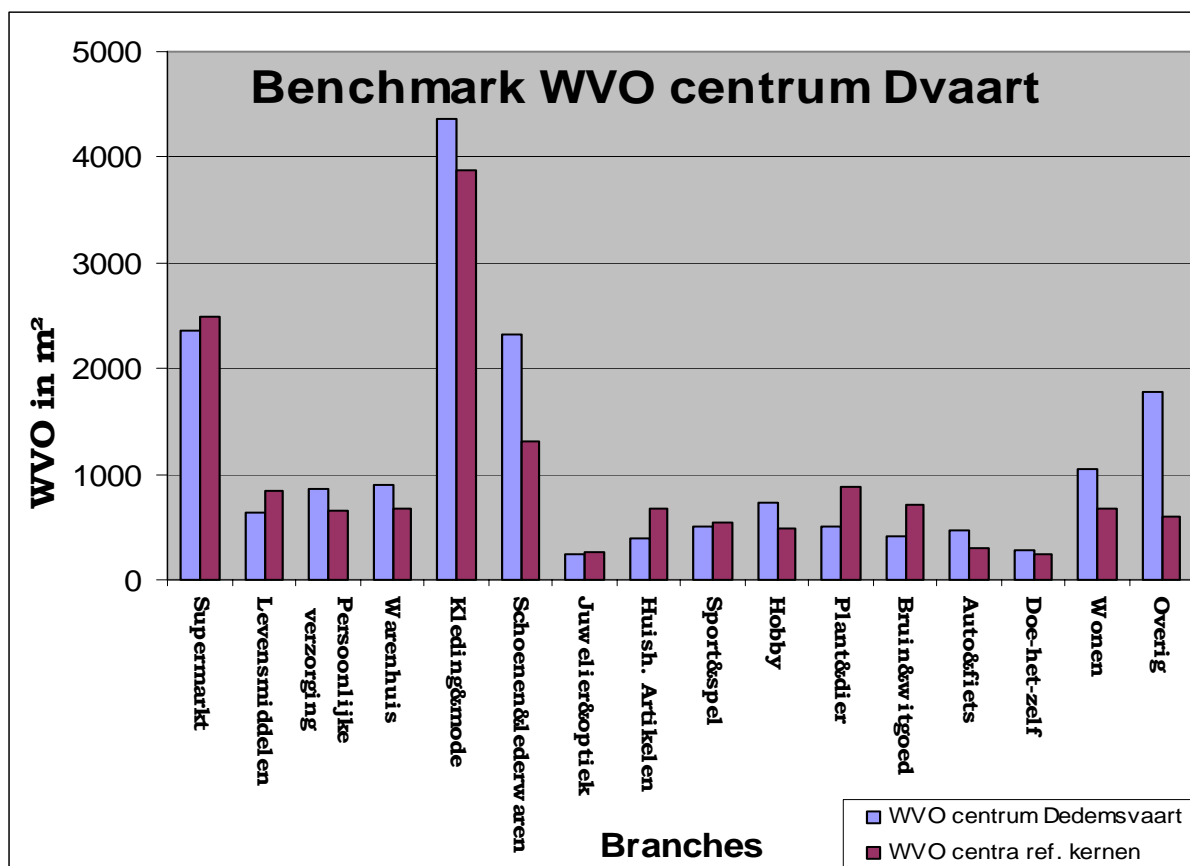


Grafiek 3. Benchmark WVO Dedemsvaart

Op de vorige pagina is de branchering op het niveau van de kern Dedemsvaart weergegeven. Dit geeft een algemene indruk van de detailhandelspositie van Dedemsvaart als kern. In deze analyse kunnen echter forse vertekeningen ontstaan, bijvoorbeeld als gevolg van het al dan niet bestaan van grootschalige of perifere winkelconcentraties in gemeenten.

Daarom is het winkelareaal in het centrum van Dedemsvaart vergeleken met het detailhandelsaanbod in de centra van de bekende referentieplaatsen. Deze grafiek is op de volgende pagina in te zien en vormt het meetinstrument voor de nadere beschouwing van de brancheanalyse.

In bijlage 1 is overigens cijfermatig het aanwezige VWO van de verschillende kernen weergegeven.



Grafiek 4. Benchmarkt winkelcentra WVO Dedemsvaart

3.2 De brancheanalyse nader beschouwd

De twee hoofdsegmenten dagelijks en niet-dagelijks

Dedemsvaart profileert zich als een kern met een boodschappenfunctie, dit betekent doelgericht winkelen. Uit de benchmark blijkt dat er marktruimte over is voor levensmiddelen en persoonlijke verzorging (dagelijkse artikelen).

Het aanbod van niet-dagelijkse artikelen is op peil, binnen enkele branches is het aanbod aan de lage kant. Daar zou toevoeging plaats kunnen vinden.

Levensmiddelen

Het aanbod van supermarkten in het centrum van Dedemsvaart is gemiddeld.

Het aanbod in Dedemsvaart wordt bepaald door de formules Aldi, Jumbo, C1000 en Lidl. De Aldi en Jumbo bevinden zich aan de noordzijde van de Julianastraat, terwijl de C1000 aan de Markt is gevestigd. De Lidl bevindt zich in de schil van het centrum.

De bestaande formules bedienen de verschillende segmenten (van hoog naar laag) binnen Dedemsvaart en omliggende kernen.

Uitbreiding van het supermarktareaal door toevoeging van een extra formule is niet haalbaar, vanwege de aanwezigheid van vier volledig complementaire supermarkten. Schaalvergroting op huidige locaties is ruimtelijk niet mogelijk, dit zou verplaatsing betekenen.

Op het gebied van overige levensmiddelen- en verswinkels beschikt Dedemsvaart over een redelijk laag aanbod. Er lijkt ruimte voor verswinkels die op dit moment niet aanwezig zijn in Dedemsvaart. Een visspecialist, een delicatessenzaak en/of een kaas-notenspecialist ontbreekt.

Persoonlijke verzorging

Het centrum van Dedemsvaart heeft een bovengemiddeld aanbod van winkels op het gebied van persoonlijke verzorging. Toevoeging is niet wenselijk.

Warenhuis

Er is een warenhuis aanwezig, welke qua verkoopvloeroppervlakte voldoet aan het gemiddelde. Er is dan ook geen ruimte voor toevoeging in deze branche.

Kleding & mode

Een echte uitschieter in het Dedemsvaartse detailhandelaanbod is de kledingbranche. Gezien de marktcontext en de benchmark is het huidige aanbod ruim voldoende. De verschillende doelgroepen worden voldoende bediend. Toevoeging is dus geen optie.

Schoenen & lederwaren

In deze branche heeft Dedemsvaart een bovengemiddeld aanbod. Toch wordt het hoogste segment³ niet bediend door de ondernemers in Dedemsvaart. Daar ligt wellicht nog een kans voor Dedemsvaart.

