

## Beilen



### Analyse van het centrum Beilen met actieplan

# Beilen

## Analyse van het centrum met actieplan

Opdrachtgever: Gemeente Midden-Drenthe  
Projectnummer: 0414.252  
Datum: 21-11-2014

Broekhuis Rijs Advisering  
Postadres: Wederik 1  
9801 LX Zuidhorn  
Tel. (0594-528358)  
E-mail: [info@broekhuisrijs.nl](mailto:info@broekhuisrijs.nl)  
Internet : [www.broekhuisrijs.nl](http://www.broekhuisrijs.nl)

## Inhoud

1.	Inleiding	4
	1.1	Doel- en vraagstelling
	1.2	Aanpak en werkwijze
2.	Huidige situatie en demografische ontwikkeling	7
	2.1	Huidige situatie
	2.2	Demografische ontwikkeling
3.	Trends en ontwikkelingen	11
4.	Kwantitatief aanbod	15
	4.1	Beilen totaal
	4.2	Distributie planologische analyse
5.	Kwalitatieve analyse	21
	5.1	Winkelaanbod centrum Beilen
	5.2	Winkelstructuur centrum Beilen
	5.3	Bereikbaarheid en parkeren
	5.4	Vastgoed
	5.5	Sterkte-/zwakte analyse
6.	Conclusies en acties	30
	6.1	Conclusie en advies
	6.2	Aan de slag!
Bijlage	Verklarende woordenlijst	37

## 1. Inleiding

De ontwikkelingen in de detailhandel zijn de afgelopen jaren zeer dynamisch geweest. Naast demografische ontwikkelingen, zoals vergrijzing, ontgroening en gezinsverdunding, zijn er ook diverse consumententrends waarneembaar. De flexibiliteit van de consument neemt toe, er is sprake van meerdere aankoopmomenten en de consument wenst steeds meer vermaakt te worden. De laatste jaren neemt het internet ook een steeds prominere plaats in bij de oriëntatie en de aankopen van bezoekers aan een winkelgebied.

Overall in het land is de leegstand toegenomen, op veel plekken is sprake van overbewinkeling, en de economische crisis doet zich op veel plekken voelen. Voor zowel de gemeente als alle betrokken private partijen is het van het grootste belang dat er een heldere analyse komt voor een goede toekomstpositie van het winkelgebied.

De gemeente Midden-Drenthe is al geruime tijd actief bezig om samen met de ondernemers in het centrumgebied van Beilen de positie van het centrum te versterken. Het uiteindelijke doel hierbij is een economisch sterk, leefbaar en onderscheidend winkelcentrum waar het prettig verblijven is.

In de afgelopen jaren is er door de betrokken partijen al veel werk verzet. Het is nu tijd om een analyse van het centrum van Beilen te maken en zo concreet mogelijk te vertalen naar een actieplan, waarbij de verantwoordelijkheid van alle partijen helder in beeld wordt gebracht. Daarbij is een groot draagvlak voor de concrete plannen vanzelfsprekend erg belangrijk.

In deze rapportage leveren wij een analyse met aanbevelingen voor het centrum van Beilen en bieden we een actieplan voor de aanpak van het centrum van Beilen.

### 1.1 Doel- en vraagstelling

#### *Doelstelling*

De doelstelling voor de advisering in het centrum van Beilen kan als volgt worden omschreven:

“ Het opstellen van een realistisch en concreet actieplan inclusief een procesplanning, met voldoende draagvlak bij de diverse stakeholders, om te komen tot een toekomstbestendig centrum van Beilen.”

### *Vraagstelling*

Om de doelstelling te bereiken moeten de volgende vragen worden beantwoord:

1. Hoe ziet het detailhandelsaanbod in Midden-Drenthe er op dit moment uit, kwantitatief, maar vooral kwalitatief? Hoe functioneert de detailhandel in economische zin?
2. Wat zijn de sterke en zwakke kanten van het detailhandelsaanbod, wat zijn de kansen en de bedreigingen?
3. Op welke wijze kan de detailhandel zo goed mogelijk profiteren van de nieuwe trends en ontwikkelingen in de detailhandel?
4. Wat is de toekomstige verzorgingsfunctie van de kern Beilen? Hoe kan Beilen zich vanuit deze positie profileren en onderscheiden ten opzichte van concurrerende kernen?
5. Op welke wijze kan het centrum het beste ruimtelijk worden afgebakend?
6. Wat is de inhoud van de noodzakelijke projecten en maatregelen? Welke partij is hiervoor primair verantwoordelijk? Welk instrumentarium kan worden ingezet om de doelen te bereiken?

### **1.2 Aanpak en werkwijze**

Na opdrachtverlening is ter plekke de situatie geanalyseerd en in kaart gebracht en zijn de verstrekte onderzoeksrapporten en beleidsnota's bestudeerd.

In de gesprekken met de ondernemers en de vastgoedeigenaren is een beeld ontstaan hoe de ondernemingen functioneren en hoe ondernemers aankijken tegen de huidige situatie. Daarnaast is een analyse gemaakt van de eigendomsposities binnen het centrum en de toekomstplannen van de individuele ondernemers: is er behoefte aan uitbreiding of juist behoefte aan een kleinere winkel, is men zo nodig bereid te verplaatsen, is er naar verwachting de komende tien jaar sprake van een bedrijfsbeëindiging, is er een opvolger, enzovoort. Door al deze gegevens samen te voegen is een beeld gevormd van toekomstige ontwikkelingen en mogelijkheden voor het centrum van Beilen.

#### *Leeswijzer*

In hoofdstuk 2 worden de ligging van Beilen, de huidige bevolkingssamenstelling en de demografische ontwikkeling beschreven. Dit vormt de basis van de ruimtelijk-economische analyse. In hoofdstuk 3 worden belangrijke trends en ontwikkelingen beschreven. In hoofdstuk 4 wordt het detailhandelsaanbod kwantitatief in kaart gebracht, inclusief een distributie planologische analyse van het haalbare winkelaanbod. In

hoofdstuk 5 volgt de kwalitatieve analyse, waarbij meer in detail wordt gekeken naar de winkelstructuur, de bereikbaarheid, het vastgoed en de sterke en zwakke punten in het aanbod. Tenslotte wordt deze rapportage afgesloten met hoofdstuk 6, waarin uitgebreid aandacht voor de conclusies en de te ondernemen acties om de kracht van het winkelgebied in Beilen ook op termijn sterk te houden.

## 2. Huidige situatie en demografische ontwikkeling

Beilen is de grootste kern van de gemeente Midden-Drenthe, en ligt ook centraal in de gemeente. De gemeente Midden-Drenthe is in 1998 ontstaan uit de samenvoeging van de drie voormalige gemeenten Beilen, Smilde en Westerbork. Beilen ligt op ongeveer 20 kilometer afstand van Assen en eveneens op zo'n 20 kilometer van Hoogeveen.

### 2.1 Huidige situatie

De gemeente telt momenteel (1 januari 2014) ruim 33.300 inwoners. Van alle kernen in de gemeente is Beilen de grootste met 9.898 inwoners, terwijl in het buitengebied nog eens 1.300 mensen wonen. Op kaart 1 is de ligging van de gemeente weergegeven.

**Kaart 1 Ligging gemeente Midden-Drenthe in regio**



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Beilen is de hoofdkern van de gemeente, en telt inclusief het buitengebied 11.198 inwoners. Westerbork, Smilde en Bovensmilde tellen respectievelijk 4.982, 4.574 en 3.556 inwoners. Een drietal dorpen, te weten Hoogersmilde, Hooghalen en Wijster, telt nog meer dan 1.000 inwoners. Alle overige dorpen tellen minder dan 1.000 inwoners.

De kern Beilen heeft derhalve 1/3 van alle inwoners van de gemeente. Op kaart 2 is de ligging van de overige dorpen binnen de gemeente en ten opzichte van Beilen aangegeven.

**Kaart 2 Ligging dorpen gemeente Midden-Drenthe**



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

In het noordelijke deel van de gemeente liggen de iets grotere dorpen, terwijl aan de zuidoostzijde vele kleine dorpen liggen.

### *Toerisme*

Tijdens een aanzienlijk deel van het jaar bezoeken veel toeristen de gemeente en ook Beilen. Veel toeristen bezoeken Drenthe om er te fietsen. De laatste jaren is de provincie vooral in trek bij gezinnen met jonge kinderen. In Beilen is weinig verblijfsaccommodatie voor toeristen; voor de detailhandel in het centrum van Beilen gaat het derhalve vooral om dagtoeristen. Voor geheel Drenthe is sprake van een positieve ontwikkeling in het dagtoerisme.

Binnenlandse toeristische vakantiegangers in Drenthe gaven in 2012 gemiddeld ruim 28 euro per persoon per dag uit. In Drenthe wordt er in 2012 per persoon circa 2,50 euro minder besteed dan gemiddeld in Nederland (30,87 euro)<sup>1</sup>. Een verklaring hiervoor is dat de bezoekers relatief minder in hotels verblijven en meer in bungalows en omdat er meer gezinnen zijn.

<sup>1</sup> Vrijetijdseconomie Drenthe 2013, Feiten en Cijfers, Provincie Drenthe



Niettemin is het toerisme een belangrijke factor in de gemeente, zeker ook voor de werkgelegenheid. Voor de detailhandel in het centrum van Beilen zijn de bestedingen van de dagjesmensen groter dan de bestedingen van de verblijfstoeristen.

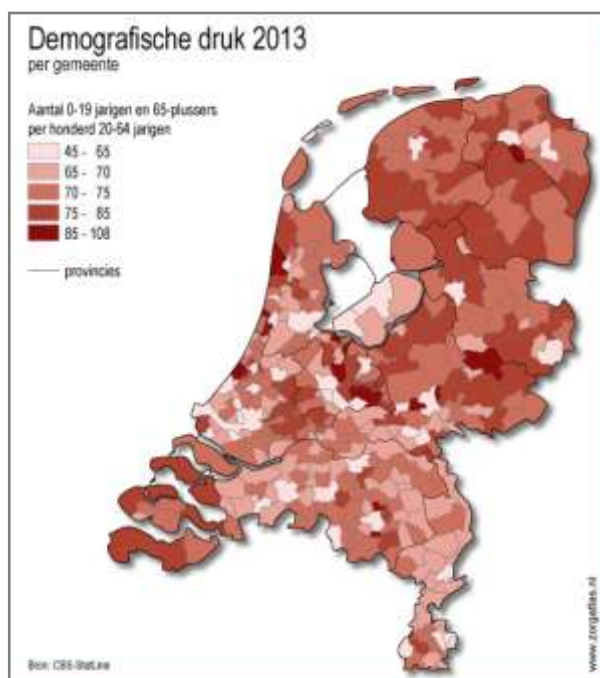
## 2.2 Demografische ontwikkeling

Het inwonertal van de gemeente Midden-Drenthe is tamelijk stabiel, in tegenstelling tot dat van veel andere gemeenten in het Noorden van het land. Niettemin zal ook in Midden-Drenthe het inwonertal de komende jaren wel iets gaan dalen; volgens de modellen van het CBS/PBL gaat het inwonertal dalen van de huidige 33.300 naar 32.700 in 2025, waarna het weer zal gaan toenemen, naar uiteindelijk het huidige inwonertal van 33.300 in 2040. De daling zal naar verwachting vooral in de buitendorpen plaats vinden, terwijl groei in de grotere dorpen optreedt.

