

BEHOORT BIJ BESLUIT VAN DE RAAD VAN DE
GEMEENTE VEERE D.D. 26 OKTOBER 2006,
NR. 83/2006
DE GRIFFIER, DE VOORZITTER,

veere

detailhandel en horeca

kadernotitie

opdrachtgever : gemeente Veere
nummer : 141.11518.00
datum : 6 sept. 2006

opdrachtleider : drs J.H.M. Seerden
auteur : drs R.V. Bak

Inhoud	1
1. Inleiding	blz. 3
1.1. Aanleiding en doel	3
1.2. Opzet notitie	3
2. Uitgangspunten	5
2.1. Inleiding	5
2.2. Toeristisch-recreatieve bestedingen	5
2.3. Detailhandel	6
2.4. Horeca	7
2.5. Algemene trends	8
2.6. Vigerend beleidskader	10
3. Analyse en aanbevelingen per kern	11
3.1. Inleiding	11
3.2. Aagtekerke	13
3.3. Biggekerke	15
3.4. Domburg	16
3.5. Gapinge	21
3.6. Grijskerke	22
3.7. Koudekerke	24
3.8. Meliskerke	27
3.9. Oostkapelle	29
3.10. Serooskerke	32
3.11. Vrouwenpolder	35
3.12. Westkapelle	37
3.13. Zoutelande	39
4. Conclusies/beleid	43
4.1. Inleiding	43
4.2. Commerciële voorzieningen	43
4.3. Aanbevelingen voor beleid	44
4.4. Samenvatting beleid	46

Bijlage:

1. Uitleg dpo-tabel.

1. Inleiding

3

1.1. Aanleiding en doel

Aanleiding

Voor u ligt de kadernota detailhandel en horeca van de gemeente Veere. Directe aanleiding voor het opstellen van deze nota is de op handen zijnde actualisering van alle vigerende bestemmingsplannen voor de kernen in de gemeente. Horeca en detailhandel zijn in deze bestemmingsplannen belangrijke onderwerpen, zowel wat betreft beleidsvorming als wat betreft juridische regeling. Tegen die achtergrond ontstond bij de gemeente de behoefte aan een algemeen beeld van de huidige structuur, de te verwachten ontwikkelingen en de (gewenste) toekomstige structuur van detailhandel en horeca in de kernen. De kadernota is een actualisatie/aanscherping van de paragrafen over horeca en detailhandel in de in 2002 door de gemeenteraad vastgestelde structuurvisies voor de gemeentelijke kernen.

Deze nota gaat in op de gemeente Veere en heeft daarmee een andere positie dan de regionale detailhandelsonderzoek van BRO die eveneens in het najaar van 2005 is afgerond. De regionale visie gaat met name in op de regionale invloed van detailhandel en mogelijke ontwikkelingen en doet aanbevelingen om tot een intergemeentelijke afstemming te komen van toekomstige detailhandelsmogelijkheden. Voor Veere geldt dit met name voor eventuele ontwikkelingen in de kernen aan de rand van de gemeente, nabij Middelburg en Vlissingen en vice versa.

Doel

In de voorliggende notitie wordt een actuele analyse gegeven van de huidige horeca en detailhandel in de gemeentelijke kernen, exclusief Veere, gevolgd door een analyse van toekomstige ontwikkelingen en aanbevelingen voor het gemeentelijk ruimtelijk beleid. Het doel van de kadernota is drieledig:

- beleidskader voor omgaan met en reageren op ontwikkelingen met betrekking tot horeca en detailhandel;
- toetsingskader voor initiatieven vanuit de markt;
- basis voor juridische regeling in de bestemmingsplannen voor de kernen.

1.2. Opzet notitie

De nota is als volgt opgebouwd: in hoofdstuk twee worden enkele uitgangspunten geformuleerd: omvang van recreatieve bestedingen, de gehanteerde onderzoeksmethode voor het beoordelen van het functioneren van het winkelaanbod, enkele actuele trends en het vigerende beleid.

Vervolgens wordt in hoofdstuk drie een analyse van de huidige situatie per kern gegeven, een vooruitblik op te verwachten ontwikkelingen en aanbevelingen voor gewenst beleid voor horeca en detailhandel.

Ten slotte wordt in hoofdstuk vier ingegaan op enkele algemene ontwikkelingen op het gebied van detailhandel en horeca en worden aanbevelingen gedaan over hoe de gemeente Veere, gegeven de specifieke situatie in de gemeente, hiermee om kan gaan.

2. Uitgangspunten

5

2.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt allereerst ingegaan op het belang van het toerisme voor het functioneren van detailhandel en horeca in de kernen van de gemeente Veere. Vervolgens wordt nader ingegaan op de gehanteerde uitgangspunten voor detailhandel en horeca en worden enkele actuele trends tegen het licht gehouden. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een beschrijving van het huidige gemeentelijke beleid, zoals dat is vastgelegd in de structuurvisies voor de kernen en de basisopzet voor de bestemmingsplannen voor de kernen van de gemeente.

2.2. Toeristisch-recreatieve bestedingen

De gemeente Veere is een bijzondere gemeente. De gemeente beslaat een groot oppervlak en omvat veel kleine kernen. In de gemeente wonen bijna 23.000 inwoners. De grootste kern heeft echter slechts 3.690 inwoners. Het draagvlak dat normaal benodigd is voor een minimaal winkelaanbod – waaronder in ieder geval een supermarkt wordt verstaan – ligt op ongeveer 5.000 inwoners. Toch komt in veel kernen in de gemeente Veere een relatief groot en divers winkelaanbod voor.

Volgens de gemeentelijke website bedraagt het aantal recreatieve overnachtingen in Veere bijna 4 miljoen per jaar. Deze overnachtingen vinden plaats op of in één van de 25 campings, 170 minicampings, 52 hotels en bijna 3.500 recreatiewoningen.

Het is niet eenvoudig te bepalen wat de economische impact van de verblijfsrecreatie precies is. De bestedingen die verblijfsrecreanten doen in de winkels en horecavestigingen van de gemeente Veere zijn van substantieel belang voor het functioneren van deze sectoren. Dit wordt ook aangegeven in het in opdracht van de gemeente Veere geschreven rapport "In de peiling, trendmonitor Toerisme Veere". Het aandeel toeristische bestedingen bedraagt 50% in de food- en 25% in de non-food sector.

Hieronder volgt een indicatieve berekening om het belang van de verblijfsrecreatie in Veere aan te tonen, toegespitst op de detailhandel. Er is gebruikgemaakt van gegevens van de gemeentelijke website (2005) en Horeca in Cijfers van het bedrijfshap horeca 2005. Voor de detailhandel in de gemeente zijn vooral de (mini)campings en recreatiewoningenparken van belang; de hotels zijn slechts van beperkte betekenis, doordat hotelgasten nagenoeg geen dagelijkse boodschappen hoeven te doen. Doordat bekend is hoeveel overnachtingen er ongeveer op jaarbasis in hotelbedden plaatsvinden, kan worden bepaald hoeveel overnachtingen er buiten hotels, dat wil zeggen op campings en bungalowparken, plaatsvinden (zie tabel 1).

Tabel 1 Berekening invloed verblijfsrecreatie op detailhandel

aantal bedden (slaapplaatsen) in hotels	3.000
overnachtingscapaciteit per jaar	1.095.000
bezettingsgraad	40%
aantal overnachtingen hotels	438.000
totaal recreatieve overnachtingen gemeente	4.000.000
recreatieve overnachtingen buiten hotels	3.562.500
<i>equivalent inwoners</i>	<i>9.759</i>

Het aantal overnachtingen buiten hotels kan weer worden teruggerekend naar fictieve inwoners die een heel jaar in de gemeente wonen. 3,56 miljoen overnachtingen gedeeld door 365 dagen per jaar is ongeveer 9.750 inwoners op jaarbasis (zie tabel 1). Dat is ongeveer 40% van het in-

woneraantal van de gemeente. Ondanks dat deze "toegevoegde inwoners" ook een deel van hun uitgaven zullen doen buiten de gemeente Veere is dit een duidelijke indicatie dat de verblijfsrecreatie een belangrijke omzetplus betekent voor de ondernemers in Veere.

Deze directe bestedingen zijn zoals gezegd een belangrijke impuls voor het winkel- en horeca-aanbod in de gemeente. Maar ook de hotels en pensions zijn van belang voor het functioneren van de detailhandel. Een deel van de inkoop van hotels en pensions zal lokaal gebeuren, denk bijvoorbeeld aan de levering van verse producten, zoals brood. Dit zijn geen consumentenbestedingen, maar deze omzet kan wel een belangrijk onderdeel zijn van de bedrijfsvoering van een winkel.

Naast de verblijfsrecreatie komen er ook veel dagjesmensen naar de gemeente. Ook deze mensen betekenen een toegevoegde waarde voor zowel detailhandel als horeca.

Ten slotte moet nog worden opgemerkt dat toeristen en recreanten een ander aankooppatroon laten zien dan doorsnee consumenten. Men let in het algemeen minder op de prijs (denk in dit verband aan het hogere prijspeil van de campingwinkels) en heeft een afwijkend consumptiepatroon (impulsaankopen, funshopping, andere eetmomenten, vaker uit eten).

2.3. Detailhandel

De gehanteerde onderzoeksmethode voor de beoordeling van het winkelaanbod

Het bestedingspotentieel in het verzorgingsgebied van een winkel, winkelcentrum of centrumgebied wordt bepaald aan de hand van het inwonertal, de kenmerken van de bevolking, de toeristische bestedingen en de eventuele toevloeiing vanuit andere kernen. In het rekenmodel dat RBOI hanteert, wordt aan de aanbodzijde rekening gehouden met de concrete samenstelling van het winkelaanbod. In de foodsector houdt het model ook rekening met de verschillende winkeltypen en de verschillende supermarktformules. Door het omzetspotentieel (de haalbare omzet in een kern) te confronteren met de omzetbehoefte van het winkelaanbod (noodzakelijk voor een duurzaam economisch functioneren) zijn specifieke uitspraken mogelijk over het huidige functioneren, de verwachte ontwikkeling en de gewenste ontwikkeling (toekomstwaarde) van de detailhandel in de verschillende branches per kern.

Dagelijkse goederen

Zoals hiervoor aangegeven worden in de gemeente Veere jaarlijks ongeveer 3,5 miljoen recreatieve overnachtingen doorgebracht buiten hotels (vooral op (mini)campings en in recreatiewoningen, al dan niet op vakantieparken). Deze recreanten dienen in hun eigen verzorging te voorzien, zodat er in het toeristenseizoen sprake is van een substantieel hogere vraag naar dagelijkse goederen.

Op basis van omzetcijfers (op weekbasis) die door supermarktorganisaties vertrouwelijk ter beschikking zijn gesteld, is berekend wat het aandeel van de verblijfsrecreatie op jaarbasis is in de omzetten van de kernen. De grote verschillen tussen toeristische bestedingen per kern geven aanleiding om het aandeel van de toeristische bestedingen niet voor de hele gemeente in één keer, maar per kern weer te geven. De toeristische bestedingen zijn op jaarbasis weergegeven. De daadwerkelijke bestedingen zijn echter seizoensgebonden, zodat er vooral in de zomermaanden sprake is van een piek in de omzet.

Als de omzet van de zomerpiek maatgevend zou zijn dan is de uitbreidingsruimte in de meeste kernen veel groter dan wanneer zou worden uitgegaan van de omvang van de eigen bewoners. Het is (uiteraard) niet reëel om de maatvoering van bijvoorbeeld de supermarkten volledig af te stemmen op deze drukkere periode. Het is echter wel van belang om de maatvoering van de winkels zodanig te maken dat de grote hoeveelheid klanten (van twee tot zelfs vijf keer zoveel als gemiddeld) die in het toeristenseizoen hun inkopen doen, beter kunnen worden geacommodeerd zonder dat de winkel in de winterperiode te groot is om goed te kunnen functioneren. Overigens kan een verbreding van het seizoen hier op termijn verandering in brengen.

Naar verwachting zal dan niet de top van de omzet afzwakken, de zomer blijft immers belangrijk, maar zullen vooral voor- en naseizoen een hogere omzet laten zien.

Niet-dagelijkse goederen

Voor de sector niet-dagelijkse goederen is geen reguliere DPO-berekening te maken voor een groot aantal kernen in Veere. Op basis van het inwonertal van de verschillende kernen kan in algemene zin worden gesteld dat de marktruimte voor niet-dagelijkse goederen in alle kernen beperkt is. Theoretisch gezien zouden de kernen van Veere voor het grootste deel vanuit Middelburg en Vlissingen voorzien dienen te worden en zou er in de kernen van Veere nauwelijks ruimte zijn voor winkels in niet-dagelijkse goederen.

Ook in de sector niet-dagelijkse goederen verstoort het toerisme echter de normale marktverhoudingen. Toeristen willen ook een deel van hun meer recreatieve aankopen (bijvoorbeeld mode en antiek) kunnen doen, bijvoorbeeld als het een keer minder mooi weer is.

Bijzonder is ook de aanwezigheid van een fietsenwinkel in bijna elke kern. De verhuur van fietsen aan recreanten en toeristen versterkt hier een branche die men elders veel minder aantreft.

Ook is er altijd sprake van een vraag naar toerisme-gerelateerde artikelen. In Veere bijvoorbeeld strandartikelen, zoals sport- en spelmateriaal en zwembekleding. Het is daarom logisch dat deze branches relatief sterk vertegenwoordigd zijn in de gemeente. Omdat de normatieve omzetten in de sector niet-dagelijkse goederen zeer sterk uiteenlopen en de organisatiegraad een stuk lager ligt dan in het levensmiddelenkanaal, is de methode van de omzetten per vierkante meter op jaarbasis, zoals hiervoor uiteengezet met de omzet in de dagelijkse sector, helaas niet uitvoerbaar.

Ten aanzien van de sector niet-dagelijkse goederen, is het daarom veel minder opportuun om sterk kwantitatieve uitspraken te doen over de gewenste omvang van het winkelaanbod. Ontwikkelingen in de niet-dagelijkse goederen moeten vooral kwalitatief worden beoordeeld op de wijze waarin ze een aanvulling of toevoeging zijn op het toeristisch product en de winkelstructuur in een kern. Omdat er veel meer mogelijkheden zijn voor specialisatie en het bieden van toegevoegde waarde (ondernemerschap), is er ten opzichte van de dagelijkse goederen minder sprake van een verdringingsmarkt. Voor de gemeente is ten slotte de omvang van een nieuwe ontwikkeling ook van belang: uitgangspunt moet zijn dat toevoeging en uitbreiding van het winkelaanbod het totale aanbod versterkt.