Juwelier & optiek

Dedemsvaart kent één opticien en drie juweliers. Dat is voldoende voor Dedemsvaart.

Huishoudelijke en cadeau-artikelen

Er zijn vier winkels aanwezig ten behoeve van de branches huishoudelijke en cadeau-artikelen. Deze vier winkels nemen gezamenlijk relatief weinig WVO in, daarom is er ruimte voor een winkel die zich specialiseert in huishoudelijke en cadeau-artikelen.

Sport, spel en ontspanning

Op het gebied van speelgoed lijkt het aanwezige aanbod voldoende. Er is tevens een sportwinkel in Dedemsvaart. Het aanbod in deze branche is voldoende vertegenwoordigd.

³ Hoogste segment, aanbieders van merken zoals Van Bommel/Greve.

Bruin en witgoed

Uit de benchmark blijkt dat er in deze branche nog toevoeging van het bestaande aanbod in het centrum mogelijk is. Buiten het centrum bevindt zich al wel een grote electro speciaal zaak met een winkelvloeroppervlakte van 1600 m².

Boeken, tijdschriften en cd's

Een boekenspeciaalzaak ontbreekt in Dedemsvaart. Toevoeging op het bestaande aanbod is wenselijk.

Plant & dier

In deze branche is voldoende breed aanbod gevestigd in het centrum.

Auto en fiets

In deze branche is voldoende breed aanbod gevestigd in het centrum.

Doe-het-zelf

Er bevindt zich een winkel bij de entree van het winkelcentrum en de andere winkel bevindt zich op een andere perifere locatie in Dedemsvaart. Gezien het volumineuze karakter van de producten is er in het centrum van Dedemsvaart geen ruimte voor deze branche.

Woninginrichting

Op een babyspeciaalzaak na, bevinden de meeste winkels uit deze branche zich buiten het winkelcentrum. Gezien het volumineuze karakter van de producten is toevoeging in het centrum niet wenselijk.

Horeca en leisure

De horeca bevindt zich buiten het detailhandelsaanbod. Daarom is deze branche niet meegenomen in de benchmark. Voor het slagen van de winkelfunctie van Dedemsvaart is wel van belang er in het centrum van Dedemsvaart daghoreca aanwezig is. Gezien het huidige beperkte aanbod van daghoreca is toevoeging wenselijk. Dit onderwerp zal nader worden behandeld in dit rapport als het zal gaan om de daadwerkelijke invulling. Leisure (overdag vermaak) is ter stimulering van het verblijf zeer zeker een optie in Dedemsvaart, waar het aanbod op dit gebied minimaal is.

3.3 Filialen- en ketenanalyse

De keten- en filialenanalyse geeft inzicht in de mate van filialisering per branche en de stand van zaken met betrekking tot de bestaande huisvesting van reeds gevestigde keten- en filiaalbedrijven.

In Dedemsvaart is een groot aandeel zelfstandige ondernemers gevestigd. Dit is een bijzondere kwaliteit van het winkelcentrum. Deze kwaliteit mag ook niet verloren gaan door grenzeloze toevoeging van keten- en filiaalbedrijven.

Levensmiddelen

Op het gebied van supermarkten is het aanbod in Dedemsvaart fors en volledig gefilialiseerd. Opvallend is dat de vestigingen van Jumbo en Aldi klein zijn. Deze komen voor uitbreiding in aanmerking.

In de overige levensmiddelenwinkels zien we een lage aanwezigheid van ketenbedrijven, conform het algemene beeld in Nederlandse centrumgebieden.

Persoonlijke verzorging

Dedemsvaartse drogisterijen behoren allen tot landelijk opererende formules. De winkels dekken gezamenlijk bijna het volledige, door de hedendaagse consument gewenste, kwaliteitsspectrum, af.

Warenhuis

De bestaande vestiging van de Hema heeft een hedendaagse maat. Geen toevoeging.

Kleding & mode

Meer dan de helft van de kledingwinkels hebben een zelfstandige eigenaar. Gezien het ruime aanbod is toevoeging van meerdere ketenformules niet wenselijk.

Schoenen & lederwaren

Het lagere segment wordt bediend door de ketenformules. Het hogere segment wordt bediend door zelfstandige ondernemers. Dit is een situering conform het algemene beeld in Nederlandse centrumgebieden. Toevoeging is niet wenselijk.

Juwelier & optiek

Het aanbod wordt voldoende aangeboden door zelfstandige ondernemers.

Huishoudelijke en cadeau artikelen

Er is een evenwichtige mix tussen ketenbedrijven en zelfstandige ondernemers. Een landelijke formule zou aanvullend kunnen toetreden.

Sport, spel en ontspanning

Er is één ketenformule op het gebied van sportartikelen aanwezig in Dedemsvaart. Er zijn twee ketenformules aanwezig die speelgoed verkopen. Deze branche is voldoende vertegenwoordigd door de ketenformules.

Bruin en witgoed

Er is hier een mix tussen een ketenformule met elektra/computers en zelfstandige bedrijven (in en rond het centrum). Er lijkt marktruimte aanwezig.

Boeken, tijdschriften en cd's

Er zijn twee ketenformules in deze branche aanwezig. Een boekenspecialzaak (kan ketenformule zijn) zou hier een mogelijkheid kunnen zijn.

Plant & dier

Er is een evenwichtige mix tussen ketenbedrijven en zelfstandige ondernemers. Toevoeging is niet wenselijk.

Auto en fiets

De ketenformule met automaterialen gaat zich verplaatsen naar een locatie buiten het centrum. Het aanbod van zelfstandige ondernemers in het centrum is verder voldoende.

Doe-het-zelf

Er bevinden zich twee ketenformules buiten het centrum. Gezien het volumineuze karakter van de producten is toevoeging in het centrum niet wenselijk.

Woninginrichting

In deze branche bevinden zich louter zelfstandige ondernemers die zich, op een enkele ondernemer na, buiten het centrum bevinden. In het centrum zijn verder geen ketenformules gewenst.

3.4 Conclusies winkelaanbod centrum Dedemsvaart

In de voorgaande paragrafen is de detailhandelspositie grotendeels vanuit de kwantitatieve context geanalyseerd en vergeleken. Daaruit mag geconcludeerd worden:

- Levensmiddelen: Supermarkten uitbreiden naar hedendaagse maat. Eventuele uitbreiding/toevoeging van het aanbod verswinkels en overige levensmiddelen;
- Schoenen en lederwaren; eventueel aanbieder in het hoogste segment.
- Bruin- en witgoed; toevoeging mogelijk.
- Huishoudelijke artikelen; beperkte toevoeging mogelijk.
- Boeken, tijdschriften en Cd's: mogelijkheid tot toevoeging boekenspecialzaak.