Voor Beilen zal de komende jaren sprake zijn van enige groei van de bevolking, hoewel het binnen de huidige grenzen niet eenvoudig is in te passen. Beilen ligt ingesloten tussen de A-28, de N-381 en de spoorlijn. De laatste plannen gaan uit van mogelijke toekomstige woningbouw ten oosten van de spoorlijn. In de berekeningen gaan we uit van een beperkte groei van het inwonertal van Beilen (inclusief het buitengebied) van de huidige 11.200 naar ongeveer 12.000 inwoners in 2020.

Behalve de ontwikkeling van het aantal inwoners is de opbouw van de bevolking belangrijk voor de toekomst. Een paar begrippen in dit kader zijn de groene en grijze druk. De grijze druk geeft de verhouding tussen het aantal personen van 65 jaar en ouder en het aantal personen tussen 20 en 65 jaar. Het geeft inzicht in de verhouding van de ouderen tot het werkende deel van de bevolking. De *grijze druk* neemt de laatste jaren sterk toe; in Nederland als geheel bedraagt deze 29,0 (bron CBS 2014). Tegenover elke 100 potentiële arbeidskrachten (20 – 65 jarigen) staan 29 personen van 65 jaar en ouder. Deze grijze druk ligt in het Noorden van het land altijd al hoger dan het landelijk gemiddelde. In Noord-Nederland bedraagt het 32,4, in Midden-Drenthe 36,0. De *groene druk* geeft inzicht in de verhouding van de jeugd (0 tot 20 jaar) ten opzichte van het werkende deel. De groene druk is gemiddeld in Nederland iets aan het afnemen. In Nederland bedraagt de groene druk 38,2, in Noord-Nederland 38,7 en in Midden-Drenthe 40,1, maar wel licht dalend.

De groene en grijze druk samen is de *demografische druk*. Deze bedraagt in Midden-Drenthe 76,0 tegen 67,2 in Nederland. Hiermee wijkt de gemeente Midden-Drenthe niet erg af van overige plattelandsgemeentes in het Noorden van het land.



Het gemiddeld besteedbaar inkomen van Midden-Drenthe per hoofd van de bevolking ligt iets onder het Nederlands gemiddelde; volgens het CBS ligt het inkomensniveau ongeveer 4% lager.

### 3. Trends en ontwikkelingen

In dit hoofdstuk zullen we de belangrijkste ontwikkelingen en trends van de afgelopen jaren beschrijven, zonder hierin compleet te zijn. De meest relevante trends en ontwikkelingen voor de situatie in Beilen worden op een rij gezet. De ontwikkelingen rondom de bevolking (zoals geringere toename inwonertal, minder woningbouw, vergrijzing en ontgroening) zijn in het vorige hoofdstuk al aan bod gekomen.

#### *Schaalvergroting*

Voor kleinschalige winkelcentra is het steeds moeilijker om te voldoen aan de toenemende eisen van de consument. Er vindt een schaalvergroting plaats in de voorzieningenstructuur. De consument verwacht een completer assortiment, of het nu gaat om levensmiddelen, mode of meubelen. De noodzakelijk benodigde massa (=aantal m<sup>2</sup> vwo) voor een winkelgebied neemt toe. Ook op het niveau van de winkel vindt dit proces plaats: tien jaar geleden was een supermarkt van 1.000 m<sup>2</sup> vwo voldoende groot, tegenwoordig heeft een fullservice supermarkt het dubbele nodig. Deze extra ruimte is in de bestaande compacte, historische centra vaak beperkt beschikbaar. Mede gezien de gewenste bereikbaarheid voor de consument en een efficiënte bevoorrading wordt de vraag naar een vestiging buiten bestaande winkelcentra steeds groter. In Beilen zijn de supermarkten aan de rand van het winkelgebied gevestigd, en maken er deel van uit.

#### *Branchevervaging*

Sterk samenhangend met de schaalvergroting is de trend van de branchevervaging. Een ieder kent de voorbeelden in zijn eigen omgeving; bouwmarkten verkopen ook planten, tuincentra verkopen ook huishoudelijke artikelen, supermarkten verkopen ook mediaproducten. Hier is sprake van een onomkeerbaar proces. Ook tussen sectoren treedt vervaging op, horeconconcepten met detailhandelsverkopen en omgekeerd komen steeds meer in beeld.

#### *Filialisering en franchising*

De laatste decennia zijn de prijzen per m<sup>2</sup> vloeroppervlak aanzienlijk gestegen. De economische crisis heeft hier nog niet veel aan veranderd. Filiaalbedrijven zijn beter in staat flinke bedragen neer te leggen per m<sup>2</sup> dan zelfstandige kleinere bedrijven, waardoor de beste posities vaak door die filiaalbedrijven worden ingevuld. Filialisering zorgt voor een uniform en herkenbaar, maar eenzijdig winkelbeeld. De roep om meer winkels met een eigen identiteit (door DTZ 'knuffelwinkels' genoemd) is de afgelopen jaren toegenomen.

Filialisering gaat vaak gepaard met franchising. De ondernemer wil nog graag in een dorp blijven, maar door enerzijds de toenemende productvraag en gewenste herkenbaarheid van formules en anderzijds de toenemende bijkomende kosten (voor meer assortiment, meer voorraad, meer promotie) biedt franchising voordelen voor de zelfstandige ondernemer. Oorspronkelijk was hier sprake van een goede combinatie. De laatste jaren is efficiency vaker de drijfveer geworden, waardoor vooral in het lagere segment meer winkels worden toegevoegd. In Beilen is dit ook duidelijk zichtbaar; zij zitten ook vaak op betere locaties. In Beilen zijn nog diverse zelfstandige ondernemingen aanwezig. Meerdere zelfstandige bedrijven op mindere locaties. Tevens is de leeftijd van deze ondernemers over het algemeen vrij hoog.

#### *Identiteit en authenticiteit*

De laatste jaren zijn identiteit en authenticiteit belangrijke thema's in het ruimtelijk beleid, en een middel om een gebied onderscheidend vermogen te geven. Hierdoor kan een stad, dorp of regio op de kaart en in de markt geplaatst worden. De consument is door de toegenomen mobiliteit en behoefte aan andere vormen van tijdsbesteding bereid om langere afstanden af te leggen naar aantrekkelijke winkelgebieden. Het centrum van Beilen zal haar eigen identiteit en authenticiteit dienen te versterken en zal dit ook beter moeten gaan verkopen. Dit biedt mogelijkheden om meer consumenten uit de regio te trekken en de consument langer in het gebied vast te houden.

#### *Het centrum als recreatief verblijfsgebied*

Binnenstedelijke centra worden steeds belangrijker als recreatief verblijfsgebied. Het belang en de omvang van de detailhandel in de centra wordt vaak onderschat. Ook voor het toerisme is het van groot belang. Het aanbod van de diverse functies (de aanbodmix) en vooral de sfeer van een centrum is bepalend bij de keuze waar men naar toe gaat. De combinatie van detailhandel, het complete aanbod en het unieke eigen karakter, de ondersteunende horeca en de aanwezige culturele elementen in een centrum bepalen de kwaliteit van een centrum als recreatief verblijfsgebied. Dit gaat niet alleen op voor grotere kernen als Assen en Hoogeveen, maar ook voor grotere dorpen als Beilen, met een regionale verzorgingsfunctie.

#### *Opvolgingsproblematiek*

De komende jaren bereiken veel ondernemers de pensioengerechtigde leeftijd. Maar veel zelfstandige ondernemers hebben de laatste jaren problemen met de opvolging van hun bedrijf. De verwachting is dat binnen een jaar of vijf zo'n 30% van de zelfstandige ondernemers wenst te stoppen met hun winkel. Het automatisme van 'overdracht van vader op zoon' verdwijnt. Dat betekent uiteindelijk dat veel winkels leeg komen te staan of

van gedaante veranderen. Zowel in grote als kleine kernen speelt dit, maar de effecten zijn niet overal gelijk. In grotere plaatsen komt wellicht een filiaalbedrijf in het pand, mede afhankelijk van de locatie van de winkel. In kleinere kernen met een beperkt draagvlak ontstaat vaker leegstand. De ondernemer heeft door de vaak lage vaste lasten het nog lang kunnen volhouden, maar voor een nieuwe start na overname is de exploitatie niet meer rendabel te maken.

### *Thuiswinkelen*

De opkomst van de postorder- en internetbedrijven is de afgelopen jaren heel sterk geweest. Van alles wat consumenten uitgaven in het eerste kwartaal van 2014 had online inmiddels een marktaandeel van 22% (bron Thuiswinkel.org). In totaal werd via het internet voor 3,6 miljard euro besteed aan onder meer vliegtickets, reizen, maar ook aan kleding, elektronica en boeken.

Behalve het doen van aankopen via internet zijn er ook velen die zich eerst of uitsluitend oriënteren via internet. Sommigen gaan zich eerst op internet oriënteren om vervolgens de werkelijke aankoop in de (fysieke) winkel te doen. Zij willen het product graag kunnen voelen, zien of ruiken. Te denken valt aan kleding en schoenen. Andere belangrijke redenen zijn de prijs of de aanbieding in de winkel, het direct in bezit willen hebben van het product of het persoonlijke contact met verkopers.

Het omgekeerde gebeurt ook; men gaat eerst in de fysieke winkel een product bekijken om vervolgens de aankoop via internet te laten plaats vinden. Dit is vaak het geval als de prijs via internet aantrekkelijk is, als het gemakkelijker is via internet of als het online aanbod ruimer is.

Internet is in feite voor elke productgroep van belang, voor de één meer dan voor de ander. Maar omdat de oriëntatie vaak (en steeds vaker) via internet gebeurt, is zichtbaarheid op het net voor een winkelgebied of individuele ondernemer van levensbelang. Voor winkelgebieden op het platteland is dit zo mogelijk nog belangrijker dan in de steden in de provincie, waar toch wel vaak geshopt wordt. Surfen op het web maakt deel uit van het leven van een ieder, en als je er niet aanwezig bent word je overgeslagen. In feite is het web de altijd aanwezige en actuele weekfolder.

De 'social media' neemt een steeds belangrijkere rol in beslag. De smartphone is onontbeerlijk geworden. Potentiële consumenten kunnen altijd van de meeste actuele aanbiedingen op elke gewenste plek op de hoogte gehouden worden en kunnen daar vervolgens ook naar handelen. De social media worden volledig geïntegreerd in de online proposities. Zij dichten de kloof tussen het online en offline aanbod.