Boerderijverkoop

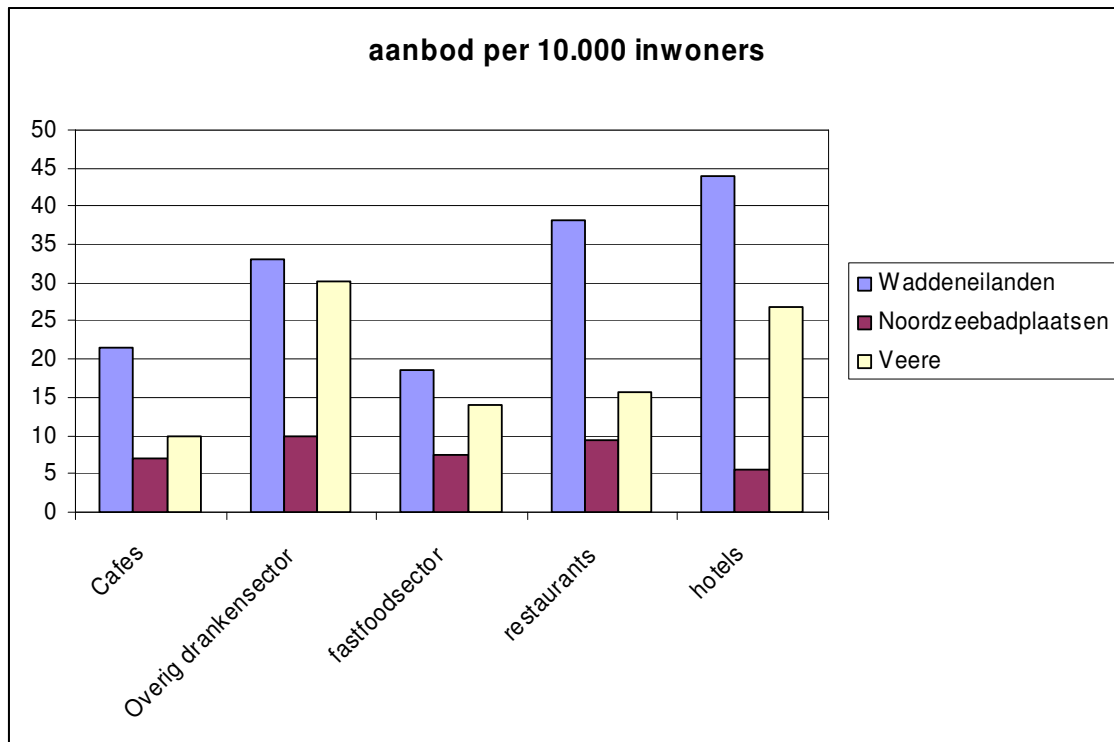
In algemene zin moet nog worden opgemerkt dat er in de gemeente Veere relatief veel verkoop plaatsvindt vanuit boerderijen. Het aangeboden assortiment kan daarbij redelijk groot zijn. Wat bijvoorbeeld ooit is begonnen als een fruitschuur, wordt van lieverlee een dorpswinkel met een redelijk compleet basisaanbod. Voor dergelijke verkooppunten gelden andere economische wetten dan voor de reguliere detailhandel. Zo is de winkelfunctie veelal niet de belangrijkste inkomstenbron en is er een heel andere situatie met betrekking tot huisvestingskosten. Ze springen in een gat dat ontstaan is door het gedeeltelijk verdwijnen van de winkelfunctie in de kernen en hebben daardoor een belangrijke functie voor de lokale bevolking. Tevens worden vaak veel streekproducten in deze winkels verkocht, wat het interessant maakt voor de toerist.

2.4. Horeca

Ook voor horeca is het toerisme een belangrijke factor, maar omgekeerd is horeca ook een belangrijke factor voor het toerisme. Horeca bepaalt voor een belangrijk deel het aanzicht en de sfeer van de centrumgebieden van de gemeente. Enerzijds is de horeca van belang voor de attractiviteit voor bezoekers en de sfeer en levendigheid van de centrumgebieden, aan de andere kant kan horeca ook overlast opleveren (geluid, geurhinder). Specifieke behoeftes voor horeca zoals voor detailhandel bestaan niet. Wel is referentiemateriaal beschikbaar (Horeca in Cijfers 2005, bedrijfschap horeca).

In figuur 1 is een vergelijking gemaakt van het horeca-aanbod in Veere met andere badplaatsen, langs de Noordzeekust en op de Waddeneilanden. Het aanbod in Veere zit hier ongeveer tussenin. De waddeneilanden zijn in veel grotere mate afhankelijk van het toerisme, waardoor het aanbod per 1.000 inwoners groot is. De groep Noordzeebadplaatsen is veel diverser en bevat ook gemeenten die minder sterk van het toerisme afhankelijk zijn: meer "eigen" inwoners en andere economische sectoren die sterk vertegenwoordigd zijn. In Veere komt dit terug in de toeristische plaatsen aan de kust en de "gewone" kernen in het landelijk gebied. In de statistieken is dit lagere schaalniveau niet terug te vinden.

Figuur 1 Vergelijking aanbod horeca in Veere, Noordzeebadplaatsen en Waddeneilanden



De vraag aan welke ontwikkelingen in het horeca-aanbod behoefte is, is hiermee niet exact te beantwoorden. De kustkernen zullen echter meer lijken op de waddeneilanden in bovenstaande grafiek. In welke mate uitbreiding aan de orde is, moet mede worden bepaald aan de hand van andere factoren, zoals ruimtelijke randvoorwaarden, (milieu)hinder en gemeentelijk beleid ten aanzien van de profilering van gebieden.

In deze nota worden vestigingsmogelijkheden voor horeca voornamelijk gezien vanuit het functioneren, de sfeer en de eigenschappen van de centrumgebieden in Veere.

2.5. Algemene trends

Naast de specifieke omstandigheid van het toerisme zijn er algemene tendensen in de Nederlandse retail die ook van invloed zijn op het functioneren van de detailhandel en horeca in Veere. Hieronder worden de belangrijkste trends kort weergegeven en toegelicht.

Schaalvergroting

De belangrijkste trend in de Nederlandse detailhandel is de schaalvergroting. Steeds grotere en efficiënt ingerichte winkels zijn (met name in de supermarktsector) van belang voor het rendabel exploiteren van de winkel. Tegelijkertijd raakt de consument meer en meer gewend aan dergelijke grootschalige winkels waar in een keer alle boodschappen kunnen worden gedaan (one-stop shopping).

In geen van de kernen in Veere is echter voldoende draagvlak voor een (zeer) grote supermarkt. Dit draagvlak is wel in Middelburg en Vlissingen aanwezig, waar dergelijke winkels ook al bestaan. Indien het aanbod in de kernen van Veere onvoldoende op peil is, zal vooral de eigen bevolking uitwijken naar de grotere winkels in Middelburg en Vlissingen. Modernisering van het aanbod is noodzakelijk voor het behoud van koopkracht.

Tegenwicht aan de grootschaligheid wordt in Veere geboden door de toerist die, vanwege een ander consumptiepatroon juist wél behoefte heeft aan kleinschalige, gezellige winkeltjes. De factor tijd is voor een toerist heel anders dan voor een reguliere consument. De nadruk op one-stop shopping en effectief winkelen is voor de toerist veel minder aan de orde. Met name in de niet-dagelijkse sector biedt Veere daardoor goede mogelijkheden voor kleine winkels.

Discountsupermarkten

De laatste tijd ligt de nadruk in de supermarkten zeer sterk op de prijs, maar al langer zien wij de opkomst van de discountsupermarkten. Het marktaandeel van de "harddiscounters" Aldi en Lidl bedraagt in Nederland ongeveer 15%. Een discountsupermarkt ontbreekt op dit moment in de gemeente Veere. Als ondergrens voor vestiging hanteren beide supermarktorganisaties momenteel een inwonertal van ongeveer 10.000. Geen van de kernen in Veere heeft een dergelijke omvang. Gelet op het totale aantal inwoners (bijna 23.000) is de gemeente naar verwachting toch een potentieel marktgebied voor één discounter.

Toevoeging van een dergelijke supermarkt zorgt voor het behoud van koopkracht in de gemeente. Daarbij gaat het overigens ook om de koopkracht van de toerist, want ook met name voor Duitsers zijn Aldi en Lidl "vertrouwde" winkels.

Goede inpassing van een discounter binnen de bestaande winkelstructuur kan voor een versterking van een winkelgebied leiden. Vestiging van een discounter naast een op service gerichte supermarkt kan voor beide partijen positief uitpakken. De grote klantenstromen die een discounter trekt, biedt ook andere winkeliers en horecaondernemers mogelijkheden.

Horeca

Een trend in de verblijfshoreca is de all-inclusive formule waarbij de consument in de accommodatie niet meer hoeft te betalen voor (al het) eten en drinken. Dit heeft afnemende bestedingen buiten de accommodatie tot gevolg.

Woningbouw

Voor vrijwel alle kernen in de gemeente Veere wordt in de toekomst toevoeging van woningen voorzien. Zowel per kern als in zijn totaliteit betreft het hier echter nieuwbouw van zeer beperkte aantallen woningen. De invloed van deze woningbouw op het functioneren van de detailhandel is verwaarloosbaar: "Het argument dat de bouw van woningen, en daarmee de toename van de bevolking, zou kunnen bijdragen aan de instandhouding van lokale voorzieningen (met name winkels), en daarmee aan de leefbaarheid en levendigheid van dorpen, is weliswaar hardnekkig, maar moet naar het rijk der fabelen worden verwezen. Met andere woorden: tegen de huidige schaalvergrotings- en concentratietendensen in de detailhandel valt niet op te bouwen" (Borchert en de Kryf 1991, Van Dam 1995 in RPB (2003) Landelijk wonen).

2.6. Vigerend beleidskader

Structuurvisies kernen

Ten behoeve van de actualisering van het gemeentelijk ruimtelijk beleidskader is in 1999 door de gemeenteraad een beleidsoriëntatie voor de gemeentelijke kernen vastgesteld, waarin de grote lijnen zijn aangegeven voor de ruimtelijke ontwikkeling van de kernen. Deze beleidsoriëntatie is uitgewerkt in de notitie "profilering/beleidsaccenten kernen".

Op basis van de beleidsoriëntatie is vervolgens in 2002 voor iedere gemeentelijke kern een structuurvisie opgesteld. De structuurvisies vormen vervolgens de basis voor het actualiseren van de bestemmingsplannen voor de kernen.

In de structuurvisies is op grond van de ruimtelijke kenmerken van de betreffende kern bepaald welke ruimtelijke ontwikkelingen in de toekomst mogelijk en gewenst zijn. Voorop staat dat de ruimtelijke kwaliteit van de kernen behouden dient te blijven en waar mogelijk versterkt dient te worden.

In de structuurvisies is een analyse van de huidige ruimtelijke en functionele structuur van de kernen opgenomen. Daarbij wordt expliciet ingegaan op horeca en detailhandel. Op basis van een verkenning van de huidige situatie wordt vervolgens de toekomstige ruimtelijke structuur beschreven. Voor de meeste kernen is daarbij een centrumgebied aangewezen en wordt een aanzet gegeven voor het ruimtelijk beleid met betrekking tot horeca, detailhandel en andere functies, zoals wonen.

Modelvoorschriften komplannen

Om over actuele, toekomstgerichte bestemmingsplannen te beschikken met eenzelfde systematiek en inhoud van regeling, zijn door de gemeente modelvoorschriften voor de komplannen opgesteld. Deze voorschriften dienen als basis voor de nieuw op te stellen bestemmingsplannen.

Voor horeca en detailhandel zijn in de modelvoorschriften specifieke bestemmingen (Detailhandelsdoeleinden en Horecadoeleinden) opgenomen.

- Gronden met de bestemming Detailhandelsdoeleinden zijn bestemd voor detailhandel en dienstverlening. In de doeleindenomschrijving van deze bestemming is tevens opgenomen dat ondergeschikte horeca-activiteiten zijn toegestaan tot een maximale oppervlakte van 30 m². Om spanningen met aangrenzende (woon)percelen te voorkomen, mogen de erven bij detailhandel tot maximaal 75% worden bebouwd.
- Gronden met de bestemming Horecadoeleinden zijn bestemd lichte voor horecabedrijven uit de categorieën 1a en 1b van de Staat van Horeca-activiteiten. Tot deze categorieën behoren onder andere een lunchroom, een snackbar en een restaurant. Een café of hotel is niet rechtstreeks toegestaan. Ook voor horecabedrijven geldt dat de omliggende erven tot maximaal 75% mogen worden bebouwd.

Bij het opstellen van de bestemmingsplannen voor de kernen zal per kern worden beoordeeld of het wenselijk is een bestemming Centrumgebied te gebruiken of dat aan de verschillende functies een op het bestaande gebruik toegesneden bestemming wordt toegekend. Wanneer gebruik wordt gemaakt van de bestemming Centrumgebied, is een rechtstreekse uitwisseling van detailhandelsvestigingen, horecagelegenheden, bedrijven, maatschappelijke voorzieningen, woningen en kantoren mogelijk. Wanneer de bestaande situatie wordt vastgelegd, kan gebruik worden gemaakt van een voorschriftenkaart op grond waarvan uitwisseling van de genoemde functies – onder voorwaarden – mogelijk wordt gemaakt door middel van een wijzigingsbevoegdheid.

Inmiddels zijn de bestemmingsplannen voor de kernen Aagtekerke en Koudekerke in procedure gebracht.

3. Analyse en aanbevelingen per kern

11

3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk wordt per kern volgens een vast patroon ingegaan op horeca en detailhandel met concrete aanbevelingen, die vertaald kunnen worden in bestemmingsplannen. De beschrijving per kern is als volgt opgebouwd:

- een analyse van de detailhandelsituatie, kwantitatief en kwalitatief (inclusief ontwikkelingen);
- een analyse van de horeca;
- een analyse van de ruimtelijke setting van de centrumfuncties;
- aanbevelingen ten aanzien van het gewenste beleid voor detailhandel en horeca;
- aanduiding van het centrumgebied, functie en bijbehorende randvoorwaarden ten aanzien van ontwikkelingen.

Per kern wordt een analyse gemaakt van het detailhandels- en horeca-aanbod. Voor de analyse is uitgegaan van het detailhandels- en horeca-aanbod in de kern. Aanbod op bijvoorbeeld campings en bungalowparken is buiten beschouwing gelaten. Deze detailhandelsvoorzieningen zijn vrijwel uitsluitend gericht op de op de betreffende accommodatie verblijvende gasten. Wat detailhandel betreft zijn dit ook seizoenswinkels die niet gedurende het hele jaar open zijn. In de horeca lijkt zich overigens wel een trend af te tekenen dat deze vestigingen zich ook op (groepen) van buiten het park richten.

De aanbodgegevens per kern zijn afkomstig van Locatus bv en gebaseerd op een veldinventarisatie in januari 2005. Dit bestand is ter controle gestuurd naar de gemeente, ondernemersverenigingen en dorpsraden. Dit heeft hier en daar tot kleine wijzigingen in het basisbestand geleid.

Naast een beschrijving van het aanbod wordt, indien voldoende winkelaanbod aanwezig is om een berekening te kunnen maken, een distributieplanologische analyse uitgevoerd. Gelet op de geringe omvang van de kernen en de hiervoor geschetste "problematiek" met betrekking tot de omzetbepaling in de niet-dagelijkse sector, heeft deze analyse vaak alleen betrekking op de dagelijkse sector.