Naast de puur kwantitatieve gronden voor toevoeging van winkelbedrijven bestaan in Dedemsvaart ook ontwikkelingspotenties op de volgende kwalitatieve gronden:

1. Als gevolg van verplaatsingsbehoefte van ondernemers;
2. Uit de behoefte van individuele ondernemers om hun formule te verbeteren;
3. Als gevolg van groei van de onderneming.

Hoofdstuk 4. Trends en ontwikkelingen

Alvorens op basis van de positionering en de benchmark over te gaan tot inkadering en segmentering van het branchepatroon, is het belangrijk de actuele trends en ontwikkelingen vanuit zowel de vraag- als de aanbodzijde te inventariseren. De voor Dedemsvaart relevante trends moeten bij de invulling van het Masterplan met branches en winkelformules worden ingebracht, teneinde te bereiken dat een centrum tot stand komt dat voldoet aan de hedendaagse en toekomstige eisen van de consument (vraagzijde) en dat duurzaam economisch kan functioneren.

4.1 Trends en ontwikkelingen vraagzijde

De 'grillige' en kritische consument

De vragen en eisen van consumenten zijn continu aan verandering onderhevig. Door toenemende individualisering kunnen we echter steeds minder van 'de' consument spreken. Een grotere verscheidenheid aan culturen, leefstijlen en huishoudentypen leidt tot een sterke toename van het aantal doelgroepen en nichemarkten. Maar ook het (koop)gedrag van de individuele consument wordt steeds minder eenduidig. Zo kan één en dezelfde consument een grote supermarkt bezoeken voor zijn wekelijkse boodschappen, een kleinere supermarkt voor boodschappen tussendoor en de discountsupermarkt voor een beperkt aantal goedkope artikelen.

Recreatief winkelen neemt toe

'De vrije tijd voor de consument neemt gemiddeld toe'. Dit is een zichtbare trend. Tegelijkertijd nemen de mogelijkheden om die vrije tijd te besteden nog veel sneller toe, waardoor de consument toch tijd tekort heeft. Een consument heeft veel minder 'zin' om tijd te besteden aan de aanschaf van zijn wekelijkse boodschappen. Voor recreatief winkelen naar meer duurzame goederen wordt wel meer tijd ingeruimd, maar dan dient het winkelen ook een persoonlijke beleving te zijn.

4.2 Trends en ontwikkelingen aanbodzijde

Schaalvergroting versus schaalverkleining

De consument eist een compleet aanbod en keuze, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. Winkelgebieden worden groter. Ook van winkels zelf neemt het verkoopvloeroppervlakte (VVO) toe. Zo was bijvoorbeeld een supermarkt van 600 à 800 m² VVO enkele jaren geleden voldoende groot. Nu heeft een volwaardige supermarkt al gauw het dubbele oppervlak nodig. Als schijnbare 'tegenbeweging' vindt schaalverkleining en doelgroeporiëntatie plaats. Winkelketens proberen zich door specialisatie in kleine winkels te onderscheiden. In samenhang met specialisatie zijn nieuwe winkelconcepten ontwikkeld zoals 'brandstores' (uitsluitend of overwegend producten van één bepaald merk) en 'convenience-concepten' (bijvoorbeeld AH-to-go, snacks, kant-en-klaar-maaltijden).

Opkomst van Factory Outlet Centra

Factory Outlet Centra (FOC) zijn ruimtelijk-functioneel geclusterde fabriekswinkels die merkproducten tegen hoge kortingen verkopen. Het aanbod bestaat onder andere uit kleding en schoeisel van retourzendingen of restpartijen van het voorgaande seizoen. In Roermond kennen we dit concept onder de naam Designer Outlet Centre (DOC).

Branchevervaging

Branchevervaging treedt in veel sectoren binnen de detailhandel op: het aangeboden assortiment is anders dan gebruikelijk in de oorspronkelijke branchegroep. Voorbeeld: drogisterijen die ook speelgoed verkopen en supermarkten waar ook computers worden verkocht.

Internet: meer mogelijk

Veel bestaande winkel- en postorderbedrijven hebben hun activiteiten uitgebreid via internet. Boodschappen doen via internet (en thuis laten bezorgen) is ook mogelijk. In de eerste helft van 2008 is de omzet van online winkelen gestegen naar 2,3 miljard euro. een groei van 24 procent ten opzichte van de eerste helft van 2007. Dit blijkt uit de cijfers van de Thuiswinkel Markt Monitor. E-Commerce bevindt zich dus in de lift.

Consumenten gebruiken internet in de oriëntatie en transactiefase, bijvoorbeeld om te kijken of een bepaald artikel in voorraad is. Toch blijft het marktaandeel nog klein.

De aankopen blijven voornamelijk beperkt tot 'emotieloze' artikelen van meestal uniforme kwaliteit (boeken, CD's, reizen). Voor artikelen met veel emotionele waarde en waarbij kijken en vergelijken centraal staat, blijft de fysieke winkel hét verkoopkanaal.

4.3 Aandachtspunten voor het centrumplan Dedemsvaart

Alle geschetste trends en ontwikkelingen in de detailhandel zijn in meer of in mindere mate van invloed op en van belang bij de ontwikkelingen van het centrumplan. Met de kenmerken van een koopcentrum met daarbij een lokale verzorgingsfunctie in het achterhoofd, zijn de volgende onderwerpen als voornaamste aandachtspunten gedistilleerd:

- Recreatief winkelen (funshoppen) neemt toe. De consument wil tijdens het winkelen vermaakt worden (horeca en leisure) in een attractieve ruimtelijke context;
- De consument is veeleisender geworden en stelt hoge eisen aan variatie van een winkelarea met de daarbij horende voorzieningen zoals comfortabel en dichtbij parkeren;
- Schaalvergroting. Dit speelt vooral bij de supermarkten, wiens assortiment nog altijd groeiende is. In Dedemsvaart groeien de supermarkten uit hun jasje. Er moet voldaan kunnen worden aan de uitbreidingsvraag.

Hoofdstuk 5. Invullingfilosofie centrumplan Dedemsvaart

In hoofdstuk 1 is reeds het ambitieniveau van het te vormen Masterplan Dedemsvaart Centrum weergegeven. Er is reeds een ruimtelijke visie opgesteld voor het centrum van Dedemsvaart. Deze ruimtelijke visie geldt als kapstok voor de overige plannen.

Hetgeen is vastgelegd in deze ruimtelijke visie hoeft overigens niet inherent te zijn aan de uiteindelijke herinrichting van het centrum Dedemsvaart. Uit onderzoeken of nieuwe inzichten kan blijken dat er tijdens de planvorming van het Masterplan veranderingen in de ruimtelijke visie plaatsvinden.