Door de opkomst van het thuiswinkelen is het winkelbeeld de afgelopen jaren al gewijzigd. Zo zijn er veel minder fotozaken en reiswinkels in het

straatbeeld te vinden. Het aantal telecomwinkels is daarentegen sterk toegenomen. Per saldo zal het aantal winkels de komende jaren eerder afnemen dan toenemen; hier is de invloed van internet absoluut merkbaar. De locaties waar het om gaat zijn niet zozeer de A-1 winkelgebieden, maar wel de centra met te weinig toegevoegde waarde of met uiteindelijk een te gering draagvlak. Kleinere kernen en buurtcentra krijgen het nu al lastig en die trend zal zich doorzetten.

#### 4. Kwantitatief aanbod

##### 4.1 Beilen totaal

Beilen is niet alleen in inwonertal, maar ook qua winkelaanbod de hoofdkern van de gemeente. In totaal is in de gemeente een aanbod van ruim 67.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) in de detailhandel. Hiervan is de helft aanwezig in Beilen. Het totale winkelaanbod in Beilen is ruim 34.000 m<sup>2</sup> wvo groot. In figuur 1 is aangegeven hoe de verdeling van de meters in de kern Beilen ligt, gemeten naar hoofdbranches.

**Figuur 1 Detailhandelsaanbod kern Beilen**

<b>BEILEN</b>	<b>m2 wvo</b>
Dagelijks	6.136
Mode & Luxe	5.616
Vrije Tijd	1.874
In/Om Huis	15.171
Detailhandel Overig	511
TOTAAL	29.308
leegstand	5.070
TOTAAL	34.378
leegstands%	15%

Bron: Locatus, juni 2014, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

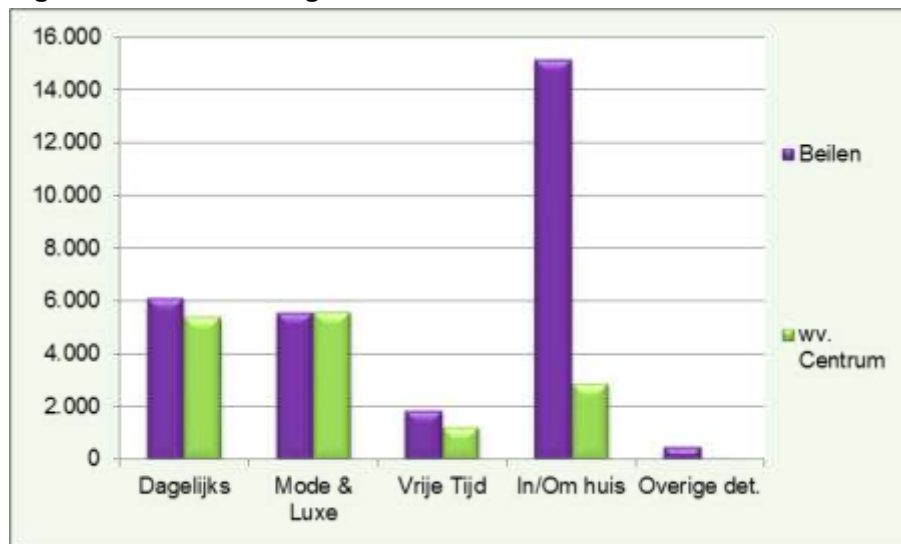
In vierkante meters gezien is het grootste aanbod te vinden in de branche In/Om Huis; hierin zitten vooral de grootschalige winkels als bouwmarkten en tuincentra. Nagenoeg de helft van het totale aanbod is te vinden in de branche In/Om Huis.

In de dagelijkse sector zijn Jumbo, AH en Aldi de trekkers in het centrum. Vooral de Jumbo kent een grote oppervlakte (ruim 2.100 m<sup>2</sup> wvo). In de niet-dagelijkse sector zijn als landelijke ketens onder meer de HEMA, Marskramer, Decorette, Expert en Zeeman aanwezig.

In figuur 2 hebben we een overzicht met een verdeling van het aanbod in het centrumgebied van Beilen en alles wat er buiten ligt. Dan blijkt dat het merendeel van het aanbod in het centrum aanwezig is, met uitzondering van het grootschalige aanbod. Het modische aanbod is volledig in en rond het centrum te vinden. Dit geeft aan dat al duidelijk sprake is van een behoorlijke mate van concentratie. In de dagelijkse sector zijn nog wel enkele winkels buiten het centrum aanwezig. Dan gaat het om de supermarkt van Poiesz (inclusief slijterij) en om apotheken. Bij In/Om Huis is het overgrote deel van het aanbod dus buiten het centrum gevestigd, maar al het bruin- en witgoed zit wel in het centrum. Het meeste aanbod in deze branche is gevestigd aan de Zuidmaten (o.a. HDB2Wielers),

de Hanekampen (Fixet) of Dambroeken (Gamma). Opvallend is verder Oostland Woonland aan de rand van het centrum; deze meet maar liefst 4.000 m<sup>2</sup> wvo, waardoor enige vertekening in de cijfers ontstaat.

**Figuur 2 Verdeling detailhandelsaanbod in Beilen**



Bron: Locatus, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Beilen is een kern met een echt centrumgebied. Het centrum ligt centraal in de plaats en is in principe goed bereikbaar vanuit de diverse kanten. Het accent ligt in het centrum op het dagelijks aanbod, in combinatie met het modisch recreatieve aanbod (voor verklaring zie bijlage). Het centrum van Beilen kan in de verzorgingshiërarchie als een regionaal verzorgend centrum met een beperkt modisch recreatief aanbod.

In de kern Beilen is momenteel circa 29.300 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) aanwezig (excl. leegstand), waarvan 15.300 m<sup>2</sup> wvo in het centrum is gevestigd. Dit komt neer op ongeveer 52%, wat relatief hoog is in vergelijking met het gemiddelde voor kernen van 10.000 tot 15.000 inwoners (ca. 45%). Zeker gezien de aanwezigheid van het grote pand van Oostland buiten het centrumgebied. Van alle winkelpanden in Beilen (91) is driekwart gelegen in het centrum.

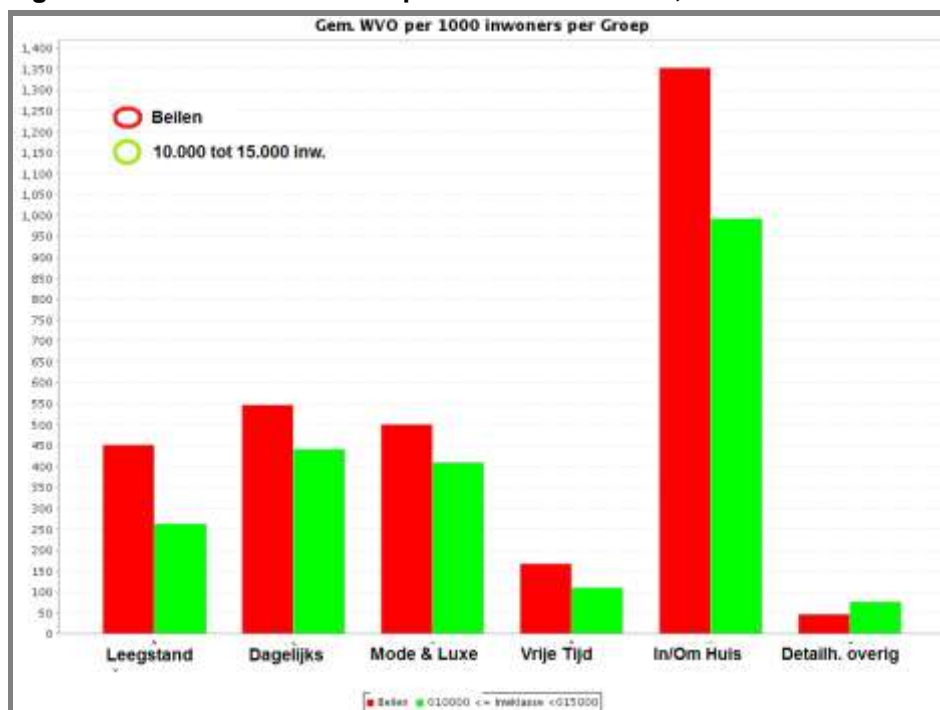
In figuur 3 is het aanbod in de kern Beilen per hoofdbranche afgezet tegen het gemiddelde van andere kernen met gemiddeld 10.000 tot 15.000 inwoners. Hierbij is het gemiddelde aanbod in m<sup>2</sup> wvo per 1.000 inwoners als basis gebruikt, zodat op verschillen in inwonertal min of meer gelijk gesteld worden.

Uit de figuur is af te lezen, dat het aanbod in nagenoeg alle branches in Beilen hoger ligt dan bij andere kernen met hetzelfde inwonertal. Hierbij dient nog wel opgemerkt te worden, dat in het noorden van het land het



aanbod vaak iets groter is dan het gemiddelde, door de sterk aanwezige regiofunctie van deze kernen.

**Figuur 3 Relatief aanbod per branche in Beilen, in m2 wvo**



Bron: Locatus juni 2014, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Evenals in de rest van het land staan ook in Beilen diverse panden leeg. Het landelijk leegstandspercentage bedraagt 8 à 9%, in Beilen ligt het op 15%. In het centrumgebied bedraagt de leegstand 11%. Hoewel in elke kern altijd sprake is van enige frictieleegstand, ligt het niveau in Beilen hoger.

#### 4.2 Distributie planologische analyse

In vroegere distributie planologische onderzoeken (dpo's) werd het haalbare winkelaanbod vaak nauwkeurig berekend. Door grote onderlinge verschillen in typen winkelgebieden, branches en winkelformules moeten dergelijke berekeningen genuanceerd worden beoordeeld. De haalbaarheid van winkels wordt veel meer bepaald door de (potentiële) functie en kwaliteit van het winkelgebied. Niettemin geeft een kwantitatieve analyse van vraag en aanbod een indicatie van overbewinkeling of uitbreidingspotenties.

Bij deze kwantitatieve analyse gaat het om de verhouding tussen vraag en aanbod. De vraagzijde wordt bepaald door de bestedingen in winkels per hoofd van de bevolking (toonbankbesteding per jaar), de omvang van het verzorgingsgebied (het aantal inwoners), de mate waarin de inwoners hun aankopen doen in het betreffende winkelgebied (de koopkrachtbinding) en

de mate waarin omzet van elders toevloei (de koopkrachttoevloeiing). Aan de aanbodzijde spelen de omvang (m<sup>2</sup> verkoopvloer oppervlak) en de benodigde omzet per m<sup>2</sup> (vloerproductiviteit) een rol.

Voor zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector is een berekening gemaakt voor de kern Beilen.