Bij enkele kernen is daarnaast een analyse opgenomen van de branchering en de omvang van de branches in vergelijking met normen. Zoals ook hiervoor al is toegelicht, is het toerisme sterk van invloed op de samenstelling en de omvang van het winkelaanbod. De analyse dient daarom vooral ter illustratie van het unieke van de aanbodsituatie in sommige kernen.

Voor elk kern is bepaald of aanpassing van de begrenzing van het centrumgebied, vanuit de aanwezige functies en de daarmee samenhangende beleving van de consument, gewenst is. Soms is een heroverweging van de begrenzing wenselijk. Daarbij wordt een indeling gehanteerd in verschillende soorten centrumgebied, gebaseerd op de voorkomende functies in het betreffende centrumgebied. In tabel 2 wordt een toelichting gegeven op de indeling in de verschillende centrumgebieden.

Tabel 2 Typering centrumgebieden

		aantal panden met functie		
		detailhandel	horeca	wonen
typering centrum	wonen			> 50%
	detailhandel	> 50%		
	horeca		> 50%	
	gemengd	> 50%		> 25%

Aanbevelingen

De paragrafen worden afgesloten met aanbevelingen voor beleid. Deels is dit een bevestiging van wat al is vastgelegd in bestemmingsplan of structuurvisie, deels geeft deze sectorale studie aanleiding om het huidige beleid voor een kern te heroverwegen.

Per kern zijn randvoorwaarden gegeven waarbinnen in het centrumgebied ontwikkelingen mogelijk zijn. Daarbij is enerzijds gekozen voor een zekere vrijheid ten aanzien van nieuwe ontwikkelingen, passend binnen de gegeven randvoorwaarden. Anderzijds wordt wel een duidelijke (ruimtelijke) contour om het centrumgebied gelegd en worden aanvullende randvoorwaarden gegeven.

Voor deze (beperkte) vrijheid is gekozen zodat binnen de gedefinieerde centrumgebieden het ondernemerschap kan inspelen op plaatselijke en marktomstandigheden, die relatief snel kunnen veranderen. De functie die economisch gezien het meest rendabel is, zal een plaats krijgen in het centrumgebied. Een onbeperkte toevoeging van bijvoorbeeld restaurants in een dorpskern zal niet plaatsvinden: als het aanbod te groot wordt, worden de opbrengsten per pand zo laag dat andere functies (detailhandel of wonen) meer opleveren en dus interessanter zijn. Door een maximaal aantal en/of maximale oppervlaktemaat aan te houden kunnen (te grote) ongewenste veranderingen van de functie/uitstraling van een gebied worden voorkomen. Indien daar aanleiding toe bestaat, kan op basis van een concreet initiatief worden bekeken of inpassing via een gescheiden ruimtelijke procedure een oplossing biedt.

Opmerking bij inventarisatiegegevens

Voor het opstellen van de kadernota detailhandel en horeca is gebruikgemaakt van een verkooppuntenbestand dat is aangeschaft bij het in winkelinventarisatie gespecialiseerde bedrijf Locatus. Medewerkers van dit bedrijf lopen één keer per jaar alle winkels in winkelgebieden langs en noteren adresgegevens, naam, branche en (in geval van detailhandel) oppervlakte. Uit het aldus opgebouwde landsdekkende bestand is op 12 februari 2005 de gemeente Veere geselecteerd.

Het aangeschafte bestand is vervolgens ter controle aangeboden aan de gemeente Veere en (per kern) aan dorpsraden en ondernemersverenigingen. Tevens zijn alle kernen door RBOI bezocht. Geconstateerde fouten zijn uiteraard in het bestand verwerkt.

Het verkooppuntenbestand is een momentopname. Uit de langlopende inventarisatie van Locatus kan worden afgeleid dat gemiddeld genomen jaarlijks 15% van de in het bestand opgenomen verkooppunten een mutatie ondergaat (naam, formule, branche, geen winkel meer, etc.).

De kadernota is bedoeld om beleid voor de centrumgebieden van de kernen te formuleren. De nadruk ligt daarom op het aanbod aan winkels en horeca in de kernen. Met name perifere horeca zoals strandtenten is niet in de analyses betrokken. Van perifeer gelegen winkels is wel gekeken naar het eventuele effect op de bestaande/gewenste winkelstructuur.

Op basis van het bovenstaande is het te verklaren dat de inventarisatie zoals die in de nota per kern is opgenomen kan afwijken van de huidige stand van zaken, dan wel het beeld dat men nu heeft van een kern. Overigens zal bij de vastlegging van het beleid in bestemmingsplannen steeds een veldinventarisatie plaatsvinden, zodat een op dat moment actuele stand van zaken bekend is.

3.2. Aagtekerke

Analyse detailhandel

Het winkelaanbod van Aagtekerke bestaat uit 4 winkels en 430 m² vvo. Het winkelaanbod heeft vooral een functie voor de eigen kern. Het totale aanbod is kleiner dan op basis van het inwonertal mag worden verwacht.

De nadruk ligt op het aanbod dagelijkse goederen, met een MéérMarkt van 250 m². Het aanbod dagelijkse goederen ligt op een niveau dat op basis van de omvang van de kern verwacht mag worden.

In de niet-dagelijkse sector vinden wij kleine aanbieders in de branche woninginrichting, plant & dier/cadeauartikelen en een fietsenhandel.

Tabel 3 Marktruimte¹⁾ Aagtekerke

berekening		dagelijkse goederen
inwoners		1.460
bestedingen pp/jaar	€	1.974
bestedingspotentieel	€	2.882.000
koopkrachtbinding		30%
gebonden bestedingen	€	865.000
koopkrachttoevloeiing		2%
toerisme		21%
koopkrachttoevloeiing	€	258.000
omzet in kern totaal	€	1.123.000
aanbod (huidig) m ²		250
berekende vloerproductiviteit	€	4.492
normatieve vloerproductiviteit	€	4.124
normatieve omzet	€	1.031.000
vloerproductiviteit t.o.v. normatief		109%
kwalitatieve omschrijving		markt in evenwicht
uitbreidingsruimte	€	92.000
uitbreidingsruimte m²		20

In tabel drie is de distributieplanologische situatie in Aagtekerke weergegeven. Het aanbod in Aagtekerke heeft vooral een functie voor de eigen bevolking. Gelet op de geringe omvang zal de toevloeiing uit omliggende kernen beperkt zijn. Wel is er sprake van een redelijke seizoensinvloed. Op jaarbasis heeft het toerisme een aandeel van ruim 20%. De supermarkt functioneert op een goed niveau, er is geen uitbreidingsruimte.

Gelet op de beperkte ruimte in de markt en de nabijheid van vooral Domburg met een compleet winkelaanbod worden geen grote veranderingen op het gebied van detailhandel verwacht. Voor de horeca geldt eveneens dat geen veranderingen worden voorzien.

Analyse horeca

Het horeca-aanbod wordt gevormd door hotel Kodde. Door de nabijheid van Domburg, de beperkte omvang van de kern en het relatief beperkte aandeel van recreatie en toerisme zal het draagvlak voor horecavestigingen in de vorm van cafés en restaurants in Aagtekerke beperkt blijven.

1) Een uitleg van de in de tabel gehanteerde begrippen en interpretatie is opgenomen in bijlage.

Ruimtelijke aspecten

Drie winkels liggen aan het dorpsplein. Het is het plein in het dorp waar vanouds winkels zijn gelegen en de levendigheid zich concentreert. Het aantal winkels is echter dusdanig beperkt dat de onderlinge nabijheid het functioneren nauwelijks zal versterken. Wel is sprake van een aantrekkelijke, sfeervolle omgeving.

Aanduiding centrumgebied

Het centrumgebied is het Dorpsplein, zoals ook aangegeven in de structuurvisie. Het huidige accent op de woonfunctie moet behouden blijven (minstens 50% van de panden woonfunctie). Winkels zijn in het centrumgebied toegestaan, waarbij per vestiging een maximum geldt van 500 m² bvo, zodat nieuwe functies qua schaal passen in de kern en bij het bestaande aanbod. Toevoeging van zware horeca is niet gewenst.

Figuur 2 Centrumgebied Aagtekerke



Aanbevelingen

In het toekomstig ruimtelijk beleid kan het huidige gebruik worden vastgelegd, waarbij (beperkte) uitbreiding van bestaande winkels mogelijk moet zijn. Nieuwvestiging dient bij voorkeur aan het dorpsplein plaats te vinden. Aan het dorpsplein is de mogelijkheid van het uitwisselen van functies gewenst.

3.3. Biggekerke

Analyse horeca en detailhandel

Het winkelaanbod van Biggekerke (895 inwoners) telt totaal 2 winkels en 110 m² vvo, waarvan 1 winkel/20 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 1 winkel/90 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen. Het winkelaanbod heeft vooral een functie voor de eigen kern. De dagelijkse sector bestaat uit een bakker. Deze is, net als het lokale café, gevestigd aan het Kerkplein. De bakker richt zich ook enigszins op het toerisme: hij heeft enkele tafeltjes en stoelen in zijn zaak staan waar een kopje koffie met gebak kan worden genuttigd. Aanvullend aanbod wordt gevormd door de rijdende winkel en een boerenbedrijf met biologisch aanbod. Het niet-dagelijkse aanbod bestaat uit een bloemenwinkel die wat verder weg aan de Dorpsstraat is gelegen en molen Brasser waar meel en dierbenodigdheden worden verkocht.

Vanwege het geringe aanbod is een nadere distributieplanologische analyse niet zinvol. Voor bijna alle dagelijkse goederen zijn de inwoners van de kern aangewezen op aanbod in andere kernen. Economisch gezien is het draagvlak te klein voor winkels.

Het horeca-aanbod bestaat uit één café.

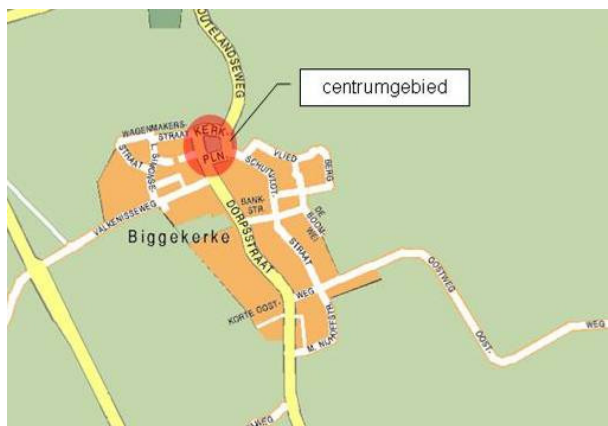
Ruimtelijke aspecten

De centrumfuncties zijn geconcentreerd aan het dorpsplein. Het aantal winkels is echter dusdanig beperkt dat de onderlinge nabijheid het functioneren nauwelijks zal versterken. Wel is sprake van een aantrekkelijke, sfeervolle omgeving

Aanduiding centrumgebied

Het centrumgebied omvat het Kerkplein. Het accent in dit gebied ligt op wonen: minimaal 50% van het aantal panden heeft een woonfunctie. Gelet op de ontwikkelingsmogelijkheden zal dit gebied dit accent niet verliezen.

Figuur 3 Centrumgebied Biggekerke



Aanbevelingen

Gelet op de omvang van de kern is het niet waarschijnlijk dat zich ten aanzien van het winkel-aanbod of het horeca-aanbod uitbreiding of nieuwvestiging zal aandienen. In het bestemmingsplan kan het huidige gebruik daarom worden vastgelegd. Op langere termijn is sluiting van één of meerdere winkels niet uit te sluiten. In het bestemmingsplan kan hierop worden geanticipeerd door in combinatie met de commerciële functies ook wonen toe te staan. Winkels (< 250 m² bvo per vestiging) en daghoreca kunnen aan het Kerkplein worden toegestaan. Deze maat is gekozen om aan te sluiten bij de structuur en het schaalniveau van de kern.

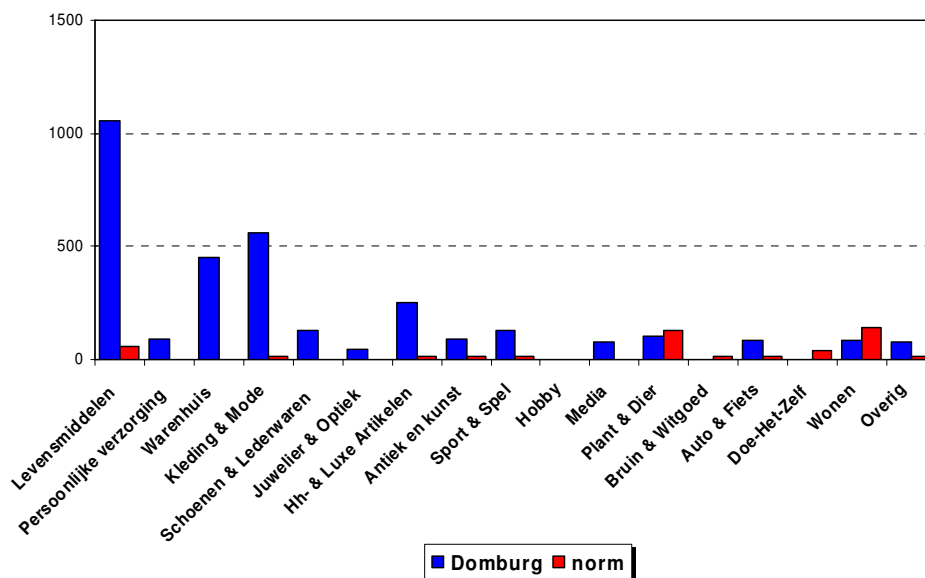
3.4. Domburg

Analyse detailhandel

Domburg telt 1.480 inwoners. Het winkelaanbod telt totaal 28 winkels en 3.230 m² vvo, waarvan 7 winkels/1.150 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 21 winkels/2.080 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen. Het winkelaanbod heeft niet alleen een functie voor de inwoners van de kern, maar met name ook voor de toeristen uit de omliggende recreatieparken. Door de omvang en kenmerken/kwaliteit van het winkelaanbod, heeft Domburg ook een verzorgende functie voor de omliggende kernen. Doordat in het zomerseizoen de winkels op alle zondagen open zijn, heeft Domburg op deze zondagen ook een verzorgende functie voor inwoners van Middelburg en Vlissingen. In omvang ligt de nadruk op het aanbod dagelijkse goederen, met een supermarkt (C1000, ruim 900 m² vvo), een bakker, slijter, snoepwaren, viswinkel (samen 145 m² vvo) en een drogist (90 m² vvo). In de niet-dagelijkse sector vinden wij enkele (kwalitatief hoogwaardige) kledingzaken, een (dorps-)warenhuis, luxe en huishoudelijke artikelen en schoenen en lederwaren. Het detailhandelsaanbod wordt gecompleteerd door een ruim aanbod aan galeries. Het totale aanbod is veel groter dan op basis van het inwonertal mag worden verwacht.

De niet-dagelijkse sector ongeveer omvat viermaal het te verwachten aanbod. Het aanbod in doe-het-zelf, wonen en plant en dier blijft achter. Dit zijn meestal relatief de grootste winkels, maar met een beperkte functie voor toeristen. In meer op "kijken en vergelijken" gerichte branches is het aanbod relatief groot. Dat is een duidelijke aanwijzing dat dit aanbod aan het toerisme is gerelateerd. Het aandeel van de toeristische besteding in de niet-dagelijkse branche is dan ook zeer hoog (zie figuur 4).