De ruimtelijke visie spitst zich toe op de volgende onderdelen:

Het centrumgebied van Dedemsvaart richt zich tot de Julianastraat, Markt, Marktstraat en Wisseling. Binnen dit gebied wordt in de winkelfunctie een onderscheid gemaakt tussen het noordelijk deel van de Julianastraat en het overige winkelgebied;

- Dedemsvaart krijgt een compleet, compact en comfortabel kernwinkelgebied (Markt, Marktstraat, Wisseling en Julianastraat-zuid). Compleet betekent in deze het volledige (winkel)aanbod in het kernwinkelgebied. Compact is dat de winkels dicht bij elkaar zijn gevestigd en comfortabel betekent dat er voldoende parkeerplaatsen zijn rondom het kernwinkelgebied en dat er in de nabijheid van de winkels geparkeerd kan worden;
- In Julianastraat-noord wordt de mogelijkheid geboden voor een mix van functies en krijgt de openbare ruimte een eigentijdse kwaliteitsimpuls. Doelgericht winkelen, dienstverlening, culturele functies en ook woon/werken is hier een mogelijkheid. Dit betekent dat ook hier voor de deur van de winkel/het kantoor moet worden geparkeerd.
- Op enkele locaties rond de Markt is renovatie dan wel nieuwbouw van een groot aantal vierkante meter winkels met daarboven woningen gewenst.
- Er moet geïnvesteerd worden in een verbetering van het kwaliteitsbeeld van bestaande winkelpanden en uitstallingen, de openbare ruimte, entrees, historische elementen en centrumranden. Daarnaast moet de relatie met de Vaart worden verbeterd. Deze kwaliteitsverbeteringen hebben als doel het verblijfsklimaat in Dedemsvaart te stimuleren.
- De verkeerscirculatie in het centrum van Dedemsvaart moet duidelijk zijn voor bezoekers van de kern.

In bijlage 1 is een nadere uitwerking van de uitgangspunten van de ruimtelijke visie weergegeven.



Figuur 5. Aanzicht Markt, schets mogelijke nieuwbouw aan de Markt

Hoofdstuk 6. Segmentatie detailhandel

6.1 Segmentatie

Hieronder wordt puntsgewijs ingegaan op de te bedienen aanbodsegmenten in het centrum van Dedemsvaart. Als eerste wordt de huidige structuur belicht om inzicht te krijgen in het functioneren van het centrumgebied. Daarbij wordt gekeken naar de de indeling in segmenten, die komt voort uit de combinaties van branches die met verschillende motieven door de winkelconsument worden aangedaan. Vaak zien we in winkelgebieden dezelfde soort winkels bij elkaar zitten.

De gehanteerde branche-indeling is erop gericht te sturen op de totstandkoming van complete aanbodpakketten die overeenstemmen met de beoogde winkelfunctie van Dedemsvaart. Ter verduidelijking van de gehanteerde categorieën is het navolgende overzicht opgenomen, waarin tevens een voorbeeld wordt gegeven van typen winkels/assortimenten.

type aankoopproces	branchecategorie	winkel/assortiment
boodschappen doen	voedings-/genotmiddelen	
<i>efficiënte weekaankopen</i>		<i>supermarkt</i>
<i>vers-/speciale aankopen</i>		<i>versspeciaalzaak (divers)</i>
<i>vergeten boodschappen</i>		<i>buurtwinkel</i>
doelgericht kopen	huishoudelijke assortimenten	
<i>regelmatige aankopen</i>	<i>semi-duurzame verbruiksartikelen</i>	<i>drogist/bloemen/dieren/huishoudelijke art.</i>
<i>incidentele aankopen</i>	<i>duurzame gebruiksartikelen</i>	<i>woninginr/woningacc./electro/d-h-z/fietsen</i>
vergelijkend winkelen	persoonlijke assortimenten	
<i>vergelijken tussen winkels</i>	<i>mode artikelen</i>	<i>kleding/schoenen/accessoires/algemeen text</i>
<i>vergelijken tussen winkels</i>	<i>mode-gelieerde artikelen</i>	<i>juwelier/optiek/parfumerie</i>
<i>kiezen binnen een winkel</i>	<i>special interest artikelen</i>	<i>boeken/cd's/speelgoed/sport/cadeaus/foto</i>
	diensten en horeca	
	<i>zakelijke, balie diensten</i>	<i>bank, postagent, reis/uitzendbureau, videotheek</i>
	<i>persoonlijke, ambachtelijke diensten</i>	<i>kapper, apotheek, stomerij</i>
	<i>horeca</i>	<i>lunchroom, bar, restaurant fastfood</i>

Op de volgende pagina wordt een toelichting gegeven op de verschillende segmenten en de betekenis voor Dedemsvaart.

Boodschappen doen

Voor deze aankopen moet het centrum van Dedemsvaart (koopcentrum) een zo compleet mogelijk aanbod hebben. Uitgangspunt hierbij is dat een hoge binding wordt bereikt. De supermarkten zijn de primaire trekkers. Qua kwaliteitsspectrum zullen de verschillende bevolkingsegmenten (qua koopkracht) bediend moeten worden. Daarbij zijn trends als schaalvergroting van toepassing op deze branche, dat betekent dat er ruimte geboden moet worden voor uitbreiding. Ook met gespecialiseerde food-aanbieders (vers) krijgt het centrum van Dedemsvaart een complete invulling.

Doelgericht kopen

Het segment van de (frequent benodigde) semi-duurzame verbruiksartikelen (shampoo, parfum ed) vormt in de praktijk grotendeels een geheel met het boodschappensegment. Dit segment is dus onmisbaar voor Dedemsvaart en moet er sprake zijn van duplicatie om als sub-trekker te kunnen fungeren. Voorbeelden hiervan zijn drogisterijen en winkels met huishoudelijke artikelen.

Het aanbod van incidentele duurzame aankopen bevindt zich zowel in het centrum van Dedemsvaart als daarbuiten. Aanbod van volumineuze duurzame artikelen behoren buiten het centrum, op het gebied van bijvoorbeeld electro zou het aanbod zich in het centrum moeten bevinden.

Vergelijkend winkelen

Om de winkelronde in Dedemsvaart succesvol te laten zijn, moet er de mogelijkheid zijn om beperkt vergelijkend te winkelen. Dit betekent funshoppen in zowel de modische branche (kleding en schoenen) als de aan mode gelieerde branche (juwelier/optiek).

Diensten en horeca

Diverse diensten (bijvoorbeeld uitzendbureau, makelaar) worden gebruikt op basis van gemak, comfort en efficiency. Het gebruik maken van diensten gebeurt vaak in combinatie met de dagelijkse boodschappen. Het is in deze branche belangrijk dat er dicht in de buurt of voor de deur van de dienstverlener geparkeerd kan worden. Horeca is een element dat bijdraagt tot verlevendiging van het centrum van Dedemsvaart en leidt tot een verhoging van de verblijfs waarde. Vanuit het vergelijkend winkelen (funshoppen) bestaat er synergie met de horeca.