#### *Verzorgingsgebied*

Het primaire verzorgingsgebied, de kern Beilen inclusief het buitengebied, bestaat uit 11.198 inwoners. Voor de distributieve berekening is gerekend met het geprognoseerde aantal inwoners van circa 12.000 inwoners over een aantal jaren. Het secundaire verzorgingsgebied is in omvang niet uitzonderlijk groot. Zowel Westerbork als Smilde hebben zelf een goed dagelijks aanbod voor hun eigen inwoners (en directe omgeving), maar niettemin komt een deel van de inwoners van deze dorpen ook voor hun dagelijkse goederen naar Beilen. Voor de dagelijkse sector gaat het verder vooral om dorpen als Wijster, Hijken, Spier, Drijber, Dwingeloo en Diever, die voor een belangrijk deel op Beilen zijn georiënteerd. Voor de niet-dagelijkse sector is het secundaire verzorgingsgebied groter. Maar de aanwezigheid van Assen en Hoogeveen op relatief korte afstand beperkt ook hier de omvang. Niettemin zullen met name inwoners van Westerbork en het gebied rondom Westerbork voor de niet-dagelijkse sector ook regelmatig Beilen bezoeken.

#### *Toonbankbesteding*

In Nederland bedraagt de gemiddelde omzet per hoofd van de bevolking € 2.315,= in winkels voor dagelijkse goederen en € 2.514,= in winkels voor niet-dagelijkse goederen (HBD, CBS 2012, gecorrigeerd 2013). Het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner van de gemeente Midden-Drenthe is ± 4% lager dan het Nederlandse gemiddelde. Het is daarom gewenst de landelijke bestedingscijfers iets te corrigeren voor het inkomensniveau.

#### *Koopkrachtbinding*

Niet alle bestedingen van de inwoners komen terecht in het eigen winkelapparaat. Het aandeel (%) van de totale bestedingen van inwoners dat wordt gedaan in Beilen, noemen we de koopkrachtbinding. Gezien de kracht en omvang van het aanbod aan supermarkten in Beilen kan voor Beilen worden uitgegaan van een hoge koopkrachtbinding van ca. 95%. De inwoners van Beilen hebben nauwelijks reden om elders hun dagelijkse boodschappen te halen; het aanbod is compleet, inclusief een discounter. Ook in de Koopstromen Monitor van de Rabobank (Januari 2013) komt dit naar voren. Het ligt hiermee hoger dan gemiddeld voor kernen van deze omvang (landelijk 88%).

Het sterke supermarktaanbod realiseert ook een sterke toevloeiing. De omvang van de toevloeiing wordt evenwel beperkt door het geringe inwonertal in de omgeving. Voor de koopkrachttoevloeiing wordt voor dagelijkse goederen een percentage van maximaal 20% gehanteerd. Dit is even hoog als in vergelijkbare kernen qua inwonertal.

Voor de niet-dagelijkse goederen in Beilen is de situatie deels vergelijkbaar met de dagelijkse sector. Ook hier is sprake van een sterk aanbod, inclusief een HEMA en grote non-food aanbieders (Oostland, Gamma). Maar de nabijheid van Assen en Hoogeveen speelt eveneens een rol. We schatten in dat de koopkrachtbinding in Beilen voor de niet-dagelijkse sector daardoor iets boven het gemiddelde (47 à 48%) voor kernen van deze omvang ligt, namelijk op 50%. De toevloeiing ligt gemiddeld op ongeveer 35% tot 45%, afhankelijk van de afstand tot een grote kern. Door het geringe inwonertal in de omgeving, maar dankzij de extra omzet uit het toerisme schatten we de toevloeiing van koopkracht in de niet-dagelijkse sector in op maximaal 40%.

#### *Vloerproductiviteit*

De gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo) kan als maat worden gezien voor het economisch functioneren. De noodzakelijke omzet per m<sup>2</sup> varieert per type winkelgebied, branche en winkelformule. Landelijk ligt de gemiddelde omzet per m<sup>2</sup> in winkels in dagelijkse goederen rond de € 7.200,-, voor winkels in niet-dagelijkse goederen is de gemiddelde vloerproductiviteit € 1.970,- aangehouden. Omdat de vloerproductiviteit in het noorden van het land lager ligt dan het gemiddelde houden we rekening met een 5% lagere vloerproductiviteit.

#### *Indicatie haalbaar aanbod*

In de volgende figuur is op basis van bovenstaande cijfers een berekening gemaakt van het haalbare winkelaanbod.

**Figuur 4**      **Distributieve ruimte in Beilen**

<b>BEILEN</b>	<b>Dagelijks</b>	<b>Niet-dagelijks</b>
Omzet per hoofd	€ 2.292	€ 2.489
Inwoners verzorgingsgebied	12.000	12.000
Koopkrachtbinding (%)	95%	50%
Omzet verzorgingsgebied	€ 26.1 mln.	€ 14.9 mln.
Toevloeiing koopkracht (%)	20%	40%
Omzet toevloeiing	€ 6.5 mln.	€ 10.0 mln.
Totale omzet	€ 32.6 mln.	€ 24.9 mln.
Vloerproductiviteit	€ 6.870	€ 1.872
Potentieel winkelaanbod m2	4.754	13.301
Aanwezig winkelaanbod m2	6.136	23.172
Marktruimte	-1.382	-9.871

Uit de indicatieve berekening blijkt dat de aanwezige ruimte in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector in Beilen kwantitatief gezien volledig benut is. De grote oppervlaktes van Oostland en de Gamma wegen zwaar door in het totaal van de niet-dagelijkse sector, doch het aanbod blijft ook royaal als we deze bedrijven buiten beschouwing laten. Wanneer we in de rekensom fictief de branche In/Om Huis buiten beschouwing laten, en daarvoor de omzet per hoofd aanpassen (deze bestedingen weglaten, aanwezig is dan 8.000 m<sup>2</sup> wvo i.p.v. 13.300 m<sup>2</sup> wvo), dan zullen we ook de bindings- en toevloeiingscijfers moeten aanpassen. Immers, deze zijn lager zonder het aanbod in deze branche. Per saldo resulteert ook dan een tekort van meer dan 1.000 m<sup>2</sup> wvo in de niet-dagelijkse sector.

De omzet uit het toerisme is beperkt van omvang (gemeten over het hele jaar), en is om die reden meegenomen bij de totale toevloeiing van omzet. Niettemin zal zeker gedurende de zomermaanden de toeristische omzet in de detailhandel wel merkbaar en welkom zijn. De branchegroepen 'Mode & Luxe' en 'Vrije Tijd' bleken in de gemeente relatief veel consumenten te trekken uit gebieden, verder weg dan 100 kilometer<sup>2</sup>.

De figuur geeft een indicatie van de beschikbare ruimte in de markt, puur rekenkundig. Uitbreidingsruimte is niet direct beschikbaar, maar wijzigingen in de markt zullen altijd blijven bestaan. Het gevolg is wel dat gemiddeld de vloerproductiviteit van de aanwezige ondernemers relatief laag zal liggen, waarbij onderling uiteraard grote verschillen zullen zijn. De uitkomsten van de berekening komen overeen met de informatie uit de gevoerde gesprekken. Als alle ondernemers de volledige lasten zouden doorrekenen dan zouden meerdere winkels niet meer kunnen bestaan. Vanwege lage huisvestingslasten kunnen ondernemers nu nog de deur open houden.

In figuur 4 is nog geen rekening gehouden met de toenemende invloed van **online winkelen**. Dit neemt een steeds grotere vlucht (zie verderop in het rapport), en zal bij diverse branches wel degelijk van invloed zijn op de omvang van het fysieke aanbod. De berekende marktruimte voor de detailhandel in Beilen is nu ruim 18.000 m<sup>2</sup> wvo (4.754 m<sup>2</sup> dagelijks en 13.301 m<sup>2</sup> wvo niet-dagelijks). Wanneer 5% van de bestedingen in de dagelijkse sector via online-kanalen gaat, en 10 tot 15% bij de niet-dagelijkse sector, dan zakt de benodigde marktruimte met 2.000 m<sup>2</sup> wvo naar 16.000 m<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> De KoopstromenMonitor, Rabobank Midden-Drenthe, januari 2013

## **5. Kwalitatieve analyse**

### **5.1 Winkelaanbod centrum Beilen**

Het winkelaanbod in Beilen wijkt niet erg af van het gemiddelde in kernen van deze omvang, behalve dan dat in Beilen van alles iets meer aanwezig is, zonder hele grote uitschieters. Dit betekent dat sprake is van een behoorlijk evenwichtig aanbod.

In de dagelijkse sector is het aanbod compleet: service-supermarkten en een discounter, groot en klein. Bovendien zijn diverse drogisterijen aanwezig.

Ook in de niet-dagelijkse sector is sprake van een royaal, maar redelijk evenwichtig aanbod op het niveau van branchegroepen. Als we iets dieper kijken ontstaan grotere verschillen, hoewel ook dan blijkt dat Beilen in geen enkele subbranche echt tekort schiet.

De hoofdbranches waarin Beilen sterk naar voren komt – gemeten naar m<sup>2</sup> wvo winkelaanbod - zijn vooral hobby, bruin & witgoed, DHZ en wonen. In de hobbybranche vallen onder meer de sportzaken (o.a. hengelsport), boekhandels, en winkels voor muziekinstrumenten.

De enige subbranche, die niet vertegenwoordigd is in Beilen is de relatief kleine branche van kunst & antiek.

Geconstateerd kan worden dat het aanbod redelijk overeenkomt met het aanbod in vergelijkbare plaatsen, ook in aantal winkels. Wel zijn de winkels in Beilen gemiddeld iets groter in oppervlakte dan landelijk het geval is.

### **5.2 Winkelstructuur centrum Beilen**

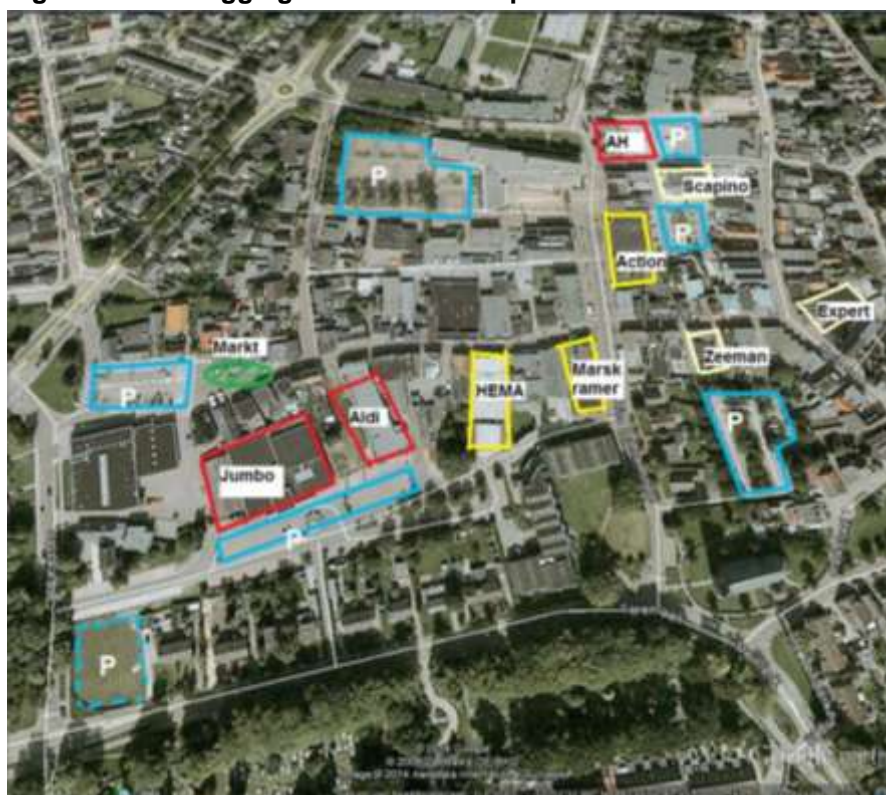
Centrumgebieden worden steeds belangrijker als recreatieve verblijfsgebieden. Het aanbod van de diverse functies (de aanbod mix) en vooral de sfeer van een centrum is bepalend voor de keuze van de consument. De combinatie van detailhandel, vooral het complete aanbod en het unieke eigen karakter, de ondersteunende horeca en de aanwezige culturele en maatschappelijke elementen in een centrum bepalen de kwaliteit van een centrum als recreatief verblijfsgebied. De mogelijkheid van een aantrekkelijke wandel/winkelroute in een centrum, de locatie van de belangrijkste trekkers en de ligging van de (parkeer)bronpunten zijn belangrijke elementen in het functioneren van een centrumgebied.