Figuur 4 Vergelijking aanbod in Domburg met kernen met een vergelijkbaar inwonertal



Tabel 4 Marktruimte Domburg

berekening	dagelijkse goederen	niet-dagelijkse goederen
inwoners	1.480	1.480
bestedingen pp/jaar	2.166	€ 2.589
bestedingspotentieel	€ 3.210.00	€ 3.830.000
koopkrachtbinding	80%	25%
gebonden bestedingen	€ 2.568.000	€ 957.500
koopkrachttoevloeiing	20%	15%
toerisme	55%	70%
koopkrachttoevloeiing	€ 7.704.000	5.426.000
omzet in kern totaal	€ 10.272.000	€ 6.383.000
aanbod (huidig) m ²	1.150	2.080
berekende vloerproductiviteit	€ 8.924	€ 3.070
normatieve vloerproductiviteit	€ 8.212	€ 2.503
normatieve omzet	€ 9.452.012	€ 5.203.051
vloerproductiviteit t.o.v. normatief	9%	23%
omschrijving	marktruimte	marktruimte
uitbreidingsruimte	€ 820.000	€ 1.180.000
uitbreidingsruimte m²	100	450

In de dagelijkse sector is op jaarbasis beperkt uitbreidingsruimte aanwezig (zie tabel 4). In combinatie met het complete aanbod worden vanuit de markt echter geen ontwikkelingen verwacht. Ondanks de drukte in het hoogseizoen is de omzet in de winterperiode zodanig dat er voor de supermarkt geen directe aanleiding is om verder uit te breiden of te verplaatsen. Toevoeging van aanbod kan alleen in de vorm van een discountsupermarkt, omdat deze winkel vanwege zijn aantrekkingskracht klanten uit een groot gebied zal trekken en daarom zijn eigen omzet zal genereren.

De invloed van toerisme in de niet-dagelijkse sector is zodanig dat het toerisme omvang en samenstelling bepaalt: het aanbod is afgestemd op de behoeften van de toerist en niet van de lokale bevolking. Concreet lijkt er momenteel geen sprake van overbewinkeling. Er zou in bepaalde segmenten nog ruimte kunnen zijn voor uitbreiding/nieuwvestiging. Het betreft een versterking van het aanbod in segmenten waar Domburg al sterk is en in een hoger kwaliteitsniveau. Nieuwvestiging van winkels moet echter wel plaatsvinden in aansluiting op het bestaande winkelaanbod. Vanuit de markt (makelaars) is gemeld dat er met name modezaken zijn die zich in de kern willen vestigen. Voor de modische branche geldt dat een verruiming van het aanbod, vanwege het "kijken en vergelijken" in het algemeen een goede zaak is. De keuzemogelijkheden nemen toe, wat door de consument positief zal worden gewaardeerd. Van belang is wel dat het winkelgebied voor deze branches (kijken en vergelijken) niet groter wordt.

Analyse horeca

Domburg beschikt over de volgende horecagelegenheden:

- café 4;
- fastfood 2;
- restaurant 15;
- lunch/ijs/pannenkoek 2;
- hotel-restaurant 6;
- hotel 12.

Domburg kent (buiten de hotels) 23 horecavestigingen. Bijna tweederde hiervan betreft restaurants. Uiteraard is dit zeer riant aanbod een direct gevolg van het toerisme. Er zijn in Domburg meer horecavestigingen dan winkels. De verhouding tussen het aantal winkels en horecavestigingen is bijna 50/50. Aan de Stationsstraat is een concentratie "harde horeca" te vinden. Het aanbod biedt de jonge toerist een redelijke keuze aan dancings en cafés.

Ruimtelijke aspecten

Het zwaartepunt van zowel horeca als detailhandel is te vinden aan de West- en de Ooststraat. Hier treft de bezoeker een gezellig, levendig dorpscentrum aan waar de verschillende functies elkaar versterken. De supermarkt ligt aan de Singel (S in figuur 5) en is afgekeerd van de meeste overige winkels. Vanwege de sterke eigen aantrekkingskracht van het overige aanbod is dat in dit geval geen bezwaar: het overige aanbod heeft de supermarkt niet als trekker in de directe nabijheid nodig. De meeste winkels hebben een luxe uitstraling. De horecagelegenheden hebben terrassen op straat.

In de kern is een parkeerroute waarbij duidelijk staat aangegeven waar parkeren voor het centrum en waar parkeren voor het strand is te vinden. De supermarkt heeft een eigen parkeerterrein.

Gelet op de attractiviteit van Domburg lijkt deze kern in beginsel geschikt voor een eventuele grootschalige ontwikkeling, bijvoorbeeld in combinatie met een discount supermarkt. Om geen afbreuk te doen aan het bestaande centrumgebied moet een dergelijke ontwikkeling in aansluiting op het centrum worden gerealiseerd. Het gebied ten zuiden van de Singel, van de Stationsstraat tot en met de C1000 supermarkt is hiervoor het meest geschikt, mits ook het parkeren op de locatie wordt opgelost en een functionele aanhechting van deze nieuwe ontwikkeling met het bestaande centrum ontstaat.

Aanduiding centrumgebied

Zoals in de structuurvisie aangegeven, is het gebied van de Stationsstraat via de Markt, Ooststraat en Groentje tot de Badstraat aangewezen als centrumgebied. Daarbinnen kan onderscheid worden gemaakt in een gemengd centrumgebied (Badstraat, Groentje, Ooststraat en Markt) en een gebied met als hoofdaccent (harde) horeca. Gelet op de wens om een sterkere relatie te leggen tussen het centrumgebied en het Nehalenniagebied, de duinen en het strand, is in de structuurvisie voorgesteld om het centrumgebied op termijn uit te breiden met de gehele Badstraat.

In aanvulling op het centrumgebied, zoals vastgesteld in de structuurvisie en in het licht van de ontwikkeling van het Singelgebied, verdient het aanbeveling om een extra verbinding tussen Groentje-Ooststraat-Markt te realiseren, zodat een "rondje" kan worden gemaakt in het centrumgebied. Daarvoor kunnen de Schuitvlotstraat en de Zuidstraat in aanmerking komen. Als één van deze straten bij het centrumgebied wordt getrokken, zal het accent hier liggen op kleinschalige detailhandel in combinatie met de huidige woonfunctie. De keuze voor één van beide straten is mede afhankelijk van de uitwerking van de plannen voor het Singelgebied.

Leefbaarheid en ruimtelijke en toeristisch-recreatieve kwaliteit zijn voor Domburg erg belangrijk, in verband met het hoogwaardige familiebadplaatskarakter. Detailhandel en horeca horen in dit gebied thuis. Het is in het centrumgebied met name van belang de horeca niet overheersend te laten worden. Alleen lichte horeca is in dit gebied toegestaan.

Figuur 5 Typering centrumgebied Domburg



Aanbevelingen

Het aanbod in Domburg, vooral in de niet-dagelijkse sector, is voor een heel groot deel afhankelijk van de toeristische bestedingen. De marktsituatie is daardoor nauwelijks in een model te vatten, in het bijzonder waar het niet-dagelijkse goederen betreft. Vooralsnog lijkt uitbreiding van het winkelaanbod in de modische sector op een hoog kwaliteitsniveau mogelijk, mits in het bestaande centrumgebied.

De verhouding tussen het aantal detailhandels- en horecavestigingen binnen dit gebied moet in de gaten worden gehouden. De huidige mix van afwisselend winkels en horeca voldoet goed. Verdere toevoeging van horeca in het kernwinkelgebied zal er voor kunnen zorgen dat de winkelfunctie "ondersneeuwt". Tevens dient een vermenging van harde en zachte horeca vermeden te worden in de winkelstraat. Uitbreiding van harde horeca is hier niet gewenst.

Op dit moment wordt, op basis van de structuurvisie en de vertaling hiervan in het bestemmingsplan, vastgehouden aan behoud van de woonfunctie in het centrumgebied. De wens voor een aantrekkelijk, compact centrumgebied kan hiermee echter in conflict raken. Bij het op de markt komen van de huidige woningen kan het zo zijn dat de panden aantrekkelijker zijn voor een commerciële invulling dan voor wonen. Andersom kan de ligging in het centrumgebied inhouden dat de panden als woning minder aantrekkelijk worden. Vraag is of op de langere termijn behoud van de nog slechts beperkt aanwezige woonfunctie houdbaar is. Naar verwachting zal de woonfunctie van een aantal panden worden beëindigd. Bovendien kan – gelet op de berekende uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector – worden verwacht dat vrijkomende panden een detailhandelsfunctie kunnen krijgen. Ondanks dat de woningen bijdragen aan de kleinschalige functiemenging van het centrumgebied, is de vraag in hoeverre de nog aanwezige woningen een essentiële bijdrage leveren aan het verblijfsklimaat. Overwogen kan worden niet langer aan handhaving van de woonfunctie in het – in de structuurvisie aangegeven – centrumgebied vast te houden. Daardoor ontstaat meer ruimte en flexibiliteit voor met name de detailhandelsfunctie, waardoor de aantrekkelijkheid van Domburg voor toeristen mogelijk kan worden vergroot.

Door een wijzigingsbevoegdheid in het bestemmingsplan op te nemen kan het gemeentebestuur van geval tot geval bepalen in hoeverre een vanuit de markt gewenste ontwikkeling strookt met het beleid voor het centrumgebied.

De Oost/Weststraat en de Markt zijn de belangrijkste delen van het centrumgebied. Horeca en detailhandel horen in dit gebied thuis. Het verdient aanbeveling de maximering van de horeca, zoals opgenomen in het bestemmingsplan Kom Domburg, te handhaven.

De horeca moet in ieder geval passen bij de winkelfunctie: geen harde horeca die overdag gesloten is. De concentratie harde horeca aan de Stationsstraat kan in de huidige situatie (aantal en omvang) blijven bestaan. Afhankelijk van vraag vanuit de markt kan een beperkte uitbreiding worden toegestaan, mits dit geen toename van overlast veroorzaakt.

De as tussen Singel en het huidige centrumgebied kan worden ingevuld bij een nadere concretisering van ontwikkelingen aan de Singel. Kleinschalige winkels, die passen in het huidige karakter van het centrum (< 500 m² bvo) en daghoreca kunnen in dit gebied worden toegestaan. In het gemengde deel van het centrumgebied kunnen winkels, horeca en wonen worden toegestaan. Toevoeging van horeca kan alleen wanneer het daghoreca betreft, tot een maximum van 50% van het aantal panden. Winkels kunnen worden toegestaan tot een maximumoppervlak van 500 m² bvo per pand. Wonen dient overal mogelijk te zijn.

Eventuele grootschalige detailhandel (o.a. supermarkten en winkels van + 500 m² vvo) dient bij voorkeur aan de Singel gevestigd te worden in combinatie met voldoende parkeergelegenheid. Aan de hand van concrete plannen kan hiervoor een nadere onderbouwing worden opgesteld en een ruimtelijke procedure worden gevoerd.



3.5. Gapinge

Gapinge telt slechts 520 inwoners. Dit is een dusdanig laag inwonertal dat de ontwikkeling van winkels en horeca niet verwacht wordt. Serooskerke is de dichtstbijzijnde kern met winkelaanbod waar de inwoners van Gapinge terecht kunnen.

Gelet op het inwonertal en de relatief geïsoleerde ligging, worden in Gapinge geen ontwikkelingen voorzien waarop de gemeente het beleid dient af te stemmen. In de structuurvisie is aangegeven dat eventuele commerciële ontwikkelingen gestimuleerd moeten worden in het oude lint. Er is geen reden om dit te veranderen: mocht er toch iemand kans zien om een winkel of horecavestiging te beginnen, dan is dit de aangewezen plaats.



3.6. Grijpskerke

Analyse detailhandel

Het winkelaanbod van Grijpskerke (1.390 inwoners) telt totaal 3 winkels en ruim 450 m² vvo, waarvan 2 winkels/400 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 1 winkel/50 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen. Het winkelaanbod heeft vooral een functie voor de eigen kern. Het aanbod dagelijkse goederen bestaat uit een Attent supermarkt en een apotheek. In de niet-dagelijkse sector vinden wij één winkel uit de branche doe-het-zelf (een verfwinkel).

Tabel 5 Marktruimte in Grijpskerke

berekening		dagelijkse goederen
inwoners		1.390
bestedingen pp/jaar	€	2.077
bestedingspotentieel	€	2.887.586
koopkrachtbinding		40%
gebonden bestedingen	€	1.155.034
koopkrachttoevloeiing		5%
toerisme		10%
koopkrachttoevloeiing	€	204.000
omzet in kern totaal	€	1.359.000
aanbod (huidig) m ²		400
berekende vloerproductiviteit	€	3.381
normatieve vloerproductiviteit	€	4.000
normatieve omzet	€	1.608.000
vloerproductiviteit t.o.v. normatief		-15%
kwalitatieve omschrijving		overbewinkeling
uitbreidingsruimte	€	249.000-
uitbreidingsruimte m²		100-

Zoals uit tabel 5 blijkt profiteert de supermarkt in Grijpskerke maar in zeer beperkte mate van het toerisme. Er is sprake van een beperkt hogere omzet in het toeristische seizoen. De winkel is vooral aangewezen op de eigen bevolking. Een bevolkingsomvang van nog geen 1.400 personen is feitelijk nu al te klein om een winkel duurzaam te kunnen laten voortbestaan. Hoewel Grijpskerke centraal in de gemeente ligt, is het niet de logische aankoopplaats voor de gemeentelijke bevolking. De plaats ligt relatief ver van zee en trekt daardoor weinig toeristen die het voorzieningenniveau mede op peil kunnen houden. Grijpskerke ligt ook relatief ver van de overige kernen van de gemeente en van Middelburg waardoor voor de inwoners van de kern een laag verzorgingsniveau resteert indien het huidige aanbod wegvalt (wat te verwachten valt).

Analyse horeca

Het horeca-aanbod in de kern bestaat uit één café. Gelet op de geringe bevolkingsomvang en het lage aantal toeristen lijkt dit voldoende voor de kern. Uitbreiding van het aantal horecavestigingen ligt niet voor de hand. Als sociale ontmoetingsruimte is aan het Kerkplein ook het dorps-huis gevestigd.

Ruimtelijke aspecten en aanduiding centrumgebied

De Kerkring vormt het centrumgebied. Ook hier geldt dat dit de historische setting van winkels en horeca is.