Leisure

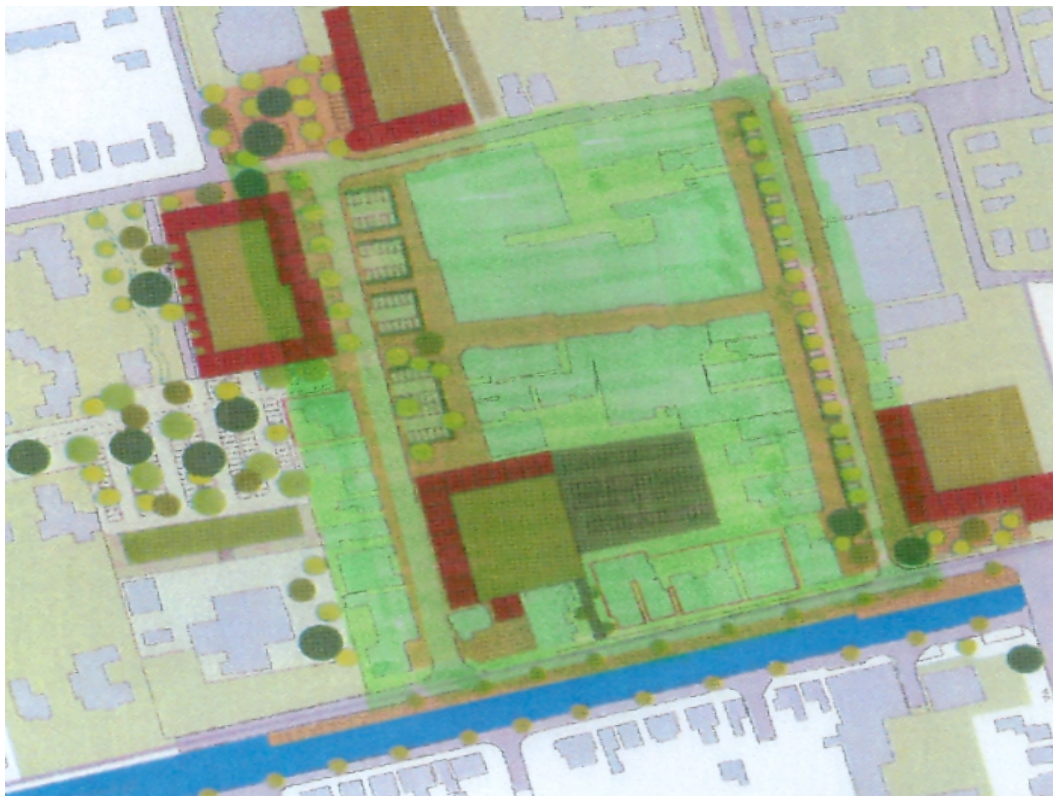
Wat in de buurt komt van horeca is de mogelijkheid tot leisure (vermaak) in het centrum van Dedemsvaart. Dit zou eventueel tot de mogelijkheden kunnen behoren in het kernwinkelgebied.

6.2 Identificatie en ontwikkeling deelgebieden

Het winkelgebied in Dedemsvaart is momenteel niet compact, in het centrum zijn twee deelgebieden te onderscheiden. Deze conclusie is getrokken in de vastgestelde detailhandelsstructuurvisie. De identificatie en de daarbij wenselijke ontwikkeling van het centrumgebied is als volgt⁴:

Het gebied Julianastraat-Marktstraat-Markt-Wisseling is het winkelconcentratiegebied binnen Dedemsvaart. Binnen dit gebied is er (zichtbaar) sprake van combinatiebezoek. Trekkers als de supermarkt en het warenhuis zorgen hier voor grote klantentoeestroom, ondersteund door het parkeren op de Markt. De Marktstraat is een belangrijk as die twee sterke gebieden met elkaar verbindt. Er moet gestreefd worden naar een verdergaande concentratie van winkels in dit kernwinkelgebied en het op orde houden van de randvoorwaarden (parkeren en ontsluiting). De Markt dient haar boodschappenfunctie te versterken door het herbergen van supermarkten/versclusters aan de Markt. Aangezien de Markt veel vestigingsruimte omvat zal ook het niet-dagelijkse segment (doelgericht vergelijkend winkelen en horeca) zich op de Markt moeten kunnen vestigen.

Het noordelijke deel van de Julianastraat met twee supermarkten en twee discount-winkels kan rekenen op een flink aantal bezoekers. Dit gebied kenmerkt zich als een doelgericht winkelcluster: Men gaat hier doelgericht heen voor het bezoek van één of enkele winkels. Door de onderlinge afstand bestaat er weinig synergie tussen de twee gebieden. Er moet een duidelijk profiel aan het noordelijke deel worden toegekend. Doelgerichte, min of meer “solistisch opererende” economische of culturele functies zouden zich hier kunnen vestigen.



Figuur 6. Overzicht kernwinkelgebied Dedemsvaart

⁴ Bron: Detailhandelsstructuurvisie gemeente Hardenberg, deelrapport Dedemsvaart

6.3 Invullingprofiel (sub)branchering

Om te berekenen wat de marktruimte is in de verschillende branches, heeft adviesbureau Seinpost de onderstaande berekening gemaakt. Om een goed beeld te krijgen van de eventuele uitbreidingsmogelijkheden of overbewinkeling in het winkelgebied wordt het mogelijke aantal vierkante meters detailhandel (op basis van aantal inwoners in vergelijking met het draagvlak) afgezet tegen het aanwezige aantal vierkante meters detailhandel.

De gebruikte gegevens komen uit het koopstromenonderzoek 2005, het Locatus-bestand 2008, het HBD⁵ en de Retailverkenner (programma Seinpost).

Marktruimte huidige situatie vs. huidig aanbod 2008					
Branche	Binding	Toevloei	Mogelijk m ² WVO	Aanwezige m ² WVO	Ruimte?
Supermarkten	95%	30%	4380	3170	1210
Versspecialisten & drogisten	95%	30%	1704	1630	75
Kleding	50	50	3080	4050	-
Schoenen & lederwaren	65	50	1100	439 (excl. 1.900 m ² Bristol&Scapino)	+/-
Huishoudelijk	82	40	1083	398 (excl. 890 m ² Hema)	+/-
Electro	84	41	1106	679	427
Bloemen & planten	90	20	802	344 (excl. tuincentra)	+/-

Figuur 7. Berekening marktruimte. Bron: Seinpost adviesbureau

Op grond van bovenstaande tabel kan worden geconcludeerd dat er marktruimte is voor supermarkten en electro (bruin- en witgoed).