In Beilen vormt een aantal straten van oudsher de belangrijkste winkelstraten. Dat zijn de Brinkstraat, de Kruisstraat/Hekstraat, de Raadhuisstraat en de Markt. De afgelopen jaren is wel sprake geweest van

enige verschuiving in het belang van de verschillende straten. De Kruisstraat en Hekstraat hebben aan kracht ingeboet, terwijl de Ventweg Zuid veel aan kracht heeft gewonnen. Aan de Ventweg zitten onder meer de Jumbo en Aldi als grote trekkers. Hier ligt tevens een belangrijk deel van de parkeergelegenheid. In de Brinkstraat zitten als trekkers met name de HEMA en Marskramer/Intertoys, en tevens diverse winkels met een modisch aanbod.

In figuur 5 zijn de belangrijkste trekkers in het centrum van Beilen aangegeven alsmede de parkeerterreinen.

**Figuur 5 Ligging trekkers en bronpunten centrum Beilen**



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

De Brinkstraat is voetgangersgebied; dit betreft het hele gedeelte tussen de Markt en Expert. Zowel de Raadhuisstraat als de Hekstraat zijn éénrichtingsverkeer; de Hekstraat in noordelijke richting en de Raadhuisstraat in zuidelijke richting.

Het zuidwestelijke deel van het centrumgebied heeft op dit moment de grootste trekkracht voor bezoekers. Dan gaat het om de Ventweg Zuid, met de combinatie van Jumbo en Aldi, en de Brinkstraat tussen de Markt en de Raadhuisstraat. Hier zitten de belangrijkste trekkers, met name de HEMA en Marskramer.

Het oostelijke deel van de Brinkstraat kent ook diverse winkels, maar de trekkracht ligt hier toch lager. De Zeeman is een subtrekker. De aanwezige winkeltypes worden minder frequent bezocht dan een HEMA of een supermarkt. Drogisterijen worden ook zeer frequent bezocht, maar ook deze zitten in het westelijke deel van de Brinkstraat.

Aan de noordkant van het centrum is de supermarkt van Albert Heijn een winkel, waar dagelijks veel bezoekers komen. Deze supermarkt grenst aan het centrumgebied, maar ligt niet in de zichtlijnen.

De Raadhuisstraat kent in Action en Kruidvat een paar sterke trekkers, waar ook dagelijks veel bezoekers komen. In deze straat zitten ook andere functies, met name dienstverlening. Op de hoek zit een vestiging van een makelaar; het is jammer dat op een dergelijk markant punt in het centrum geen aantrekkelijke winkel- of horecafunctie zit.

De Hekstraat en Kruisstraat worden veeleer doelgericht bezocht; vooral Expert en Service Partner (SP) zijn hierin bepalend. Expert zit vanuit de Brinkstraat vol in de zichtlijn, terwijl SP verder buiten het centrum gevestigd is. Deze straten worden gekenmerkt door gemengde functies: naast detailhandel ook dienstverlening en wonen.

In een centrumgebied is het altijd prettig wanneer men een rondje kan lopen, maar dit is niet strikt noodzakelijk. In het verleden is getracht een rondje te realiseren van de Brinkstraat via de Hekstraat naar de Raadhuisstraat (in een b-vorm). Hiervoor ontbreken te veel trekkers op markante punten.

**Figuur 6** Looproutes centrum Beilen



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

In figuur 6 hebben we schematisch aangegeven hoe bezoekers zich op dit moment vooral door het centrum bewegen.

Momenteel lopen centrumbezoekers vooral op en neer in de Brinkstraat (west), met uitlopers richting de Raadhuisstraat en het oostelijk deel van de Brinkstraat. Tevens is er een looproute vanaf de Brinkstraat naar het P-terrein aan de Ventweg Zuid. Het meest westelijke deel van de Brinkstraat wordt tijdens de weekmarkt sterker bezocht.

### **5.3 Bereikbaarheid en parkeren**

Het centrumgebied van Beilen ligt ook echt in het hart van het dorp, en is mede daardoor goed bereikbaar.

De verschillende parkeerterreinen liggen aan alle kanten van het centrum (zie figuur 5). Verder is het op enkele plaatsen in de Raadhuisstraat nog mogelijk om langs te parkeren.

Het aantal parkeerplaatsen voor het centrum is voldoende. Niettemin lijkt de parkeerdruk niet overal even hoog te zijn. Met name het parkeerterrein aan de Ventweg Zuid is al snel flink bezet, ondanks een relatief grote capaciteit. Dit parkeerterrein zal als eerste gebruikt worden door bezoekers van de twee supermarkten en de HEMA. Het parkeerterrein bij het gemeentehuis is ook vrij groot, maar wordt doordeweeks vooral bezet door eigen bezoekers en personeel. Het P-terrein bij AH ligt minder in de looproutes van het centrum, en wordt vooral door eigen klanten bezocht.

Het parkeren levert momenteel geen grote problemen op voor het centrumgebied, hoewel de druk in het zuidelijk deel soms wel hoog ligt. Maar dan zijn op de andere locaties nog voldoende plaatsen beschikbaar, die via de P-route te vinden en bereikbaar zijn. De route is niet in alle opzichten logisch, zodat het doorrijden van het zuidelijke deel naar het noordelijke parkeren onvoldoende plaats vindt.

Sinds het voorjaar is op een deel van de parkeerterreinen een blauwe zone ingevoerd; dit geldt met name voor de Ventweg Zuid, de Markt, de Raadhuisstraat en Hekstraat. Iedereen is tot op heden erg tevreden over de effecten van de invoer. De terreinen bij AH, ten zuiden van de Zeeman en bij het gemeentehuis kennen geen blauwe zone.

Fietsenstallingen zijn verspreid in het centrum aanwezig, maar niet op alle locaties even logisch. Bij het gemeentehuis is het prima verzorgd; de stallingen bij de HEMA zijn weggehaald, maar niet vervangen door anderen. Hierin is wellicht nog wel enige verbetering te bereiken.



## 5.4 Vastgoed

Het vastgoed in het centrumgebied van Beilen kent diverse eigenaren. Velen zitten in een eigen pand (vooral lokale ondernemers, die al jaren in Beilen gevestigd zijn), maar er zijn ook diverse andere vastgoedeigenaren. Een grote speler in het centrumgebied – en dan met name in het westelijk deel van het centrum – is Interpand. Zij bezitten onder meer het hele blok van de Jumbo en Aldi, alsmede alle panden grenzend aan deze supermarkten aan de zijde van de Brinkstraat. Daarnaast hebben zij ook het eigendom verworven van de panden waarin Action en Kruidvat gevestigd zijn.

Veel eigendom in het centrum is dus in particulier bezit. Deze panden zijn vooral in het oostelijk deel van het centrum te vinden. Het eigendom wordt door meerdere eigenaren gezien als de ouderdomsvoorziening waar hun pensioen inzit. De leeftijd van verschillende ondernemers in het oostelijk deel ligt (ruim) boven de 50 jaar; een aantal zal opvolging hebben of het pand kunnen verkopen, maar anderen zullen niet direct een logische koper voor handen hebben. Hier dreigt op termijn leegstand te ontstaan.

Het merendeel van de panden in het westelijk deel en aan de Raadhuisstraat wordt bezet door het grootwinkelbedrijf, met zowel franchisers als eigen ondernemers. In het oostelijk deel ontbreekt het grootwinkelbedrijf volledig (m.u.v. Zeeman), en zijn tevens nauwelijks franchisers aanwezig. Een eigenschap van het grootwinkelbedrijf is, dat ze vaak elkaars nabijheid opzoeken. Wanneer de zelfstandige ondernemers in het oostelijk deel gaan stoppen (vanwege leeftijd of om andere redenen), is de kans op leegstand daar aanzienlijk groter dan in het westelijk deel.

Op dit moment komt leegstand zowel in het westelijk als oostelijk deel voor. De verwachting is evenwel – gezien het winkelbestand – dat op termijn de kans op blijvende leegstand in het oostelijk deel groter is dan in het westelijk deel.

De staat van onderhoud van de panden en de algehele uitstraling van winkelpanden is zeer divers. Duidelijk is te zien, dat in diverse panden fors geïnvesteerd is, deze zien er prima uit. Het centrum van Beilen kent ook vele nieuwe of vernieuwde panden, zoals aan de Molenpassage en aan de Raadhuisstraat. Helaas zijn er ook diverse panden, die er niet meer geheel up-to-date uitzien. Dit maakt het minder aantrekkelijk voor bezoekers in een centrumgebied. Vooral de leegstaande panden zien er niet goed uit; hierdoor is de kans op nieuwe verhuur geringer en is het een onaangename onderbreking van winkelgevels voor bezoekers.

Enkele leegstaande panden zouden als extra etalageruimte van winkels daaromheen gebruikt kunnen worden. Dit is een goede oplossing voor de

korte termijn. Geprobeerd zou moeten worden afspraken te maken met vastgoedeigenaren van leegstaande panden. Verplaatsing van ondernemers uit een ander deel van Beilen (van buiten het centrale winkelgebied) naar het centrum is uiteraard een betere en blijvende oplossing.

## 5.5 Sterkte/zwakte analyse

In deze paragraaf geven we puntsgewijs en beknopt aan welke punten in het centrumgebied van Beilen sterk en zwak zijn.