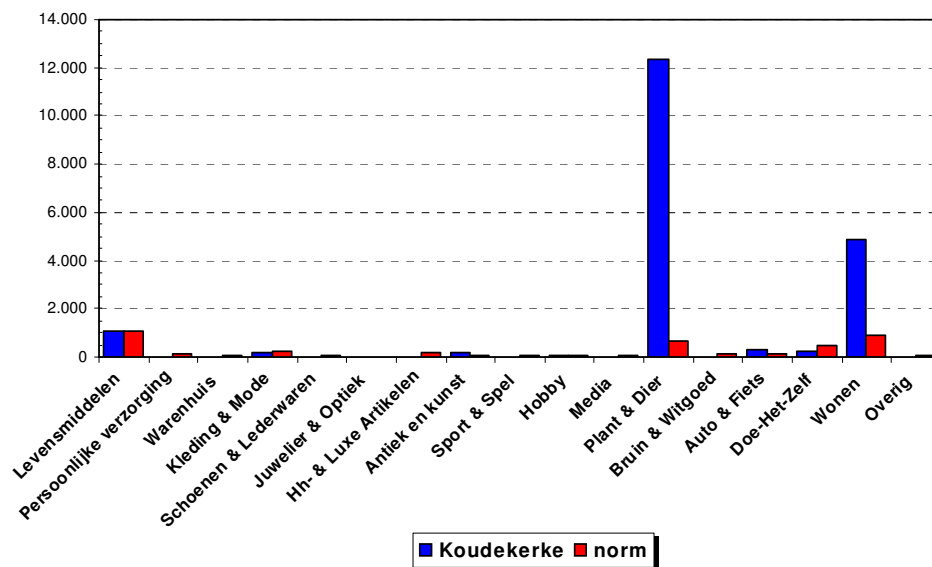
3.7. Koudekerke

Analyse detailhandel

Het winkelaanbod van Koudekerke (3.690 inwoners) telt totaal 23 winkels en 19.060 m² vvo, waarvan 4 winkels/1.060 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 19 winkels/18.000 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen.

Het winkelaanbod dagelijkse goederen heeft vooral een functie voor de eigen kern en ligt iets onder het niveau dat op basis van het inwonertal van de kern verwacht mag worden. Dit is terug te voeren op de nabijheid van de kernen Vlissingen en Middelburg waar een ruim aanbod is gevestigd. Het aanbod in de niet-dagelijkse goederen wijkt vooral af op het aanbod plant & dier (Intratuin) en wonen (Woontrend) dit blijkt ook uit figuur 7. De in deze branches gevestigde winkels hebben ook een verzorgende functie voor de rest van Walcheren. Het totale aanbod is groter dan op basis van het inwonertal mag worden verwacht.

Figuur 7 Vergelijking aanbod in Koudekerke (in m² vvo) met kernen met een vergelijkbaar inwonertal



Tabel 6 Marktruimte Koudekerke

berekening	dagelijkse goederen	niet-dagelijkse goederen
inwoners	3.509	3.509
bestedingen pp/jaar	€ 2.071	€ 2.453
bestedingspotentieel	€ 7.268.000	€ 8.609.000
koopkrachtbinding	60%	27%
gebonden bestedingen	€ 4.357.000	€ 2.324.000
koopkrachttoevloeiing	9%	17%
toerisme	8%	
koopkrachttoevloeiing	€ 892.000	476.000
omzet in kern totaal	€ 5.249.000	€ 2.800.000
aanbod (huidig) m ²	1.060	1.613
berekende vloerproductiviteit	€ 4.947	€ 1.736
normatieve vloerproductiviteit	€ 5.695	€ 1.815
normatieve omzet	€ 6.042.000	€ 2.927.000
vloerproductiviteit t.o.v. normatief	-13%	-4%
kwalitatieve omschrijving	enige overbewinkeling	enige overbewinkeling
uitbreidingsruimte	€ 793.000-	€ 128.000-
uitbreidingsruimte m²	100-	100-

De eigen bevolkingsomvang van Koudekerke bevindt zich op een kritieke grens met betrekking tot het draagvlak voor een eigentijds aanbod dagelijkse goederen. De huidige supermarkt functioneert redelijk goed, maar niet optimaal. Voor behoud van de winkel en de koopkrachtbinding op de langere termijn is actie gewenst. Om te concurreren met het aanbod in Vlissingen en Middelburg is het noodzakelijk om de supermarkt in Koudekerke op een zodanig peil te brengen dat de noodzaak verdwijnt om naar winkels in Vlissingen en Middelburg te gaan. Daarbij gaat het om de aantrekkingskracht van het winkelapparaat op zowel eigen bevolking als toeristen. Concreet zou de supermarkt een hedendaagse omvang dienen te krijgen van 1.000-1.200 m² vvo, eventueel aangevuld met een aantal versspecialisten. Één van de knelpunten is de huidige ruimtelijke situatie rond de supermarkt. De toevoerwegen zijn smal en niet berekend op het door de supermarkt aangetrokken verkeer, vooral ook waar het de bevoorrading betreft. Bij een herontwikkeling heeft het de voorkeur om de supermarkt voor het centrum te behouden.

In de sector niet-dagelijkse goederen zijn twee grote aanbieders (Intratuin en Woontrend Zeeland) aanwezig waarvan de klanten voor het grootste deel van buiten de kern komen. Deze zijn daarom niet in de analyse meegenomen. Omdat deze grootschalige winkels (logischerwijs) niet in de nabijheid van het overige aanbod zijn gelegen, profiteert de rest van de winkels slechts in zeer beperkte mate van deze publiekstrekken. Dat blijkt ook uit het feit dat het overige aanbod in de kern overeenkomt met datgene wat op basis van de omvang verwacht mag worden. Kleine toevoegingen in het centrumgebied zijn mogelijk. De handvaardigheidwinkel aan het Dorpsplein heeft de fysieke winkel in maart gesloten en gaat verder met de verkoop via Internet. Het is interessant om te kijken op welke wijze deze winkel opnieuw zal worden ingevuld. Feitelijk is voor een kern als Koudekerke alle bewinkeling in de niet-dagelijkse goederen positief en voor een groot deel afhankelijk van het individueel ondernemerschap.

Analyse horeca

In de kern Koudekerke liggen meerdere horecavestigingen die zich voor een groot deel richten op de eigen bevolking. Aan de Middelburgsestraat bevinden zich op korte afstand van elkaar twee snackbars. Het is, gelet op het openen van de rondweg en daarmee de afname van het passantenverkeer, de vraag of beide zaken op termijn kunnen blijven voortbestaan. Het horeca-aanbod is laag in vergelijking met het gemiddelde Zeeuwse aanbod, maar ligt wel op een gemiddeld niveau voor Nederland. Ook dit is een indicatie van het geringe belang van toeristische bestedingen in de kern

Ruimtelijke aspecten

Het winkelaanbod is grotendeels gelegen rond de kerk. Door de spreiding rondom de kerk is van een onderlinge versterking van het aanbod naar verwachting echter nauwelijks sprake. Na een bezoek aan de supermarkt bestaat er weinig noodzaak voor een "rondje om de kerk" en de (loop-) afstanden zijn daarvoor ook te groot.

Aanduiding centrumgebied

In de structuurvisie voor de kern en het bestemmingsplan is een compact centrum, rond de centrumring gedefinieerd. Gelet op horeca en detailhandel langs de Middelburgsestraat en het belang van een goede bereikbaarheid is het voorstel dit gebied enigszins uit te breiden.

In algemene zin kan worden gesteld dat het centrumgebied van Koudekerke een gemengd karakter heeft. Het omvat het Dorpsplein (alle aanliggende panden + het eerste pand na de hoek met zijstraten), de Schuttestraat en de Middelburgsestraat aan de zuidzijde, nummer 20 t/m 42. In dit gebied kunnen winkels (maximaal 500 m² bvo per pand), daghoreca (minder dan 50% van het aantal panden) en wonen (onbepaald) worden toegestaan.

De Badhuisstraat maakt ook deel uit van het centrumgebied. Het accent ligt hier op winkels (Hubo en Golf). Deze winkels zouden op de huidige locatie moeten kunnen uitbreiden, mits men kan voorzien in de eigen parkeerbehoefte. In de Badhuisstraat is geen horeca aanwezig. Omdat de kerkring daarvoor een betere setting biedt is het gewenst dat dit zo blijft.

Figuur 8 Centrumgebied Koudekerke



Aanbevelingen

Afgezien van het grootschalige perifere aanbod, is het aanbod in de kern van een omvang die bij de kern past. Gelet op de nabijheid van verblijfsrecreatie zou een grotere invloed van het toerisme mogen worden verwacht. Hier speelt waarschijnlijk mee dat de supermarkt redelijk "verstopt" ligt en het concurrerende aanbod in Vlissingen en Middelburg een belangrijk deel van de markt afroemt. Herontwikkeling en uitbreiding moet bij voorkeur plaatsvinden (in aansluiting) op de huidige locatie. Bij een eventuele verplaatsing van de supermarkt is het meeverhuizen van versspecialisten mogelijk.

Behalve voor de supermarkt, is de ring rond de kerk (Dorpsplein) het aangewezen vestigingsgebied voor winkels en horeca. Hier zou in algemene zin de functie centrumgebied kunnen gelden, waarbij detailhandel, horeca, consumentgerichte diensten en wonen zijn toegestaan, evenals een uitwisseling tussen deze functies. Gelet op de functie van Koudekerke en het huidige functioneren van de winkels ligt uitbreiding van het aanbod niet voor de hand. Woontrend Zeeland heeft uitbreidingsplannen die recent zijn geregeld via de ZPP Couburg. Uitbreiding van het perifere grootschalige winkelaanbod (o.a. woontrend Zeeland en Intratuin) moet regionaal worden afgewogen.

3.8. Meliskerke

Analyse detailhandel

Het winkelaanbod van Meliskerke (1.470 inwoners) telt in totaal 8 winkels en 770 m² vvo, waarvan 4 winkels/300 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 5 winkels/470 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen. Het winkelaanbod heeft vooral een functie voor de eigen kern. Het grootste deel van het aanbod betreft dan ook de dagelijkse goederen met een vrij compleet aanbod: supermarkt, bakker, slager en slijter. Dankzij de omzet uit toerisme functioneert het aanbod in de sector dagelijkse goederen goed. Dit is weergegeven in tabel 7.

In de niet-dagelijkse sector vinden wij de branches woninginrichting, doe-het-zelf, boeken en huishoudelijke artikelen. Het aanbod dagelijkse goederen ligt op een normatief niveau.

Tabel 7 Marktruimte Meliskerke

berekening	dagelijkse goederen
Inwoners	1.470
bestedingen pp/jaar	€ 1.942
bestedingspotentieel	€ 2.855.000
koopkrachtbinding	55%
gebonden bestedingen	€ 1.570.000
koopkrachttoevloeiing	5%
Toerisme	17%
koopkrachttoevloeiing	€ 443.000
omzet in kern totaal	€ 2.013.000
aanbod (huidig) m ²	300
berekende vloerproductiviteit	€ 6.710
normatieve vloerproductiviteit	€ 4.678
normatieve omzet	€ 1.403.000
vloerproductiviteit t.o.v. normatief	43%
uitbreidingsruimte	€ 610.000
uitbreidingsruimte m²	130

Analyse horeca

Het horeca-aanbod in de kern bestaat uit een café aan de Torenstraat dat, gelet op de uitstraling, vooral gericht is op de eigen bevolking. Ook het zijdemuseum kent een horecavestiging.

Ruimtelijke aspecten

Het winkelaanbod is grotendeels te vinden in de Torenstraat. Alhoewel geen sprake is van een aaneengesloten winkelgebied, is wel sprake van een (voor de consument herkenbare) concentratie. De winkels zijn op loopafstand van elkaar gelegen. Op groente en fruit na kan de consument te voet een rondje dagelijkse goederen maken. Dit is positief en eigenlijk ongekend voor een dorp van deze omvang.

Aanduiding centrumgebied

In de structuurvisie voor Meliskerke is de Kerkring aangeduid als dorpshart (centrumgebied). Detailhandel en horeca beperken zich echter tot de westzijde van de Kerkring. Bovendien zijn er langs de Torenstraat diverse detailhandelsfuncties gevestigd. Voorgesteld wordt het centrumgebied aan te passen aan deze bestaande situatie: Torenstraat aan beide zijden, van de nummers 1 en 4 aan de zuidzijde tot en met de nummers 25-26 aan de noordzijde. Ook de bakker aan de burgemeester Adelaarstraat valt binnen het centrumgebied. In het gebied dient het accent op winkels te liggen. Wonen en winkels (< 500 m² bvo per vestiging) zijn in het centrumgebied toegestaan. In aansluiting op de structuurvisie moet toevoeging van één horecavestiging in het gebied mogelijk zijn.

Figuur 9 Centrumgebied Meliskerke

Aanbevelingen

Voor de langere termijn zou een beperkte verbetering van de supermarkt, bijvoorbeeld een optimalisatie van de winkel(indeling) gewenst zijn. Hiertoe is een beperkte uitbreiding gewenst. Dit is afhankelijk van wensen vanuit de markt. De komst van nieuwe winkels wordt, gelet op de beperkte marktruimte en het complete aanbod, niet verwacht. Het bestemmingsplan kan de huidige situatie dan ook vastleggen, eventuele nieuwvestiging zou mogelijk gemaakt kunnen worden in aansluiting op de gevestigde winkels en horeca in de Torenstraat.

In de Structuurvisie Meliskerke wordt gesteld dat het wenselijk is uitwisseling tussen functies in het centrumgebied mogelijk te maken. Mede vanuit de wenselijkheid tot functie-uitwisseling in het centrumgebied, en vergroting van de (recreatieve) attractiviteit van de kern, is toevoeging van een horecavestiging denkbaar. Er is geen reden om van dit beleid af te wijken.

3.9. Oostkapelle

Analyse detailhandel

Oostkapelle telt 2.370 inwoners. Het winkelaanbod bestaat uit totaal 18 winkels en 2.250 m² vvo, waarvan 9 winkels/1.426 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 9 winkels/660 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen. De dagelijkse sector is relatief sterk aanwezig en voor een belangrijk deel gericht op het toerisme. Voor dagelijkse goederen geldt voor toeristen, net als voor "reguliere" inwoners, dat afstand een bepalende factor is in het bepalen van de aankoopplaats.

Voor de niet-dagelijkse goederen (winkelen) zullen toeristen vaak naar het nabijgelegen Domburg gaan. De belangrijkste winkel in Oostkapelle, de supermarkt (Golff, 1.100 m² vvo), is een voor deze kern grote en complete winkel, direct gekoppeld aan een eigen parkeerterrein. Verder bevinden zich in de kern een bakker, een slager, een viswinkel, zoetwarenwinkel, en een slijter (samen 330 m² vvo) en een drogist (tegenover Golff, 180 m² vvo). In de niet-dagelijkse sector zien wij een deel van de branches vertegenwoordigd. Opvallend is het relatief grote aandeel van de branche sport en spel in de kern. Het totale aanbod is ongeveer zo groot als op basis van het inwonertal mag worden verwacht.