Voor de branches huishoudelijke, luxeschoenen & lederwaren en bloemen en planten geldt dat het aanbod vertroebeld wordt door grote aanbieders als respectievelijk Hema, Scapino/Bristol en de tuincentra. Deze grotere winkels voeren een deelasortiment dat duidelijk overlap heeft met de specialistische zaken. Indicatief zou voor dergelijke branches ruimte zijn voor een extra specialistische aanbieder, waarbij het onderscheidend vermogen belangrijk is (specialist versus generalist/warenhuis/discount).

⁵ HoofdBedrijfschap Detailhandel

In de volgende tabel wordt een indicatie gegeven van de mogelijk toe te voegen metrage en formules in de branches waar op basis van de benchmark en de berekening marktruimte mogelijkheden zijn.

Branche	m² BVO⁶	Doel	Voorbeeldformules
Levensmiddelen	Jumbo: + 800 C1000: + 500 Aldi: +500 ⁷	Schaalvergroting supermarkten	Jumbo, C1000, Aldi
Versterking versclusters	100	Toevoeging versclusters	Jamin, chocolaterie, kaas/noten, viszaak
Bruin & Witgoed	750	Toevoeging formule	Dixons, It's
Huishoudelijk	250	Toevoeging formule	Blokker, Xenos
Horeca/leisure	200	Toevoeging daghoreca/vermaak	Lunchroom

Gelet op de marktcontext van Dedemsvaart in combinatie met het bestaande detailhandelsaanbod zijn er in de overige branches geen toevoegingsmogelijkheden. Wel moet de mogelijkheid geboden worden aan zittende ondernemers om uit te breiden/te verplaatsen in verband met schaalvergroting.

Er dient wel een nuancering te worden aangebracht in de verrichte kwantitatieve analyse (benchmark en berekening marktruimte).

De cijfers dienen te worden gebruikt als leidraad en niet als instrument voor het toe te voegen verkoopvloeroppervlakte in Dedemsvaart. De praktijk in Dedemsvaart heeft bewezen dat de cijfers niet altijd overeenkomen met de bestaande situatie. Een voorbeeld hierbij: De kwantitatieve analyse geeft aan dat er een overaanbod is in Dedemsvaart in de branche kleding. Toch blijkt uit de praktijk dat de aanbieders in de branche het goed doen en er zelfs bij enkele ondernemers een uitbreidings/verplaatsingsbehoefte bestaat.

⁶ BVO = Bruto vloeroppervlakte. Ruimte inclusief kantoor/magazijn ed.

⁷ Met vertegenwoordigers van Jumbo en C1000 is gesproken over uitbreidingsbehoefte. Met de Aldi moet nog een gesprek plaatsvinden.

6.4 Ruimtelijke invulling

Het Masterplan Dedemsvaart Centrum zal een nieuwe dimensie toevoegen aan het centrum van Dedemsvaart, waardoor een prettiger en attractiever verblijfs- en ook koopmilieu ontstaat.

Schetsen vanuit de ruimtelijke visie geven enkele indicaties aan waar er in het centrum van Dedemsvaart woon/winkelblokken gerealiseerd kunnen worden. Drie blokken aan de Markt en een woon/winkelblok op de hoek Julianastraat/Moerheimstraat. Dit zijn nadrukkelijk indicaties en zijn derhalve geen concrete plannen.

In afwijking van de drie bouwblokken aan de Markt ligt het project “hoek Julianastraat/Moerheimstraat” reeds bij een projectontwikkelaar. Dit project bevindt zich momenteel in de ontwerpfase.



Figuur 8. Schets centrum Dedemsvaart. Zuidkant 3 projecten aan de Markt.

Het is duidelijk wat er qua toevoeging vanuit de dagelijkse en niet-dagelijkse branche mogelijk/wenselijk is in Dedemsvaart.

De “interne” verplaatsingsbehoefte van zittende ondernemers (naar de Markt of Julianastraat-Moerheimstraat) is op dit moment nog niet bekend. Deze inventarisatie wordt momenteel verricht. Zodra de resultaten hiervan bekend zijn, kan er een concrete inschatting worden gemaakt van het totaal in te vullen winkelvloeroppervlakte in Dedemsvaart. Deze inventarisatie wordt verricht door de heer G. Froeling, die als vertrouwenspersoon namens de gemeente Hardenberg de zittende ondernemers in Dedemsvaart gaat vragen naar hun toekomstplannen.

Hoofdstuk 7. Beschrijving (vervolg) proces

Beschrijving vervolg proces

Ten behoeve van de bepaling en de effectuering van het gewenste invullingsprofiel, zal er een BranceAdviesCommissie (BAC) in het leven worden geroepen. In deze commissie worden belangen en kennis ten aanzien van de winkelinvulling van het Masterplan samengebracht. De rol van de commissie is adviserend van aard naar de verhuur/verkoopactiviteiten van de nog aan te wijzen ontwikkelaar.

Samenstelling van de BAC

Vanuit drie invalshoeken bestaat belang bij de toekomstige invulling van het Masterplan en kunnen kennis en ervaring die relevant zijn voor de verhuur/verkoop ingebracht worden:

- De verantwoordelijkheden voor de verhuur/verkoop zal bij de ontwikkelaar liggen. Die heeft kennis van/ervaring met de verhuur/verkoopmarkt en draagt het projectrisico. De gemeente is bezig een coördinerend projectontwikkelaar te selecteren.
- Als partner in het proces en vanwege het belang van het centrum van Dedemsvaart heeft ook de gemeente een belang bij de aard en kwaliteit van de winkelinvulling. De gemeente opereert daarbij enerzijds vanuit het doel een duurzaam attractief centrum tot stand te brengen en anderzijds als verantwoordelijke voor de aansluitende openbare ruimte.
- Verder zijn ondernemers een belangrijke partij, omdat reeds gevestigde en nieuwe ondernemers samen de kwaliteit en aantrekkingskracht van het centrum gestalte moeten geven. Om individuele belangenverstremming te voorkomen zullen voor de bewaking van dit belang vertegenwoordigers van de ondernemers (HBD, MKB Nederland en/of KVK) een rol vervullen.

Bij de uiteindelijke samenstelling van de BAC gelden de volgende overwegingen.