### *Sterk*

- Redelijk geconcentreerd aanbod: het aanbod is grotendeels in het centrumgebied van Beilen aanwezig. Buiten het centrum zijn er weinig straten met winkels. Het grootschalige aanbod is uiteraard wel elders gevestigd, maar eveneens geconcentreerd op grofweg twee locaties.
- Voldoende gevarieerd aanbod: zowel in de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector is van alles aanwezig in Beilen. Alle boodschappen kunnen in het centrum gehaald worden, terwijl er ook nog redelijk geshopt kan worden.
- Aanwezigheid HEMA en Action: zowel voor de eigen inwoners als voor de inwoners in de regio zijn de HEMA en de Action trekkers van formaat. Op royale afstand (op zo'n 20 km. in Assen, Borger, Hoogeveen, Oosterwolde) is de volgende HEMA te vinden. Ook voor toeristen is de HEMA aantrekkelijk, dat geeft Beilen zeker een plus.
- Voldoende parkeergelegenheid: aan alle zijden van het centrum is parkeergelegenheid, die goed te bereiken is. Het invoeren van blauwe zone in een deel van het centrum lijkt goed uit te pakken.
- Centrale ligging, tussen Assen en Hoogeveen: Beilen ligt letterlijk in het midden van Drenthe, waarbij de grote kernen op redelijke afstand liggen. Door de ligging aan de A-28 en de N-381 is de bereikbaarheid uitstekend.
- Weekmarkt: elke week wordt er in het centrum van Beilen nog een warenmarkt gehouden.
- Ook andere voorzieningen en dienstverlening in /bij centrum: het centrum kent een concentratie van overige functies, naast de detailhandel. Het gemeentehuis, de politie, bibliotheek, ouderenvoorzieningen enz. zorgen voor extra bezoekers in het centrum, waarbij eenvoudig een combinatiebezoek afgelegd kan worden. Bovendien zorgen werknemers ook voor extra reuring in het centrum.

### *Zwak*

- (te) royaal aanbod: het detailhandelsaanbod in zowel de dagelijkse als niet dagelijkse sector is royaal. Dit betekent, dat zeer kritisch

gekeken moet worden naar nieuwe initiatieven. Innovatie hoort bij de detailhandel, maar de uitbreiding van het winkelareaal kan niet onbeperkt doorgaan. In de dagelijkse sector is optimalisatie van het aanwezige aanbod (kwalitatieve verbetering) mogelijk, doch toevoeging van nieuwe spelers zet grote druk op de vloerproductiviteit van de aanwezige aanbieders, inclusief de speciaalzaken. Vanuit de markt is er wel belangstelling voor de vestiging van een nieuwe supermarkt buiten het centrumgebied. Wij adviseren echter om hieraan geen medewerking te verlenen. In de niet-dagelijkse sector geldt in principe hetzelfde, hoewel hier vaak sneller sprake is van enige wisseling van formules/ondernemers. Het aanbod in bijna alle branches is toereikend, zodat ook hier eerder sprake zou moeten zijn van kwalitatieve verbetering en eventueel verplaatsing in het dorp dan verdere uitbreiding van het aanbod.

- Uitgestrekt gebied; Hoewel sprake is van een behoorlijke concentratie van het aanbod in het centrum van Beilen, is het winkelgebied tamelijk uitgestrekt. Nieuwere delen van het centrum hebben zich door de komst van trekkers sterker ontwikkeld dan de oorspronkelijke winkelstraten, zoals de Hekstraat. Mede hierdoor is het gebied inmiddels toch tamelijk groot om te lopen en niet geheel te overzien.
- Geen geheel; het centrumgebied dreigt versnipperd te raken, doordat aan de uiteinden sprake is van veel rafels. In het centrumgebied is altijd sprake van sterke en minder sterke delen, maar in Beilen is voor bezoekers niet altijd duidelijk waar het gebied begint en eindigt.
- Blauwe zone nog niet optimaal; onlangs is het regime van blauwe zone ingevoerd. Hierdoor is het parkeren duidelijk verbeterd. Een verdere verbetering is nog mogelijk door ook een deel van het P-terrein bij het gemeentehuis blauwe zone te laten zijn. Dan gaat het bijvoorbeeld om een strook die het dichtst bij de winkels ligt, o.a. tegenover het voormalige postkantoor.
- Entree winkelgebied onduidelijk; de meeste mensen komen vanaf de Esweg naar het centrum van Beilen. Een parkeerroute en het centrum zijn middels borden aangegeven, maar aan niets is te zien dat er winkels zijn, en waar. Wat vooral opvalt zijn gebouwen (zoals het Zonnepand) en P-terreinen.
- Toenemende leegstand; de leegstand in Beilen ligt hoger dan gemiddeld landelijk. Zelfs in het sterke deel van de Brinkstraat komt leegstand voor. Ook de ruimte op de hoek van de Markt en Esweg staat al lang leeg en is geen fraaie entree. In de Hekstraat staat ook het nodige leeg. De verwachting is dat op termijn – zonder actie – de leegstand verder gaat toenemen, mede doordat de leeftijd van diverse zelfstandige ondernemers rond de 60 ligt, terwijl opvolging of goede verkoopmogelijkheden ontbreken.

- Veel dienstverlening tussen winkels; in een centrumgebied is altijd sprake van een menging van functies. In het kerngebied zijn vooral winkels aanwezig, eventueel aangevuld met een enkele gelegenheid voor daghoreca. In het centrum van Beilen zitten in het westelijk deel van de Brinkstraat inderdaad vooral winkels, maar in de rest van het centrum is ook veel dienstverlening te vinden en zijn zelfs woningen aanwezig. Dit verstoort een aangename winkelomgeving. Zelfs op een markante locatie als de kruising van de Brinkstraat met de Raadhuisstraat is dienstverlening aanwezig. Ook tussen Action en AH, alsmede aan de Hekstraat zijn veel niet-winkel functies aanwezig.
- Niet aanwezig op het web; diverse ondernemers van Beilen hebben hun eigen website, maar presenteren zich naar buiten toe niet als een geheel. Ze zijn daardoor slecht te vinden, en missen kansen. Behalve voor de eigen inwoners geldt dit nog sterker voor de toeristen, die zich vaak via internet oriënteren, en daar deels hun keus voor winkel of winkelgebied op baseren.
- Openingstijden; niet alle ondernemers hanteren dezelfde openingstijden. Naar bezoekers toe geeft dit geen eenduidig beeld. Het gaat hierbij om koopavond, sluitingsdagen, wel of niet open tussen de middag enz. De bezoeker kan er niet meer op vertrouwen dat een winkel open is, en kan dan besluiten om dan maar niet te komen.
- Daghoreca/grand café beperkt aanwezig; om winkelend publiek langer in een plaats vast te houden (en daarmee de omzet te verhogen) is de aanwezigheid van detailhandel-ondersteunende horeca gewenst. Deze is op dit moment beperkt aanwezig in het centrum van Beilen. De onlangs geopende horecaruimte bij de HEMA geeft aan dat het wel in een behoefte voorziet.
- Te veel steen, te weinig groen, en mede daardoor te weinig uitstraling. In sommige delen van de Brinkstraat is de sfeer prima, maar op de meeste plekken in het centrum overheerst steen. Vooral de Raadhuisstraat mist gezelligheid. Komend vanaf de Esweg verwacht je in een groen Drents dorp meer sfeer en groen dan op dit moment in het centrumgebied aanwezig is. Overigens helpt een overdaad aan vlaggen en borden evenmin om de sfeer te verbeteren. De juiste balans zal hierin gezocht moeten worden.

### *Bedreigingen*

- Te weinig onderscheidend vermogen; op dit moment is er te weinig dat Beilen kenmerkend maakt, waarvoor iedereen naar Beilen zou moeten gaan. Daarentegen wordt het steeds belangrijker om wel ergens in uit te blinken, om het onderscheidend vermogen te hebben.

- Weinig gebruik van 'social media'. Steeds meer worden inkopen gedaan via internet. Bij groepen waar nog niet zoveel gekocht wordt via internet, vindt de oriëntatie wel al vaak plaats via internet. Ook het selecteren en zoeken van winkels gebeurt steeds meer via het web. Daarom is zichtbaarheid op het web uitermate belangrijk, en dan het liefst als totaalpakket. Wanneer men daar niet tijdig op instapt, kan men de boot gaan missen. In Beilen is in dit opzicht nog veel werk te verrichten.
- Leegstand; op dit moment staan al de nodige panden leeg in Beilen. Gezien de leeftijd van vele ondernemers in combinatie met de locatie van de betreffende panden zal op termijn de leegstand verder gaan toenemen. Dit proces zal sneller gaan dan aanvankelijk gedacht, mede door de economische crisis en de snelle groei van internet.

### *Kansen*

- Inwonertal blijft op peil; hoewel in het Noorden van het land het inwonertal op het platteland zal gaan dalen, blijft het inwonertal van de grotere kernen, waaronder Beilen, redelijk op peil. Daardoor blijft het draagvlak voor het winkelaanbod ook op peil.
- Daling aanbod in (nog) kleinere kernen; in de omgeving van Beilen liggen vele kleine dorpen. De komende jaren zal hier het inwonertal en dus ook het aanbod van voorzieningen gaan dalen. Voor Beilen betekent dit de kans om nieuwe consumenten (sterker) te binden.
- Goed bereikbaar en voldoende parkeerplaatsen; zowel Beilen zelf als het centrum zijn goed bereikbaar en liggen centraal in Drenthe. Een zeer belangrijk gegeven is dat er gratis geparkeerd kan worden tegen het centrum aan. Als hoofdkern tussen grote kernen als Hogeveen en Assen is dit een sterk pluspunt. Het aantal parkeerplaatsen is voldoende, maar niet evenwichtig verdeeld over het centrum. Ook de route is niet op alle punten even logisch; het merendeel van de bezoekers komt vanaf de zuidelijke kant, bij het drukste P-terrein. De route naar het andere grote P-terrein (bij het gemeentehuis of AH) is dan lang, en niet logisch.
- Marketing en toerisme; op dit moment doet Beilen (ondernemend Beilen) nog niet veel om Beilen beter op de kaart te zetten, waardoor ook toeristen niet perse naar Beilen gaan om te winkelen. Hier is met goede marketing nog veel winst te halen.
- Goed detailhandelsaanbod met een concentratie van voorzieningen bij het centrum. Beilen heeft veel in huis om het de bezoeker naar de zin te maken. Door gericht leegstand te bestrijden, een beter verblijfsklimaat te creëren en een betere marketingstrategie kan veel winst geboekt worden.

## 6. Conclusies en acties

### 6.1 Conclusie en advies

#### *Functie van het centrum*

Het centrum van Beilen heeft primair een verzorgende functie voor de inwoners van Beilen zelf. Maar daarnaast kent Beilen een omvangrijk regiogebied, mede door de centrale ligging in Drenthe. De sector dagelijkse goederen is sterk vertegenwoordigd in Beilen. Er is dan ook sprake van een hoge toevloeiing uit de omliggende regio.

De niet dagelijkse sector in Beilen heeft uiteraard concurrentie van de centra van de grotere kernen, waar deze sector (met name modisch – recreatief) sterk vertegenwoordigd is. Maar Beilen zelf kent eveneens een (hoewel beperkter) volledig aanbod. Geconcludeerd kan worden dat de kern Beilen een functie heeft voor zowel de eigen inwoners als de consument uit de regio. Voor het functioneren is het centrum ook sterk afhankelijk van de regio.