Tabel 8 Marktruimte Oostkapelle

berekening	dagelijkse goederen
inwoners	2.370
bestedingen pp/jaar	€ 2.139
bestedingspotentieel	€ 5.069.000
koopkrachtbinding	81%
gebonden bestedingen	€ 4.106.000
koopkrachttoevloeiing	5%
toerisme	45%
koopkrachttoevloeiing	€ 4.106.000
omzet in kern totaal	€ 8.212.000
aanbod (huidig) m ²	1.426
berekende vloerproductiviteit	€ 5.759
normatieve vloerproductiviteit	€ 5.365
normatieve omzet	€ 7.650.000
vloerproductiviteit t.o.v. normatief	7%
kwalitatieve omschrijving	ruimte voor uitbreiding
uitbreidingsruimte	€ 562.000
uitbreidingsruimte m²	100

Op jaarbasis is er in Oostkapelle sprake van een situatie waarbij de markt vrijwel in evenwicht is (zie tabel 8). Er is beperkte uitbreidingsruimte in de sector dagelijkse goederen. Dat de winkels het goed doen blijkt bijvoorbeeld ook uit het verzorgde interieur van de keurslager. Het winkelaanbod heeft echter te maken met een zeer sterk seizoenspatroon. Een duidelijke omzetpiek is in de zomer te zien, wanneer de omzet over meerdere weken meer dan tweemaal zo groot is als normatief, terwijl in de wintermaanden het tegenovergestelde geldt: het beperkte inwonertal van de kern biedt dan eigenlijk onvoldoende draagvlak om de omzet op een normatief niveau te houden.

Het vergt ondernemerszin om binnen deze omstandigheden een goede bedrijfsvoering te hebben. De ondernemers in Oostkapelle slagen hier goed in

Analyse horeca

Het horeca-aanbod in Oostkapelle is duidelijk afgestemd op de aanwezigheid van toeristen. In de kern bevinden zich 8 horecavestigingen. Het aanbod is divers van aard en omvat het aanbod dat mag worden verwacht in een badplaats: een Griek, een Italiaan, een pannenkoekenhuis en

enkele fast-foodzaken. De horecavestigingen zijn deels gevestigd nabij de winkels. Het zwaartepunt ligt echter buiten de eigenlijke kern, bij de gebieden met recreatiewoningen ten noorden van de kern.

Ruimtelijke aspecten

De winkels in Oostkapelle zijn geconcentreerd langs de Dorpsstraat. De supermarkt is gekoppeld aan een ruim eigen parkeerterrein aan de achterzijde. De problematiek van twee deuren (één aan het parkeerterrein en één aan de winkelstraat) is netjes opgelost door een kleine passage te maken tussen de Dorpsstraat en het parkeerterrein. De supermarkt en de drogist profileren zich breed aan deze passage. Het geheel maakt een frisse en verzorgde indruk.

Aandachtspunt is het verkeer in de Dorpsstraat. Zeker in de zomerpiek verdient het overweging om na te denken over het al dan niet tijdelijk afsluiten van de Dorpsstraat voor autoverkeer zodat voetgangers meer ruimte krijgen en er meer sfeer in de straat gecreëerd kan worden. Hierdoor neemt de verblijfstijd toe en zullen de impulsaankopen en bestedingen ook toenemen. Tot voor kort ontstonden tijdens de wekelijkse zomermarkt geregeld opstoppen. De combinatie met horeca kan wellicht sterker als in de winkelstraat meer ruimte zou zijn voor terrassen. Het is echter fysiek onmogelijk deze ruimte te vinden.

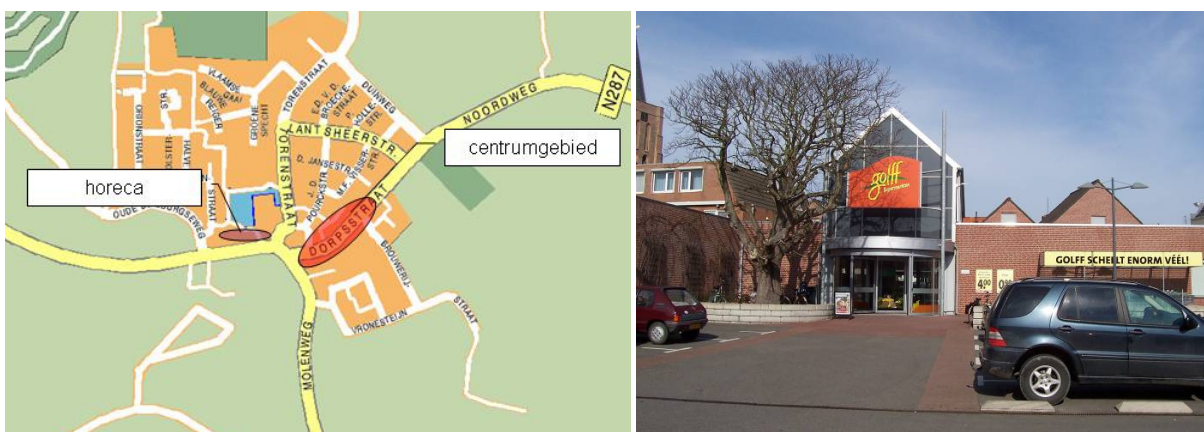
Aanduiding centrumgebied

Wat betreft het centrumgebied wordt voorgesteld aan te sluiten bij de structuurvisie. Het centrumgebied betreft twee delen:

1. Vanwege de beperkte marktruimte in Oostkapelle is het te overwegen het centrumgebied niet langs de hele Dorpsstraat te laten lopen maar dit iets nauwer te begrenzen, zodat de commerciële functies in elkaars nabijheid blijven gevestigd, zonder te veel tussengelegen woningen. Daghoreca, wonen en winkels tot maximaal 500 m² bvo per vestiging passen in dit gebied. Het pand van de supermarkt ligt ook in dit deel van het centrumgebied maar dient wegens de afwijkende omvang gescheiden (met een groter oppervlak), conform de huidige situatie bestemd te worden.
2. Een ander gebied dat, in functionele zin, ook centrumgebied is betreft de Domburgseweg 75-83. In dit deel ligt het accent op dag- en avondhoreca. Omdat detailhandel in de Dorpsstraat hoort moet deze functie in dit gebied niet mogelijk te zijn.

De in de structuurvisie gesuggereerde uitbreiding van het centrumgebied in oostelijke richting tot aan de Rabobank lijkt op dit moment een stap te ver. Voorgesteld wordt het centrumgebied vooralsnog compact te houden.

Figuur 10 Centrumgebied Oostkapelle



Aanbevelingen

Het huidige voorzieningenaanbod in de kern is prima toegesneden op het verzorgen van de eigen bevolking en de toeristen. Uitbreiding is niet nodig. In de Dorpsstraat kan ruimte worden geboden voor toevoeging van winkelaanbod om de straat eventueel nog iets meer te vullen. Grootschalige ontwikkelingen worden echter niet verwacht. In het bestemmingsplan kan de

Dorpsstraat vanaf de Molenweg tot aan de Brouwerijstraat als centrumgebied worden aange-merkt, waarin uitwisseling tussen winkels, horeca en het huidige gebruik mogelijk is.

Het huidige voorzieningenniveau is goed. In de structuurvisie is aangegeven dat een beperkte toename van het aantal horecavestigingen mogelijk is binnen het centrumgebied. Overlast veroorzakende horeca is daarbij niet gewenst. Buiten het centrumgebied is een toename van horecagelegenheden in beginsel niet gewenst. Een uitzondering daarop vormt de locatie van de voormalige garage aan de Domburgseweg. Op deze locatie is één restaurant gevestigd en er zijn momenteel plannen voor nog een restaurant in voorbereiding.

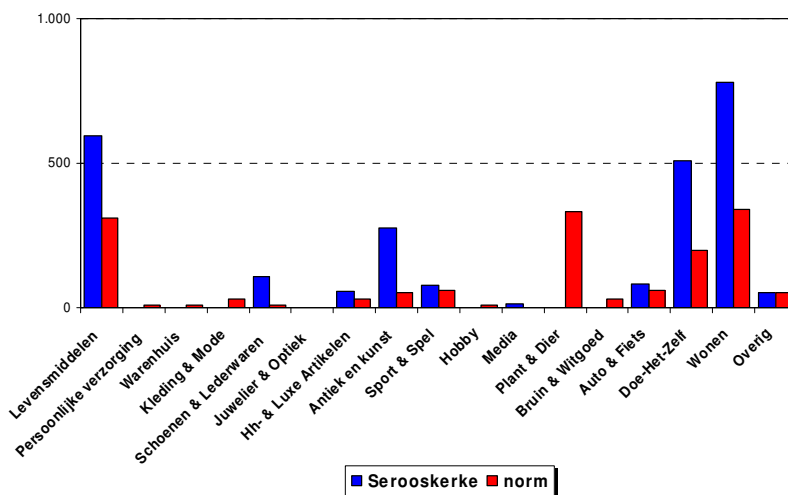
Het aanbod in Oostkapelle ligt qua winkels op een iets lager prijsniveau dan in Domburg en is meer te omschrijven als een boodschappengebied aangevuld met horeca en overige winkels. Dit past prima bij het imago en het noodzakelijke onderscheid tussen Domburg en Oostkapelle.

3.10. Serooskerke

Analyse detailhandel

Het winkelaanbod van Serooskerke (1.840 inwoners) telt totaal 16 winkels en 2.550 m² vvo, waarvan 4 winkels/600 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 12 winkels/1.950 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen. De dagelijkse sector bestaat uit een Méérmarkt (490 m²), een bakker en een slijter (bij de supermarkt). De niet-dagelijkse sector is breed van samenstelling en omvat onder andere een schoenenwinkel, doe-het-zelf en woninginrichting. Het aanbod is hieronder in grafiekvorm weergegeven. Het totale aanbod is groter dan op basis van het inwonertal mag worden verwacht. Dit komt vooral door het grote aanbod in de branche wonen en doe-het-zelf. Aan de Vrouwenpolderseweg vindt verkoop van dierbenodigdheden (voer en kooien) plaats vanuit een schuur. Dit is geen officiële winkel en is daarom ook niet terug te vinden in onderstaande grafiek. Gelet op het specifieke karakter van het aanbod is er op zich geen bezwaar tegen deze verkoop.

Figuur 11 Vergelijking aanbod in Serooskerke (in m² vvo) met kernen met een vergelijkbaar inwonertal



Tabel 9 Marktruimte Serooskerke

berekening	dagelijkse goederen
inwoners	1.840
bestedingen pp/jaar	€ 2.025
bestedingspotentieel	€ 3.726.000
koopkrachtbinding	70%
gebonden bestedingen	€ 2.608.000
koopkrachttoevloeiing	5%
toerisme	13%
koopkrachttoevloeiing	€ 572.000
omzet in kern totaal	€ 3.180.000
Aanbod (huidig) m ²	600
berekende vloerproductiviteit	€ 5.354
normatieve vloerproductiviteit	€ 4.133
normatieve omzet	€ 2.455.000
vloerproductiviteit t.o.v. normatief	30%
kwalitatieve omschrijving	uitbreidingsruimte
uitbreidingsruimte	€ 725.000
uitbreidingsruimte m²	180

De betekenis van het toerisme voor de omzet in de kern is op jaarbasis ten opzichte van andere kernen relatief bescheiden. Er is wel sprake van een duidelijke piek in de omzet in de zomer, die bijdraagt aan het bestaansrecht en functioneren van de winkels. De binding van de eigen bevolking is relatief hoog.

De supermarkt heeft momenteel een wat lastige omvang. Het is een "tafelaken-servetwinkel". Feitelijk is uitbreiding gewenst in combinatie met goed parkeren. Op de huidige locatie zal dit waarschijnlijk niet gaan lukken. Omdat er geen sprake is van een echt winkelgebied zou binnen de kern gezocht moeten worden naar een alternatieve locatie.

Het niet-dagelijkse aanbod in de kern is groter dan op basis van het inwonertal mag worden verwacht. Voor een deel vinden wij in Serooskerke het aanbod dat in de andere kernen van de gemeente niet aanwezig is (ondernemerschap). Het extra aanbod in Serooskerke wordt dan ook deels gecompenseerd door het ontbreken van dergelijk aanbod in de andere kernen. De Fixet in Serooskerke is recent verplaatst naar het bedrijventerrein. Dit is een logisch gevolg van de schaalvergroting in deze sector. De positie als grootste doe-het-zelfzaak van de gemeente wordt daarmee verstevigd en de toekomst gewaarborgd. Dit is een positieve ontwikkeling.

Analyse horeca

De horecafunctie in de kern is zeer beperkt met twee restaurants en een snackbar in de Torenstraat. Meer aanbod is buiten de bebouwde kom te vinden, zoals bij de camping aan de Gapingseweg en bij molen "De Hoop". Gelet op de beperkte functie van de winkels in Serooskerke voor het toerisme is geen toename te verwachten van het aantal horecavestigingen (gericht op toeristen) in de kern. Eventueel kan horeca in een lichte categorie wel in beperkte mate worden toegestaan, om op die wijze toekomstige initiatieven op dit vlak mogelijk te maken. Het ontbreekt echter aan een "logische plaats" voor horeca, een gevolg van het versnipperde winkel-aanbod waardoor er geen echt centrum is. Qua sfeer biedt de Torenstraat de beste mogelijkheid voor (lichte) horecavestiging.

Ruimtelijke aspecten

Het winkelaanbod ligt verspreid over de kern. Er is geen sprake van een aaneengesloten winkelgebied. De MéérMarkt ligt met de achterkant (bevoorrading) aan de Torenstraat (waar van oudsher de winkels lagen). De ingang is gelegen in wat eigenlijk een woonstraat is. De supermarkt heeft door deze ruimtelijke situering wel een parkeerterrein voor de deur. Het pand zelf is eigenlijk te langwerpig voor een goede supermarkt lay-out.

Aanduiding centrumgebied

Door het verspreide vestigingspatroon is het niet zinvol in Serooskerke een centrumgebied aan te wijzen. De bestaande horeca- en detailhandelsfuncties kunnen worden bevestigd. Voor een goede supermarktontwikkeling is verplaatsing nodig. Gelet op de centrale ligging in de kern, verdient hervestiging op het Groenleerterrein aanbeveling. Inmiddels zijn echter afspraken gemaakt voor woningbouw op deze locatie. Andere mogelijke locaties zijn de caravanstalling Zeil en Wiel tussen de Noordweg en de Wilgenhoekweg, de zone tussen de (nieuwe) N57 en de kern (verlengde van de Poortstraat) of het perceel tussen bedrijventerrein De Zompe en de Wilgenhoekweg. Op deze locaties is voldoende ruimte beschikbaar. Deze locaties zijn bovendien goed ontsloten, ook voor bezorgend verkeer. Nadeel is echter de wat perifere ligging, waardoor de dagelijkse detailhandel uit het dorpscentrum wordt weggezogen.

Maat voor nieuwe ontwikkelingen in dit gebied is maximaal 1.000 m² bvo voor de supermarkt en 500 m² bvo per vestiging voor andere winkels. Indien een grotere maat is gewenst, is regionale afstemming noodzakelijk.