- Ten behoeve van efficiency en slagvaardigheid zal de BAC niet te omvangrijk zijn;
- Deelnemers hebben alle een duidelijk rol in het proces van totstandkoming van de visie en in advisering terzake en beschikken over relevante expertise en draagvlak;
- Personen met een direct zakelijk belang kunnen geen deel uitmaken van de BAC;
- De kerngroep van de BAC zal in de specifieke situatie in Dedemsvaart bestaan uit:
 - > Vertegenwoordigers van de ontwikkelaar;
 - > Vertegenwoordigers van de gemeente;
 - > Vertegenwoordiger van HBD/MKB Nederland;
 - > Vertegenwoordiger van KVK voor breed economisch belang.
- De kerngroep kan bij de ontwikkeling van de brancheringsvisie uitgebreid worden met een lokale vertegenwoordiger van de ondernemers die draagvlak heeft, maar geen direct zakelijk belang;
- Deze lokale ondernemersvertegenwoordiger kan de BAC desgewenst ten tijde van de verhuur/verkoopfase ad hoc met advies bijstaan;

De gemeente vervult de voorzittersrol van de BAC, tenzij in overleg anders wordt besloten. De secretariaatsrol zal in nader overleg door de gemeente of door de ontwikkelaar vervuld worden.

Proces

1. *Startnotitie*

De stuurgroep Masterplan Dedemsvaart Centrum stelt een startnotitie voor de branchering op. Hierin worden aard van de opgave, doelen en taken van de BAC en de samenstelling en werkwijze ervan uiteengezet. Op basis van die notitie wordt de BAC formeel geïnstalleerd door de stuurgroep (na advisering door de adviesgroep).

2. Brancheringsvisie

De BAC stelt een brancheringsvisie op die de leidraad vormt voor invulling van het Masterplan met branches en formules. De visie richt zich specifiek op het Masterplan, maar vertrekt vanuit een visie op een evenwichtige ontwikkeling van het hele centrum. Daartoe wordt in de visie ook aandacht besteed aan mogelijkheden om de winkelfunctie in andere delen van het centrum te bevorderen, bijvoorbeeld in het geval van vrijkomende panden. De visie komt zoveel mogelijk tot stand op basis van consensus en besluit met nadere richtlijnen voor verhuur/verkoop. In deze fase kan de BAC uitgebreid worden met lokale ondernemersvertegenwoordigers mits duidelijk is dat zij draagvlak hebben en niet in een belangenconflict kunnen geraken. De ontwikkelaar neemt het initiatief tot de brancheringsvisie, doet het nodige onderzoek en is penvoerder. Andere deelnemers in de BAC hebben een adviserende rol. De brancheringsvisie wordt vastgesteld door de stuurgroep.

3. De ontwikkelaar doet verhuren/verkoopen in overeenstemming met de brancheringsvisie die hiervoor de inhoudelijke leidraad vormt. De eerdere visie ten aanzien van branches en formules wordt daarbij geconcretiseerd naar ondernemingen. De BAC volgt de verrichtingen van de ontwikkelaar in het verhuur/verkoopproces en adviseert deze op basis van marktexpertise en specifieke lokale kennis.

Taken

De taken van de BAC kunnen als volgt geformuleerd worden:

- Uitwisselen van informatie met betrekking tot lokale omstandigheden en ten aanzien van ontwikkelingen in de winkelmarkt;
- Bereiken van een eenduidige opvatting over de visie ten aanzien van de gewenste invulling van het Masterplan met branches en formules (brancheringsvisie);
- Inventariseren van mogelijke branches/formules en van relevante kandidaten voor invulling van het Masterplan;
- Monitoren van de voortgang van de verhuur/verkoop en de geboekte resultaten en (eventueel) bijsturen van de van de initiële brancheringsvisie op basis van de gebleken praktijk;
- Adviseren over wenselijke branches en formules en bespreken van en adviseren over mogelijke huur/koopkandidaten;
- Stroomlijnen van een gezamenlijke acquisitie-inspanning naar mogelijke relevante marktpartijen;
- Adviseren over mogelijkheden om het winkelaanbod elders in het centrum te versterken en als de mogelijkheden zich hiertoe voordoen adviseren over invullingsmogelijkheden.

Moment van installatie

De BAC wordt geïnstalleerd in de eindfase van het ontwikkelingsproces. Het moment wordt daarbij zo gekozen dat de op te stellen brancheringsvisie beschikbaar is op het moment dat de realisatie van het Masterplan start of zoveel eerder als noodzakelijk is om tijdig voldoende voorverhuringen tot stand gebracht te hebben. Deze visie vormt immers de leidraad in het verhuur/verkoopproces.

Vooruitlopend op de werkzaamheden kan de commissie ook eerder een rol spelen bij eventuele selectie van trekkers die in een vroeg stadium vastgelegd moeten worden. Deze wens zal uitgesproken moeten worden door de nog aan te wijzen coördinerend projectontwikkelaar. In dat geval dient de BAC eerder geïnstalleerd te worden.

Brancheringsvisie

Het is de eerste taak van de BAC een zogenaamde brancheringsvisie op te stellen. Hierin wordt het invullingsprofiel van het Masterplan bepaald op basis van een visie op het totale centrum, de filosofie achter het Masterplan, de markttechnische mogelijkheden en de dynamiek in de branches. Daarnaast worden ook economische en commerciële richtlijnen voor te selecteren ondernemers geformuleerd.

Deze visie is de leidraad in het verhuur/verkoopproces. De visie schetst nadrukkelijk het profiel van de invulling: het werkt als een richtsnoer waarbinnen nog uitwerkingsvrijheid bestaat om in te kunnen spelen op actuele ontwikkelingen in de markt, om eventualiteiten op te vangen. Dit betekent dat in de visie geen concrete winkelnamen worden genoemd, mede om te voorkomen dat de positie in de onderhandelingen wordt aangetast. Verder worden gewenste branches binnen marges beschreven om de genoemde uitwerkingsvrijheid bij de feitelijke verhuur/verkoop te waarborgen. Naar deelgebieden kunnen accenten in de branchering getypeerd worden.

Richtlijnen voor de verhuur/verkoop vloeien voort uit de visie op een evenwichtige ontwikkeling van het hele centrum, een attractieve aanvulling daarop door middel van het Masterplan, een goede invulling van het Masterplan met ondernemers die een duurzaam verantwoorde exploitatie kunnen voeren en een invulling met ondernemers die aan redelijke eisen van kredietwaardigheid, continuïteit, presentatie en kwaliteit van ondernemerschap voldoen. Dit betekent dat in de verhuur/verkoopfase kandidaten geselecteerd worden op commerciële en economische criteria, waarvoor ook richtlijnen in de brancheringsvisie opgenomen kunnen worden. Bij het opstellen van toetsingscriteria voor de verhuur/verkoopfase in de BAC wordt ook de mogelijkheid besproken om gevestigde ondernemers in het centrum van Dedemsvaart bij gelijkwaardigheid voorrang te geven.

Voor het opstellen van de brancheringsvisie doet de ontwikkelaar een voorstel.

Bronvermelding

- Streekplan 2000+. Provincie Overijssel.
- Koopstromenonderzoek Overijssel 2005. Provincie Overijssel.
- Detailhandelsstructuurvisie Dedemsvaart. Gemeente Hardenberg.
- Structuurvisie Dedemsvaart. Gemeente Hardenberg.
- Ruimtelijke visie centrum Dedemsvaart. van den Oever, Zaaijer & Partners Architecten.
- Benchmark Dedemsvaart. Locatus.