#### *Winkelstructuur / Routing*

De routing in een centrum wordt met name bepaald door de ligging van de belangrijkste trekkers en de wijze waarop deze middels de tussenliggende straten zijn verbonden met elkaar. Het centrum van Beilen heeft een ietwat lastige structuur, gevormd door de Brinkstraat en Raadhuisstraat, waarbij aan de buitenzijdes de belangrijke bronpunten/trekkers (Jumbo, AH, Aldi) zijn gelegen.

- De Brinkstraat-West, inclusief de Ventweg-Zuid is het sterkste deel van het centrum van Beilen. De belangrijkste trekkers zijn hier (of hier vlakbij) in het voetgangersgebied gevestigd, zoals de HEMA alsmede de grote supermarkten van Jumbo en Aldi. Ook subtrekkers als Marskramer en Bruna zijn in dit deel gevestigd.
- De Raadhuisstraat (woonerf en eenrichtingverkeer) is door de aanwezigheid van Action en Kruidvat sterk geworden. Hierdoor hebben zich ook andere winkels aan deze straat gevestigd. Verder is de route naar AH en Scapino (beide met parkeergelegenheid) functioneel tamelijk zwak. De uitstraling van de Raadhuisstraat is erg 'stenig', waardoor de sfeer onder de maat is. De locatie van de makelaar op een markante hoek vormt voor de zichtlijnen en de aantrekkingskracht van de rest van het centrum een beperking. Het zou voor het centrum erg goed zijn dat zich hier een detailhandel-ondersteunende horecazaak zou vestigen met een terras voor de deur.
- Het Brinkstraat-Oost is eveneens voetgangersgebied. Naast detailhandel is hier ook horeca aanwezig. Als subtrekker zit hier

Zeeman. De zichtlijnen zijn hier redelijk goed, maar de uitstraling van diverse panden blijft achter bij die van een aantrekkelijke winkelstraat. Mede door het ontbreken van een sterk bronpunt aan deze zijde zal op termijn de kracht van dit deel van de Brinkstraat gaan afnemen. Met de verwachting dat enkele ondernemers hier op niet al te lange termijn zullen stoppen met hun winkel zal dit effect zich nog sterker gaan voordoen. Wanneer Expert op de kop van de Brinkstraat zou gaan verdwijnen zal de zichtlijn van dit oostelijke deel aanzienlijk achteruit gaan.

- De Hekstraat maakt in feite al geen deel meer uit van het echte winkelgebied. Er is hier een mengeling van functies aanwezig. De winkels die hier nog gevestigd zijn worden vooral gericht bezocht. Sommige zullen bovendien op termijn gaan sluiten.
- De Weverstraat ligt uit het zicht in het centrum. Aan deze straat zijn de supermarkt van AH (met parkeerterrein) en Scapino (met P-terrein) gelegen, maar worden meer gericht bezocht. De combinatie met de rest van het centrum is prima te maken, maar slechts een beperkt deel van de bezoekers zal dit doen. Hierdoor is de kracht van het P-terrein bij AH als bronpunt niet sterk genoeg.
- De Ettenstraat ligt op korte afstand van de belangrijkste winkelstraten, maar maakt hier niet echt deel van uit. Op dit moment is alleen een slager hier nog gevestigd; deze zou wellicht beter naar een andere locatie kunnen verhuizen. De Ettenstraat is meer geschikt voor de dienstverlening.

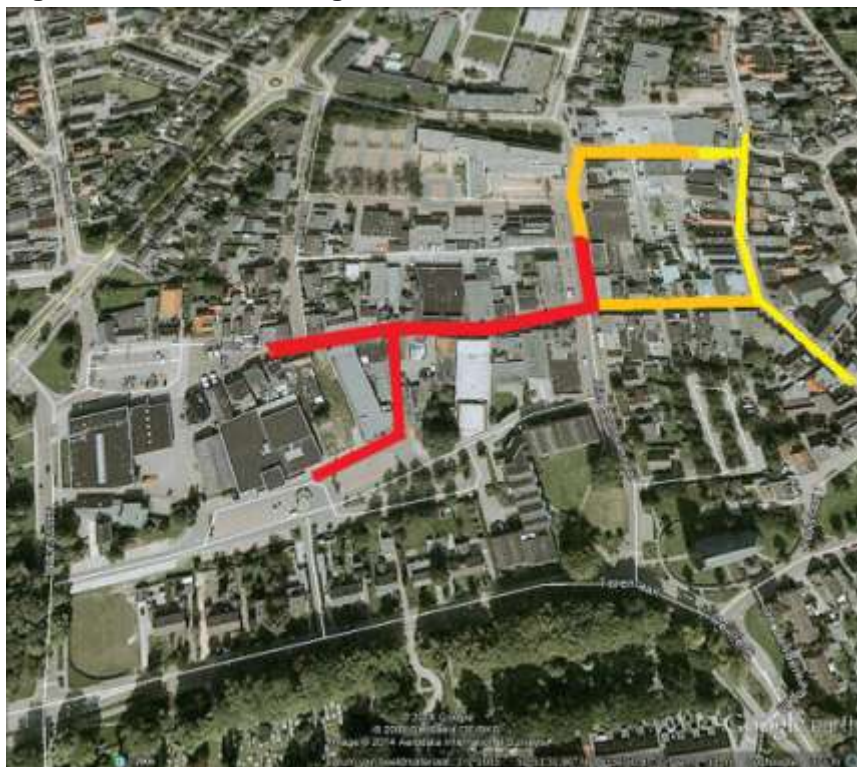
Voor de toekomst adviseren wij om het winkelgebied in het centrum helder af te bakenen en op basis van deze afbakening het gemeentelijke beleid ook verder vorm te geven. Wij adviseren om de toekomstige winkelstructuur op te hangen aan de Parallelweg Zuid, de Brinkstraat-West en de Raadhuisstraat (tot en met Kruidvat/bloemist). De uitstraling van de Raadhuisstraat (van panden en inrichting openbare ruimte) moet dan wel fors verbeterd worden, om de sfeer aangenamer te maken om te verblijven.

De Brinkstraat-Oost wordt voorlopig een aanloopzone waar ook andere functies mogelijk zijn, waaronder meer dienstverlening en wonen. De winkelfunctie zal echter steeds meer onder druk komen en op termijn hier verdwijnen. Met behulp van een stimuleringsbeleid kan dit mogelijk begeleid en ondersteund worden. Ook de route vanaf de AH tot aan Kruidvat is een aanloopzone met meerdere andere functies. De Hekstraat valt buiten het kernwinkelgebied. Figuur 7 geeft de voorgestelde toekomstige winkelstructuur op kaart weer.

In het verleden is gesproken over een doorsteek halverwege de Brinkstraat (West), om de bereikbaarheid van het P-terrein bij het gemeentehuis (langs het postkantoor) te versterken. Wij adviseren om dat niet te doen. Naast

forse kosten voor wat betreft de aankoop van vastgoed zal het westelijke deel van de Brinkstraat (richting de Markt) minder bewandeld worden, en daardoor in trekkracht achteruit gaan. De afstand naar de Kampstraat is kort, en daarmee blijft de bezoeker langer in het centrum.

**Figuur 7 Toekomstige winkelstructuur**



Bron: Google Earth, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

#### *Omvang en kwaliteit van het aanbod*

Uit de kwantitatieve analyse kan worden geconcludeerd dat het aanbod royaal is. Supermarkten zijn sterk vertegenwoordigd en zijn voor het functioneren voor een groot deel afhankelijk van de consument van buiten de kern Beilen. In de niet-dagelijkse sector is ook sprake van voldoende aanbod; weinig (sub)branches worden gemist. Alleen een schoenenzaak in het midden / hogere segment zou nog een mogelijkheid kunnen zijn.

Op basis van de distributie planologische berekening kan de conclusie worden getrokken dat er geen ruimte meer is voor nieuwkomers in de markt. Om reden van kwaliteitsverbetering is – indien gewenst - een beperkte uitbreiding van het bestaande aanbod in de dagelijkse sector mogelijk. Voor wat betreft de niet-dagelijkse sector is er geen ruimte om buiten de bestaande ruimtelijke structuur winkels toe te voegen. Naast de berekening van de distributieve ruimte is de ruimtelijke structuur van het winkelcentrum bepalend voor het functioneren en de vestigingsmogelijkheden voor nieuwe winkels. Voortbordurend op de



conclusie genoemd onder het kopje winkelstructuur kan door het plaatsen van subtrekkers op strategische punten in het centrum de kwaliteit van het aanbod worden verhoogd waarmee tevens de aantrekkelijkheid van het centrum wordt verbeterd.

#### *Vastgoed en leegstand*

Leegstand in het kernwinkelgebied moet zo veel mogelijk voorkomen worden. Wellicht is het mogelijk om sommige winkeliers te herplaatsen van locaties net buiten het sterke gedeelte naar binnen. Goed overleg met vastgoedeigenaren is hierin essentieel. Interpand bezit een groot aantal panden in het centrum van Beilen, uitsluitend in het goede gedeelte. Zij zijn bereid om samen naar creatieve oplossingen te zoeken, zodat leegstand terug gedrongen wordt.

Het percentage leegstand in het centrum is met 15% te hoog. Vaak (doch niet uitsluitend) betreft het panden die slecht zijn onderhouden en die qua locatie minder courant zijn. De aanpak van leegstand moet in combinatie worden gezien met de eerdergenoemde (her)plaatsing van winkels.

Een veel genoemd punt is het verbeteren van de profilering van winkels. Dit kan gaan over de etalage, het kleurgebruik, de uitstallingen, enzovoort. De profilering van de winkels speelt een belangrijke rol bij de beoordeling en beleving van het winkelgebied door de consument.

Voor panden die langere tijd leegstaan kunnen tijdelijke oplossing gevonden worden. Leegstand, met letterlijk leegstaande panden, is voor de profilering van een straat(deel) zeer ongewenst. In overleg met eigenaren van leegstaande panden kunnen (creatieve) oplossingen gevonden worden. De bereidheid tot medewerking van eigenaren is hierbij natuurlijk wel noodzakelijk. Mogelijk kan de provinciale regeling met betrekking tot de herontwikkeling en herbesteding van bedrijfsgebouwen hierbij ondersteunend werken.

#### *Bereikbaarheid en parkeren*

In de bestaande situatie is het centrum van Beilen voor de eigen inwoners maar ook vanuit de regio in principe goed per auto en fiets bereikbaar. Met de zichtbaarheid van het centrum is het slechter gesteld. Komend vanuit het zuiden of westen kom je terecht bij de Ventweg Zuid of de Markt, waar je nauwelijks de entree van het winkelgebied herkent. Vanaf de andere kant (P-terrein gemeentehuis) is dit nog minder het geval. Wel is sprake van een P-route, die keurig aangegeven staat. Niettemin is het soms lastig om de route te vinden. Dit heeft vooral te maken met de soms lange en onlogische route die gemaakt moet worden om van het zuidelijke parkeren naar de noordelijke kant te komen. Hoewel niet eenvoudig, lijkt hier nog wel enige verbetering gerealiseerd te kunnen worden. De consument die zich met de auto binnen het centrum wil verplaatsen wordt het centrum uit geleid en is

dan snel de weg kwijt. Het is verstandig om dit onderwerp nogmaals onder de loep te nemen om na te gaan welke mogelijkheden er zijn om de vindbaarheid en de circulatie binnen het centrum te verbeteren. Datzelfde geldt voor de onlangs ingevoerde blauwe zone. Over het algemeen zijn de eerste resultaten zeer hoopgevend en naar tevredenheid ingevoerd, maar er heerst vooral onbegrip over het feit dat het hele P-terrein bij het gemeentehuis niet onder dit regime valt. Wanneer bijvoorbeeld op het zuidelijke deel ook de blauwe zone wordt ingevoerd, maakt dit de parkeermogelijkheden voor centrumbezoekers aanzienlijk beter.