Figuur 12 Zoekgebied Serooskerke**Aanbevelingen**

Het huidige voorzieningenpatroon in Serooskerke komt vrijwel overeen met de behoefte. Er is echter geen sprake van een compact, aaneengesloten winkelgebied. Indien de supermarkt gaat uitbreiden en verplaatsen kan overwogen worden andere winkels de kans te geven om mee te verhuizen, waardoor er een nieuw centrumpje kan ontstaan dat de levensvatbaarheid voor de toekomst vergroot. Uitgangspunt bij het zoeken van een andere supermarktlocatie is dat aansluiting op (toekomstige) woonbebouwing behouden moet blijven. Relocatie naar de nieuwe Fixet wordt niet aanbevolen omdat dan de aansluiting met de kern verdwijnt. De huidige locatie van de supermarkt kan worden omgezet in wonen. In het kader van het bestemmingsplan is het (daarop vooruitlopend) aan te bevelen omzetten van commerciële functies in wonen mogelijk te maken. Behoud van de commerciële functie door uitwisselen van functies moet mogelijk zijn. Het huidige karakter van het oude centrum moet, conform de structuurvisie, behouden blijven.

3.11. Vrouwenpolder

Analyse detailhandel

In Vrouwenpolder wonen 1.951 mensen. Het winkelaanbod van Vrouwenpolder telt totaal 9 winkels en 1.577 m² vvo, waarvan 3 winkels/1.117 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 5 winkels/460 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen. Opvallend is de aanwezigheid van twee supermarkten in de kern: (een Plus van 820 m² vvo en een Pryma van 275 m²), aangevuld met een slijter. In de niet-dagelijkse sector vinden wij één winkel in de branche kleding en mode, een huishoudelijke artikelen zaak, een cadeauwinkel en een fietsenwinkel. Het totale aanbod is groter dan op basis van het inwonertal mag worden verwacht.

Tabel 10 Marktruimte Vrouwenpolder

berekening	dagelijkse goederen
inwoners	1.951
bestedingen pp/jaar	€ 2.088
bestedingspotentieel	€ 2.300.000
koopkrachtbinding	70%
gebonden bestedingen	€ 1.610.000
koopkrachttoevloeiing	5%
toerisme	70%
koopkrachttoevloeiing	€ 4.830.000
omzet in kern totaal	€ 6.440.000
aanbod (huidig) m ²	1.117
berekende vloerproductiviteit	€ 5.765
normatieve vloerproductiviteit	€ 5.271
normatieve omzet	€ 5.887.707
vloerproductiviteit t.o.v. normatief	9%
kwalitatieve omschrijving	uitbreidingsruimte
uitbreidingsruimte	€ 552.300
uitbreidingsruimte m²	105

Analyse horeca

Het horeca aanbod bestaat uit de volgende branches:

- Café 1;
- Hotel-restaurant 1;
- Pannenkoekenrest. 1;
- Restaurant 3.

Naast dit aanbod is er horeca te vinden buiten de kern, bij de recreatiecomplexen en het strand. Dit betreft voornamelijk snackbars.

Ruimtelijke aspecten

Het winkel- en horeca aanbod concentreert zich rond de Dorpsdijk. De Plus ligt daar ruimtelijk gezien echter los van. Hoewel de supermarkt in een relatief nieuw pand zit, kent het een enigszins onlogische indeling. Vroeger zat aan de achterzijde waarschijnlijk een aparte unit, waarvan de deur nog terug is te vinden. Deze is bij de supermarkt getrokken waardoor de winkel een enigszins ongelukkige plattegrond heeft gekregen. In de supermarkt zijn tevens de balie van de KPN evenals het VVV-kantoor te vinden. Tegenover de supermarkt staat een geldautomaat van de Rabobank.

Vrouwenpolder kent, ondanks het geringe aantal winkels, door de sfeer en bebouwing een echt centrumgebied. Ook bevinden zich twee horecagelegenheden met terrassen in het centrum wat voor extra levendigheid en sfeer zorgt. Vrijkomende panden worden in dit gebied echter niet

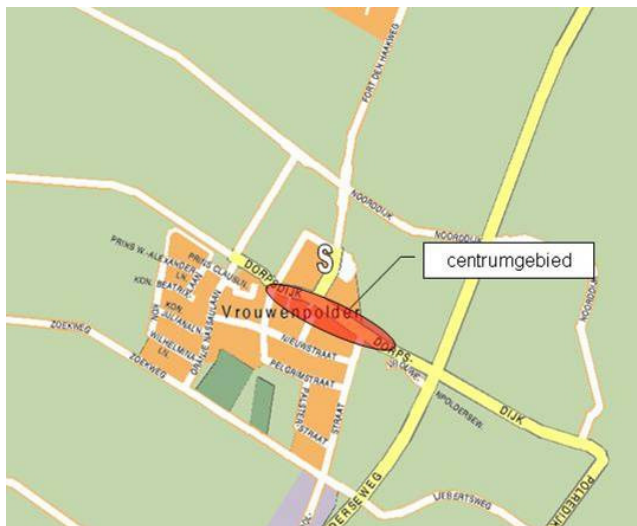
snel meer ingenomen door nieuwe commerciële functies, zoals in 2005 bleek bij de leegstand van het pand van de voormalige bakker.

De combinatie van een beperkte bevolkingsomvang en de nabijheid van het vakantiepark Breezand zorgt voor een zeer groot aandeel van de toeristische bestedingen in de kern. Uit tabel 10 volgt dat in de kern nauwelijks uitbreidingsruimte aanwezig is. Vooral in de wintermaanden zal het huidige aanbod te groot zijn voor de vraag.

Aanduiding centrumgebied

Als centrumgebied wordt aangemerkt de Dorpsdijk aan beide zijden van nummer 11 tot en met 44 (inclusief hoekpanden in andere straten). Het betreft een gemengd centrumgebied waar detailhandel kleiner dan 500 m² bvo per pand is toegestaan. Toevoeging van daghoreca is toegestaan tot een maximum van 50% van het aantal panden. De Plus supermarkt ligt buiten het centrumgebied en dient, conform huidig gebruik te worden bestemd. Verknoping van Plus met het huidige centrumgebied kan, als deze ontwikkeling aan de orde is, zorgen voor een vergroting van het centrumgebied, zodat de Plus er ook binnen valt.

Figuur 13 Centrumgebied Vrouwenpolder



Aanbevelingen

Voor de langere termijn kan er ruimte in de markt ontstaan om huidige ondernemers wat te laten optimaliseren. De leegstand van het pand van de bakker laat echter zien dat hier voorzichtig mee moet worden omgesprongen. Mocht uitbreiding van de toeristische functie op termijn uitbreiding van de Plus wenselijk maken, dan kan verplaatsing van het VVV-kantoor in eerste instantie een optie zijn. Uiteraard is de oude dorpskern dan de meest ideale vestigingslocatie.

De groei van de horeca in de laatste jaren in combinatie met de toeristisch-recreatieve ontwikkeling wekken de verwachting dat er in de toekomst, zoals in de structuurvisie is geconstateerd, vraag kan ontstaan naar vestigingsmogelijkheden voor horeca en/of detailhandel. Gezien de evenwichtige afstemming tussen wonen en recreatie is op voorhand geen substantiële uitbreiding van het centrumgebied gewenst. In het centrumgebied wordt functieverandering van woningen naar horeca en detailhandel echter wel aanvaardbaar geacht. In de modelvoorschriften worden hier mogelijkheden toe geboden.

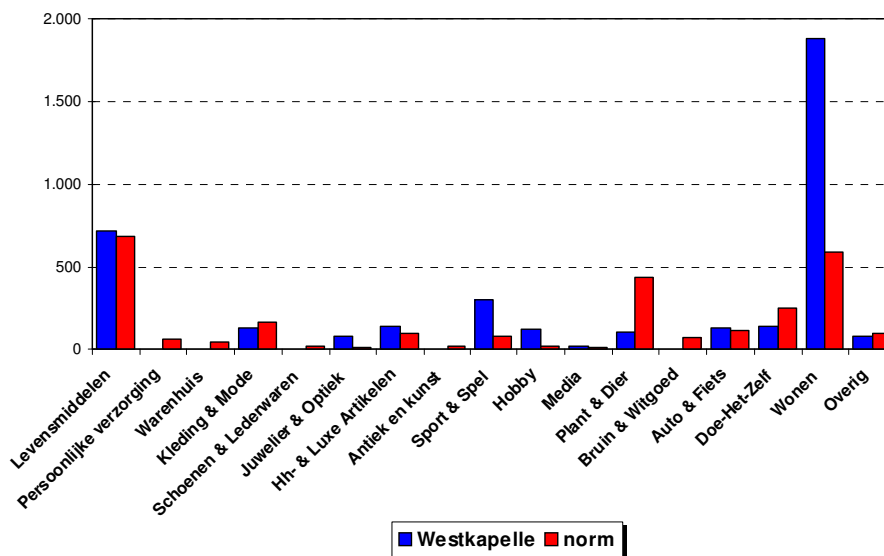
Indien de Plus groter wordt dan 1.000 m² vvo dient regionale afstemming plaats te vinden, zoals vastgelegd in de regionale structuurvisie detailhandel. Op zich is verbinding van de Plus met het centrum gewenst. Afhankelijk van initiatieven uit de markt kan nader worden onderzocht op welke wijze deze verbinding functioneel gestalte kan krijgen.

3.12. Westkapelle

Analyse detailhandel

De 2.700 inwoners van Westkapelle hebben een aanbod van 24 winkels en 4.065 m² vvo, waarvan 9 winkels/920 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 20 winkels/3.145 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen. De woningbranche is sterk oververtegenwoordigd in Westkapelle, vooral een gevolg van de winkel in badkamersanitair op het bedrijventerrein. In de niet-dagelijkse sector zien wij verder nog dat de branches sport & spel en hobby een groter oppervlak hebben dan normaal. Dit wordt geïllustreerd in figuur 14. De omvang van het aanbod dagelijkse goederen ligt op het niveau van wat mag worden verwacht op basis van de omvang en de aard van de kern.

Figuur 14 Vergelijking aanbod Westkapelle (in m² vvo) met kernen met een vergelijkbaar inwonertal



Tabel 11 Marktruimte Westkapelle

berekening	dagelijkse goederen
inwoners	2.700
bestedingen pp/jaar	€ 2.064
bestedingspotentieel	€ 5.570.000
koopkrachtbinding	60%
gebonden bestedingen	€ 3.342.000
koopkrachttoevloeiing	10%
toerisme	15%
koopkrachttoevloeiing	€ 1.114.000
omzet in kern totaal	€ 4.456.000
aanbod (huidig) m ²	720
berekende vloerproductiviteit	€ 6.189
normatieve vloerproductiviteit	€ 4.228
normatieve omzet	€ 3.044.160
vloerproductiviteit t.o.v. normatief	46%
omschrijving	ruimte voor uitbreiding
uitbreidingsruimte	€ 1.411.840
uitbreidingsruimte m²	334

Het winkelaanbod in Westkapelle is goed afgestemd op het inwonertal (zie tabel 11). Er is nog ruimte voor een uitbreiding van het vloeroppervlak. De supermarkt is recent (na de inventarisatie) gemoderniseerd, uitgebreid en geopend als Eurospar. Hiermee is een belangrijk deel van de ruimte in de markt intussen gebruikt.

Analyse horeca

Westkapelle beschikt over de volgende horecagelegenheden.

- Fastfood 2;
- Hotel (-restaurant) 2;
- Pannenkoeken 1;
- Restaurant 7;

In Westkapelle komen 11 horecagelegenheden voor. Naast deze voorzieningen in de kern zijn buiten de kern nog een strandpaviljoen ('t Zuiderhoofd) en het dijkpaviljoen (de Westkaap) van belang.

Ruimtelijke aspecten

Er is in Westkapelle geen sprake van een duidelijk, afgebakend centrumgebied. De verschillende publieksgerichte functies liggen hiervoor te ver uiteen. De markt is de aangewezen locatie voor centrumfuncties. Het plein doet echter vooral leeg aan. Er zitten wel enkele winkels en horecavestigingen, maar door de vrij forse schaal van het plein is er geen samenhangend centrum aanwezig. Ook de Zuidstraat zelf is vrij breed, waardoor de beleving van de bebouwde omgeving als een winkelgebied wordt bemoeilijkt.

Voor horeca geldt eveneens dat er wel aanbod is, maar dat ook hier sprake is van spreiding waardoor geen aaneengesloten horecagebied is ontstaan. Ook hier geldt dat toevoeging van horeca die overlast kan veroorzaken niet gewenst is. Lichte horeca kan wel worden toegevoegd. In de structuurvisie wordt daarvoor een maximum van totaal 15 horecagelegenheden genoemd.

Aanbevelingen

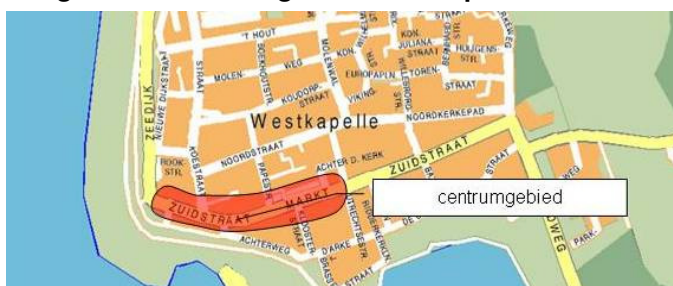
Het winkel- en horeca-aanbod in de kern zou gebaat zijn bij verdere concentratie. De Markt is daarvoor de logische plek. Een dergelijke ontwikkeling zal zich niet spontaan voor doen. Voor de kwaliteit van de winkels en horeca, en daardoor voor de kwaliteit als bad/toeristenplaats, is het wel gewenst.

Er zijn twee opties mogelijk:

1. Een passief beleid: het gebied vanaf de Markt tot de strandopgang (vlakbij de hoek Zeedijk/Zuidstraat) als centrumgebied aanmerken, zodat winkels en horeca zich in dat gebied zullen concentreren; nieuwe vestigingen van winkels en horeca op andere locaties moeten worden uitgesloten (deze optie wordt in de structuurvisie voorgesteld); dit centrumgebied is weergegeven in figuur 15.
2. Een actief beleid, waarbij met de ondernemers samen wordt bekeken of een centrumplan serieus haalbaar is om dit plan vervolgens met hen uit te werken. Dit kan leiden tot een aanpassing van het centrumgebied.

Wanneer er geen actief beleid wordt gevoerd wordt voorgesteld de huidige functies conform het huidige gebruik te bestemmen, met de mogelijkheid dit om te zetten in wonen, horeca of detailhandel. Nieuwe horeca en detailhandel kunnen in het huidige (grote) centrumgebied worden gehuisvest, waarbij toevoeging van zware horeca niet gewenst is.