Bijlage 1. Uitgangspunten stedenbouwkundige visie nader uitgewerkt

Doel: Het uiteindelijke doel is te komen tot één sterk, compact centrumplan met daaraan een gekoppeld een goed verblijfsklimaat.

Om zo'n centrum te krijgen zijn er een aantal ingrepen noodzakelijk. Het gaat hierbij om het veranderen van de verkeersstructuur, extra parkeermogelijkheden, toevoegen en aanpassen van bouwblokken en het verkrijgen van een besloten en compacte Markt.

Eén sterk, compact centrumplan is te behalen door een aantal kernkwaliteiten (dragers) te benoemen die van belang zijn om dit resultaat te behalen. Door het realiseren van deze kernkwaliteiten wordt er een raamwerk gemaakt. Binnen dit raamwerk kunnen de verschillende projecten afzonderlijk van elkaar worden gerealiseerd.

Bebouwing/functie/uitstraling

- Versterken van de pleinfunctie van de Markt; creëren van een aangenaam verblijfsgebied door middel van;
 - Herinrichten van de openbare ruimte;
 - Uitstraling van de achterkantsituatie oude postkantoor verbeteren;
 - Toevoegen nieuwe bebouwingmassa op de plek van TNT en de noordzijde van het plein, wandvorming waardoor een besloten karakter wordt verkregen;
 - De omgeving van de gereformeerde kerk meer inrichten als verblijfsgebied;
 - Gereformeerde kerk en het oude postkantoor moeten gaan functioneren als beëindiging van de Markt, versterken pleinfunctie;
 - Aanzicht winkels verbeteren d.m.v gevelboek, reclame en uitstallingbeleid
 - Toevoeging van de horecafunctie aan de westzijde.
- Concentratie van het kernwinkelgebied ligt tussen Marktstraat de achterkant van de C1000) en de Wisseling. Winkelfunctie Julianastraat Noord wordt gerespecteerd;
 - De nadruk zal in dit gebied liggen op het 'boodschappen doen'. De winkels in de Julianastraat Noord zullen zich onderscheiden door het kwalitatief hoogwaardige karakter daarvan en hebben meer de functie van 'recreatief winkelen'.
- De (potentiële) ruimtelijke kwaliteit van De Dedemsvaart (het kanaal) meer betrekken (belevingswaarde) bij het centrum;
- Verbeteren/versterken entreefunctie Julianastraat Zuid door toevoegen nieuwe bouwmassa;
- Bronpunten creëren aan de entreezijden (verspreid) centrum met daaraan gekoppeld parkeren (zie centrumplan Hardenberg)
- Herinrichten totale Julianastraat tot een aangenaam verblijfsgebied;
- Voor het totale centrumplan een gevelboek, reclame en uitstallingsbeleid ontwikkelingen (inclusief aanloopgebied)

Verkeerstructuur/parkeren

- Hoofdontsluiting voor Dedemsvaart (en het centrum) via de U-structuur;
- De (grote) parkeerterreinen zijn de 'bronpunten' voor het winkelend publiek;
- Parkeeraanbod handhaven c.q. versterken;
- Verbeteren van de verkeerscirculatie in het centrumgebied;
- Parkeerterrein dienen goed bereikbaar te zijn vanuit de U-structuur;
- Uitvoering van het centrumplan mag niet leiden tot een significante toename van verkeer in de woonbuurten (Zwiersstraat, Marijkestraat, Pr. Bernhardlaan, Wilhelminalaan etc.).

Bijlage 2. Tabellen benchmark Dedemsvaart**Tabel: Benchmark detailhandelaanbod per hoofdbranche in Dvaart ten opzichte van vergelijkbare kernen**

Hoofdbranche	Beilen		Goor		Klazienaveen		Ommen		Dedemsvaart	
	9400 inw	%	12250 inw	%	11920 inw	%	8626 inw	%	12044 inw	%
Levensmiddelen	3227	12	5497	28	4723	13	5988	21	3972	14
Persoonlijke verzorging	916	3	718	4	1041	3	504	2	898	3
Warenhuis	885	3	450	2	476	1	868	3	890	3
Kleding&mode	3312	12	2534	13	6387	17	3844	13	4361	14
Schoenen&lederwaren	1086	4	1019	5	2201	6	939	3	2316	8
Juwelier&optiek	217	1	229	1	290	1	311	1	241	1
Huish. Artikelen	429	2	770	4	771	2	644	2	398	1
Sport&spel	569	2	321	2	2007	5	879	3	509	2
Hobby	738	3	30	0	123	0	90	0	393	1
Plant&dier	2469	9	1723	9	1034	3	1794	6	2100	8
Bruin&witgoed	1021	4	243	1	992	3	810	3	679	2
Auto&fiets	556	2	2059	11	951	3	364	1	533	2
Doe-het-zelf	5171	19	1160	6	5621	15	4180	14	2233	8
Wonen	5966	22	1852	10	9426	25	5193	18	6518	23
Overig	749	3	830	4	1140	3	2517	9	2035	7
TOTAAL	27311	100	19435	100	37183	100	28925	100	27761	100

Bron: Locatus

Tabel: Benchmark detailhandelaanbod centrum Dvaart ten opzichte van centra vergelijkbare kernen

	Centrum Beilen	Centrum Goor	Centrum Klazienaveen	Centrum Ommen	Centrum Dedemsvaart
Aantal inwoners kern	9400	12250	11920	8626	12044
Supermarkt	2161	2372	3655	1740	2362
Levensmiddelen	536	852	1068	911	634
Persoonlijke verzorging	800	493	909	445	863
<i>Totaal dagelijkse artikelen</i>	<i>3497</i>	<i>3717</i>	<i>5632</i>	<i>3096</i>	<i>3859</i>
Warenhuis	885	450	476	868	890
Kleding&mode	3312	2534	6387	3269	4361
Schoenen&lederwaren	1086	1019	2201	939	2316
Juwelier&optiek	217	229	290	311	241
Huish. Artikelen	429	770	771	694	398
Sport&spel	569	166	807	648	509
Hobby	1195	173	247	339	725
Plant&dier	550	1723	954	315	502
Bruin&witgoed	1021	243	934	621	413
Auto&fiets	360	354	178	274	463
Doe-het-zelf	328	335	179	123	283
Wonen	577	680	500	949	1055
Overig	591	780	540	522	1785
<i>Totaal niet-dagelijks</i>	<i>11120</i>	<i>9456</i>	<i>14464</i>	<i>9872</i>	<i>13626</i>
TOTAAL	14617	13173	20096	12968	17485

Bron: Locatus