Voldoende en gratis parkeerplaatsen zijn van levensbelang voor het functioneren van een winkelgebied als dat van Beilen. Vooral bij de supermarkten moeten in de directe nabijheid voldoende parkeerplaatsen zijn, wat in Beilen het geval is. Alleen op piekmomenten is de druk bij Jumbo en Aldi erg hoog, waardoor bezoekers van de rest van het centrum en supermarktbezoekers elkaar in de weg zitten. Elders zijn dan wel voldoende plaatsen beschikbaar. De parkeerplaatsen zijn goed verdeeld over het centrum en de indruk bestaat dat er in totaal voldoende parkeerplaatsen voor het centrum aanwezig zijn.

Het aantal parkeerplaatsen op de Markt is beperkt na de herinrichting. Het is aan te bevelen om het functioneren van de Markt aan een nader onderzoek te onderwerpen. De Markt zou een prima entreegebied van het centrum moeten zijn, maar is dat op dit moment onvoldoende. Het grote Zonnapand, de leegstand op de hoek van de Esweg en het nauwelijks kunnen parkeren (waardoor de Markt niet als start van het winkelen benut wordt) zorgen ervoor dat de Markt niet optimaal in de routing wordt meegenomen.

#### *Uitstraling / kwaliteit openbaar gebied*

De uitstraling van gevels is een verantwoordelijkheid van de ondernemers en eigenaren. De gemeente is verantwoordelijk voor het openbaar gebied. De bestrating in de Brinkstraat (West) is een aantal keren open geweest, waarna het niet opnieuw goed gestraat is. Over een grote afstand ligt de straat er hobbelig bij. Ook de waterafvoer is niet overal optimaal. Het tijdig vervangen van kapotte fietsenrekken, vuilnisbakken ed. is eveneens belangrijk. Aan de Raadhuisstraat is nieuw 'meubilair' geplaatst. Dit ziet er keurig uit, maar door de grote hoeveelheid stenen, staal en eenzelfde kleurstelling oogt het steriel en niet uitnodigend. Ook de gevel van Action is niet aantrekkelijk; de eigenaar (Interpand) is bereid om in overleg met de gebruiker een betere uitstraling tot stand te brengen. Hierover zullen afspraken gemaakt moeten worden. Wat in de Raadhuisstraat vooral ontbreekt is groen. De aankleding kan hier gezelliger gemaakt worden, en daarmee uitnodigender om langer te verblijven. Ook de hoek/kruispunt kan daardoor aantrekkelijker worden. In de Brinkstraat staan wel enkele bomen, en dat geeft een hele andere sfeer.

### *Aanwezigheid overige voorzieningen*

Rondom het centrum van Beilen en elders in het dorp zijn diverse voorzieningen, zoals het gemeentehuis, de bibliotheek, instellingen van de GGZ, scholen enz. Dit maakt Beilen mede tot een regiokern. Vooral de scholen zijn van essentieel belang voor een dorp als Beilen. Behalve dat scholieren vaak in het centrum lopen, zorgt het er ook voor dat gezinnen Beilen als een aantrekkelijke woonplaats blijven zien. Hoewel de gemeente niet altijd de meest bepalende partij is in de realisatie en fusies van scholen, ligt hier wel een rol. Hoe sterker het scholenaanbod, en hoe dichterbij het centrum, des te beter voor het functioneren van de detailhandel en dus ook de aantrekkelijkheid van het centrumgebied. Ook de mensen die op het gemeentehuis werken, zijn kopers in het centrumgebied. In iets mindere mate geldt dat voor de mensen van de GGZ; zij geven soms ook overlast in het centrum. Voortdurend moeten hierover goede afspraken gemaakt worden om te voorkomen dat de overlast grotere vormen gaat aannemen.

### *Marketing en toerisme*

Beilen ligt in het hart van Drenthe en wordt regelmatig aangedaan door toeristen. Beilen is niet echt een verblijfsgebied, maar zou wel het primaire aankoopgebied moeten zijn voor bezoekers in de omgeving van Beilen. Hiervoor moet Beilen beter op de kaart gezet worden dan op dit moment het geval is. Het internet is hierbij een eerste vereiste, waarbij het primair gaat om het promoten van het product Beilen en daarna om de individuele winkels (en overige voorzieningen). Zeker in het toeristenseizoen, maar bij voorkeur ook in andere tijden, is het belangrijk om als een geheel naar buiten te treden. Gelijke openingsdagen en –tijden zijn hiervan een onderdeel, maar niet onbelangrijk. Een bezoeker wil weten (en dat ook op internet kunnen zien) wanneer de winkels open zijn. In de zomermaanden komen bezoekers over de hele week verspreid naar het centrum, om elke dag inkopen te doen. Buiten het seizoen ligt de piek veel meer naar het weekend toe. Dit betekent dat winkels duidelijk moeten zijn over de collectieve openingstijden. Als bezoekers hun neus stoten komen ze geen tweede keer terug.

## 6.2 Aan de slag!

In de voorgaande paragraaf is een aantal acties/projecten benoemd die zouden moeten worden opgepakt. Hieronder geven we ze puntsgewijs weer.

- Planologische afbakening van het winkelgebied
- Stimuleringsregeling opstellen voor compacter maken van het centrum;
  - transformatie van vastgoedfuncties
  - verplaatsing winkels, indien gewenst
- Strategische invulling van leegstaande panden
  - Verplaatsing bestaande winkels (bv. slager)
  - Nieuwe ondernemers interesseren voor 'sterke' deel
  - Tijdelijke invulling leegstaande panden
- Hoek Raadhuisstraat/Brinkstraat versterken; onderzoek andere functie makelaarspand (detailhandel, daghoreca)
- Versterking presentatie en profilering winkelpanden
- Versterken van de beleving van de openbare ruimte
  - Meer groen en sfeer, met name in Raadhuisstraat
  - Opknappen en aantrekkelijker maken gevel Action
- Versterking van presentatie en poortfuncties centrum; entrees van winkelgebied zijn onduidelijk en niet herkenbaar; heroverweging invulling en gebruik Markt
- Ondersteuning van ondernemers die willen stoppen met onderneming
- Versterken internetprofilering ondernemers en winkelgebied
- Opstellen van marketingstrategie voor centrum, benutten van het onderscheidend vermogen. Offline en online zichtbaar worden
- Parkeren:
  - Blijven monitoren
  - Zuidelijke deel P-terrein gemeentehuis ook blauwe zone, meer bezoekersstromen vanuit noordzijde
  - P-route nogmaals tegen licht houden; rijrichting Raadhuisstraat eenrichtingverkeer onderzoeken
- Hardmaken voor behoud en zo mogelijk uitbreiding overige voorzieningen zo dicht mogelijk bij centrum (o.a. scholen)
- Stroomlijnen van openingstijden winkeliers, zeker tijdens het toeristenseizoen
- Uitstillingsbeleid opstellen
- Markt meer betrekken bij activiteiten centrum, aantrekkelijker maken
- Opzetten van detailhandelsmonitor
- Screening mogelijkheden subsidieregelingen
- Inzetten van Retailacademie Noord Nederland

De genoemde acties zijn meestal een gezamenlijke verantwoordelijkheid van gemeente, ondernemers en eigenaren. Aanbevolen wordt de uitvoering van acties/initiatieven onder verantwoordelijkheid te laten vallen van een stuurgroep centrum. In de stuurgroep kan worden afgesproken wie trekker is van een actie of initiatief, wat de bijbehorende planning en inzet is en vindt terugkoppeling van de voortgang plaats zodat zo nodig tijdig kan worden bijgestuurd.

Instrumenten die de gemeente, eigenaren en ondernemers ter beschikking (kunnen) staan en hun verantwoordelijkheden zijn:

Gemeente:

- inrichting openbaar gebied;
- vindbaarheid/bereikbaarheid parkeren;
- beheer en onderhoud van het openbaar gebied;
- vergunningverlening / medewerking verlenen aan initiatieven;
- bestemmingsplannen;
- goede front-office / aanspreekpunt voor ondernemers;
- stimuleringsmiddelen voor acties en initiatieven;
- het instellen van een strategisch vastgoedfonds;
- promotie Beilen.

Eigenaren / ondernemers

- investeren in panden;
- verbetering presentatie en profilering van panden;
- beheer en onderhoud van openbaar gebied nabij de winkel;
- invulling branchering "op maat";
- samenvoeging van panden, meewerken met verplaatsing ondernemers;
- promotie Beilen.

In de projectenmap, die apart bij deze rapportage zit, zullen de diverse projecten verder uitgewerkt en beschreven worden. Hierbij is tevens de termijn en de prioriteit aangegeven.

## BIJLAGE

## Verklarende woordenlijst

Dagelijkse artikelen	Levensmiddelen (food) en artikelen voor de persoonlijke verzorging.
Niet-dagelijkse artikelen	Alle artikelen die niet onder dagelijks vallen( o.a. kleding, elektronica, huishoudelijke artikelen, DHZ-artikelen, bruin- en witgoed, wonen, vrije tijdsartikelen)
Food	Voedings- en genotmiddelen
Frequent benodigd non-food	Huishoudelijke artikelen, drogist, parfumerie
Modisch recreatief	Kleding, schoenen, lederwaren
Overig recreatief	Warenhuis, juwelier, optiek, hobby, media, sport, antiek
Doelgericht non-food	Doe-het-zelf, wonen, bruin- en witgoed, plant & dier, auto & fiets
Overige detailhandel	2 <sup>e</sup> hands artikelen, audicien, erotiek
Koopkrachtbinding	De mate waarin inwoners uit een bepaald gebied (kern of gemeente) hun bestedingen <b>in</b> dat betreffende gebied doen.
Koopkrachtafvloeiing	De mate waarin inwoners uit een bepaald gebied hun bestedingen <b>buiten</b> dat gebied doen.
Koopkrachttoevoeiing	De mate waarin bestedingen <b>in</b> het betreffende gebied afkomstig zijn van inwoners van <b>buiten</b> dat gebied.
Wvo=winkelvloeroppervlak	Winkelvloeroppervlak dat voor de consument toegankelijk is (dus exclusief kantoren, magazijn ed.)
Koopstromen	Koopkrachtbewegingen tussen kernen, gemeenten of winkelgebieden door binding, afvloeiing en toevoeiing van koopkracht.
Vloerproductiviteit	Gemiddelde detailhandelsomzet per vierkante meter winkelvloeroppervlak

---