Figuur 15 Centrumgebied Westkapelle



3.13. Zoutelande

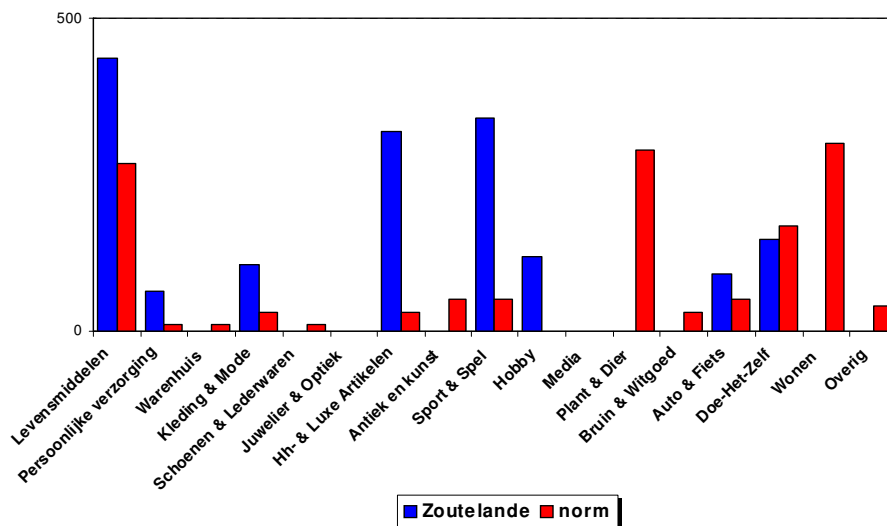
Analyse detailhandel

Het winkelaanbod in Zoutelande (1.620 inwoners) telt 18 winkels en 1.630 m² vvo, waarvan 6 winkels/500 m² vvo in de sector dagelijkse goederen en 12 winkels/1.130 m² vvo in de sector niet-dagelijkse goederen. Toerisme is essentieel voor dit aanbod.

In de dagelijkse goederen is het aanbod opvallend compleet met een te kleine MéérMarkt van 250 m², een bakker, een slager, een visboer, een slijter en een drogist. Al vele jaren wordt gesproken over uitbreiding/verplaatsing van de supermarkt.

In de niet-dagelijkse sector vinden wij een relatief uitgebreid aanbod, waarbij vooral de relatief grote winkel in huishoudelijke en luxe artikelen opvalt, datzelfde geldt voor de sport & spelwinkel. Dit wordt geïllustreerd in figuur 16. Het betreft een groot aanbod vooral gericht op toerisme (strandboulevard).

Figuur 16 Vergelijking aanbod Zoutelande (in m² vvo) met kernen met een vergelijkbaar inwonertal



Tabel 12 Marktruimte Zoutelande

berekening	dagelijkse goederen
Inwoners	1.620
bestedingen pp/jaar	€ 2.132
bestedingspotentieel	€ 3.454.000
koopkrachtbinding	51%
gebonden bestedingen	€ 1.762.000
koopkrachttoevloeiing	5%
toerisme	70%
koopkrachttoevloeiing	€ 5.286.000
omzet in kern totaal	€ 7.048.000
aanbod (huidig) m ²	500
berekende vloerproductiviteit	€ 14.068
normatieve vloerproductiviteit	€ 4.540
normatieve omzet	€ 2.275.000
vloerproductiviteit t.o.v. normatief	110%
omschrijving	ruimte voor uitbreiding
uitbreidingsruimte	€ 4.773.000
uitbreidingsruimte m²	1.050

Toerisme is essentieel voor het functioneren van de winkels. Op jaarbasis is er sprake van een omzet die meer dan twee keer zo groot is als normaal (zie tabel 12). Voor een geruime tijd in de zomer ligt de omzet meer dan drie keer boven het normatieve niveau. Naar verwachting profiteert het winkelaanbod het hele jaar door van de nabijheid van bungalowpark Het Kustlicht. Voor de supermarkt geldt dat de huidige winkel en locatie gezien de omzet eigenlijk niet geschikt zijn. Naast het beperkte oppervlak van de winkel is ook de indeling niet optimaal. Naast uitbreiding van het oppervlak van de supermarkt in Zoutelande kan, op basis van het omzetspotentieel, ook het omzetten van de winkel naar een andere formule (full-service super) worden overwogen. Bij uitbreiding is het wel noodzakelijk om een andere locatie te vinden voor de supermarkt omdat deze qua schaal dan niet meer past binnen het huidige kernwinkelgebied. Belangrijke randvoorwaarde daarbij is de aanwezigheid van voldoende parkeergelegenheid.

Analyse horeca

Hieronder is het horeca-aanbod in de kern Zoutelande weergegeven.

- | | |
|----------------------|----|
| - Café | 3; |
| - Discotheek | 1; |
| - Fastfood | 2; |
| - Hotel (restaurant) | 6; |
| - Lunchroom | 2; |
| - Restaurant | 8. |

In de Langstraat is sprake van een relatief omvangrijk en kwalitatief steeds beter aanbod, waardoor Zoutelande steeds meer allure krijgt als badplaats (echter in een ander segment dan Domburg).

Ruimtelijke aspecten

Het zwaartepunt van horeca en detailhandel ligt aan de Langstraat. De winkels in het oostelijke deel (bij de supermarkt) en de horeca zijn vooral geconcentreerd bij de strandopgang. Mede door de inrichting is hier sprake van een winkelgebied dat ook als zodanig herkenbaar is. Het autoverkeer wordt grotendeels buiten het centrum omgeleid. De Langstraat kent éénrichtingsverkeer en is in de zomer gedeeltelijk autovrij. In de zomermaanden is het in de straat eigenlijk te druk met bezoekers en autoverkeer.

De parkeermogelijkheden in de kern zijn zeer beperkt. Bij de kerk zijn parkeerplaatsen en tegenover de horeca op de Langstraat. Voor de centrumfuncties en in het bijzonder voor het doen van de dagelijkse boodschappen is het parkeren een probleem.



Zoutelande heeft de laatste jaren, mede door de ontwikkeling van Het Kustlicht een upgradering doorgemaakt waarbij in de Langstraat een "strandboulevard" aan het ontstaan is met het accent op toeristische slenteren en eten en drinken. Het kwaliteitsniveau van vooral de horeca is hierbij sterk gestegen, terwijl ook de winkels luxer zijn geworden. De straat is inmiddels zover dat deze prima kan functioneren zonder de aanwezigheid van de supermarkt. Verplaatsing van de supermarkt kan naar een grotere en beter bereikbare plek op de route Langendam, Nieuwstraat,

Westkapelseweg. Bekeken zou moeten worden in hoeverre het functioneel is om meer winkels (o.a. de slager) met de supermarkt mee te laten verhuizen.

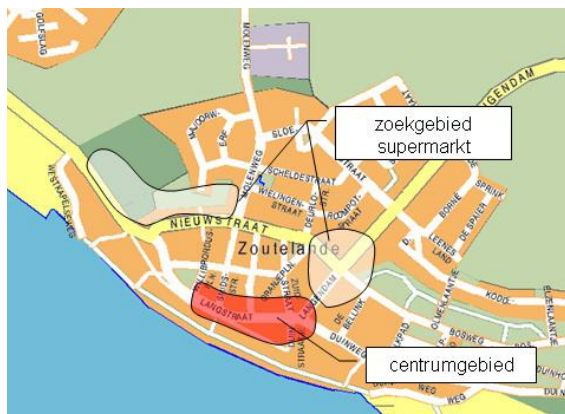
De omgeving van de Rabobank fungeert, mede vanwege het verloop van de doorgaande route als knoop/toegangspoort van de kern. Op termijn komt de Rabo-locatie vrij

Aanduiding centrumgebied

De aanduiding van het centrumgebied in figuur 17 sluit aan bij de aanduiding in de structuurvisie. Gelet op het huidige functioneren is, in afwachting van de ontwikkelingen rond de verplaatsing van de supermarkt het gebied rond de Rabobank in figuur 17 (nog) niet als centrumgebied aangeduid.

De gehele lengte kan worden aangemerkt als gemengd centrumgebied, met het accent op horeca en winkels (< 500 m² bvo per pand). Om het aantal horecavestigingen te kunnen beïnvloeden ligt de aanwijzing van een maximaal aantal vestigingen in het centrumgebied voor de hand. Nadere regeling van de locatie van winkels/horeca is daarbij niet nodig, er is al een logische tweedeling in ontstaan. Voorgesteld wordt om uitbreiding wat betreft alleen toe te staan als het lichte horeca betreft.

Figuur 17 Centrumgebied en zoekgebied Zoutelande



Aanbevelingen

Voor een belangrijk deel kan worden aangesloten bij de structuurvisie: Het aantal vestigingen van horeca en detailhandel in Zoutelande is relatief groot. Verdere ontwikkeling van horeca en detailhandel wordt alleen aan de Langestraat toegelaten. Behoud van enkele woningen die hier voorkomen wordt niet noodzakelijk geacht. Er zijn in het centrumgebied maximaal 12 horecagelegenheden toegestaan. Er is geen bezwaar tegen het uitbreiden van detailhandel (uitbreiding aantal vestigingen met 30%). Nieuwe horeca mag geen overlast veroorzaken. In dat licht zal uitsluitend lichte daghoreca worden toegelaten in de vorm van bijvoorbeeld een lunchroom of restaurant. Eventueel kan worden bezien of de kerkring bij het centrumgebied moet worden opgenomen.

Grootste opgave ten aanzien van de kern Zoutelande is de oplossing van het ruimtevraagstuk van de supermarkt. Er is in Zoutelande ruimte voor één volwaardige supermarkt van maximaal 1.500 m² bvo. Deze kan niet in de Langestraat worden gevestigd. Vestiging uitsluitend op de locatie van de Rabobank is, vanwege de beperkte ruimte niet mogelijk.

Bij een eventuele uitbreiding/verplaatsing van de supermarkt zou overwogen moeten worden of ook andere winkels de mogelijkheid geboden moet worden om mee te verhuizen naar een nieuw winkelcentrum. Ten behoeve van de verplaatsing van de supermarkt wordt voorgesteld een zoekgebied aan te wijzen (aan de rand van het centrum, maar wel goed bereikbaar en met voldoende parkeren): Westkapelseweg vanaf het Kustlicht, Nieuwstraat tot aan de Langendam en de Langendam tot aan de Langestraat. Indien in het nieuwe winkelcentrum winkels van meer dan 1.500 m² bvo worden gerealiseerd is regionale afstemming nodig. Realisatie van voldoende parkeermogelijkheid (afhankelijk van de omvang van de winkels, minstens 30 parkeerplaatsen) is eveneens een randvoorwaarde.

In de Langstraat kan een seizoensafsluiting voor autoverkeer worden overwogen, waarbij in de zomermaanden de straat voor autoverkeer wordt afgesloten. Bevoorrading van de winkels moet uiteraard wel mogelijk blijven.

4. Conclusies/beleid

43

4.1. Inleiding

In dit hoofdstuk worden op basis van de voorgaande hoofdstukken conclusies getrokken en aanbevelingen gedaan voor beleid met betrekking tot horeca en detailhandel in de gemeente.

4.2. Commerciële voorzieningen

Detailhandel

De winkelstructuur in de gemeente Veere vertoont grote overeenkomsten met het nederzettin-genpatroon: alles opgeteld is sprake van een redelijk groot aanbod, het is echter verspreid over een groot aantal kernen. Het (voort)bestaan van deze winkels is voor een groot deel te danken aan het toerisme.

Dagelijkse goederen

Positief punt is dat in relatief veel kernen een basaal aanbod in dagelijkse goederen aanwezig is. Het beleid van de gemeente moet, de eigen inwoners in gedachten hebbend, er vooral op gericht zijn om die voorzieningen vast te houden. Dit hoeft niet uit te monden in grote projecten. Meedenken met de ondernemers en relatief kleine uitbreidingen kunnen hierin al een wereld van verschil maken. In de meeste kernen is sprake van een aantrekkelijke, sfeervolle dorps setting. Met name in de kleine kernen zijn de winkels te vinden rond de kerk. Aan sfeer en uitstraling valt dan ook weinig toe te voegen.

In alle kernen waar uitbreidingsruimte in de detailhandel wordt gesignaleerd, is dit een gevolg van de toeristische bestedingen. De druk op de winkelmeters is dan ook zeer ongelijk verspreid over het jaar: de winkels die in de zomermaanden eigenlijk te krap zijn voor de omzet (wat niet alleen problemen oplevert met betrekking tot het aantal klanten in de winkel, maar ook wat be-treft de bevoorrading) geven in de wintermaanden over het algemeen een heel ander beeld.

Vooraf in enkele kleinere kernen is het opvallend dat de binding aan de eigen dorpswinkel zeer groot is. Juist ook deze lokale klantentrouw is belangrijk voor het voortbestaan van winkels die het hele jaar door open zijn.

Voorkomen moet worden dat de situatie ontstaat dat de supermarkten op een maat worden ge-houden waarbij er weliswaar nog overal een winkel is gevestigd, maar dat geen van de winkels echt voldoet aan de eisen van de hedendaagse consument (de inwoners van het gebied). In de jaren '90 is duidelijk geworden dat het up to date houden van het supermarktaanbod ertoe leidt dat bestedingen voor een belangrijk deel in de eigen kern gedaan worden. Ten aanzien van de maat van supermarkten dient in algemene dan ook uitgegaan te worden van de regel dat (bin-nen grenzen = onder de 1.500 m² vvo) de ondernemers goed kunnen inschatten wat de opti-male maat van de winkel is. Regionale afstemming kan op dat schaalniveau overigens al nodig zijn. Grotere winkels hebben een dermate invloed op het aanbod in andere kernen dat de ge-meente een afweging dient te maken in het al dan niet toestaan van een dergelijke ontwikke-ling. Voor de consument kan de winkel liever iets groter zijn, dan te klein. De gemeente dient echter te bepalen welke schaalgrootte zij wenselijk acht binnen de kernen, gelet op zaken als overlast (verkeer/parkeren) en de totale winkelstructuur.

Niet-dagelijkse goederen

In de sector niet-dagelijkse goederen vinden wij in enkele kernen een relatief luxe aanbod, dat ook duidelijk is gerelateerd aan de toeristische functie (o.a. Domburg). Voor de eigen inwoners is dit aanbod niet altijd even relevant. Het geringe draagvlak van de eigen bevolking in de ker-nen zal er ook in de toekomst voor zorgen dat Vlissingen en Middelburg voor de niet-dagelijkse sector de aangewezen aankoopplaatsen blijven.

In de huidige situatie zijn er al winkels (en horecagelegenheden) alleen in het seizoen geopend. Dat is op zich niet bezwaarlijk en goed te verklaren. Het moet echter niet zo zijn dat in de wintermaanden het grootste deel van een winkelgebied gesloten is. Dat komt de sfeer niet ten goede. Ook de leegstand in enkele kernen geeft aan dat de grenzen hier en daar al zijn bereikt.

Horeca

Ook de horeca in de gemeente vaart wel bij het toerisme. Het aantal terrassen en restaurants in de kustkernen is overweldigend. De aanwezigheid van een goed horeca-aanbod is van belang voor de waardering van de toerist van Veere. Wel lijkt in enkele kernen de grens van het evenwicht bereikt: sommige winkelgebieden dreigen horecagebieden te worden waar de winkelfunctie weggedrukt wordt. Per kern is hier nader op ingegaan en zijn kaders gesteld.

Ook in de kleinere kernen is horeca aanwezig, vaak in de vorm van een dorpscafé, waar ook de langsfietsende toerist zich welkom voelt.

Het is belangrijk om bij het opstellen van bestemmingsplannen duidelijk onderscheid te (blijven) maken in soorten horeca. Harde horeca is in de centrumgebieden van de kernen niet gewenst. Dit vanwege geluidsoverlast, maar ook vanwege de uitstraling: naar binnen gekeerd en overdag vaak helemaal gesloten.

Veel horeca in de gemeente is te vinden op of direct naast de grote recreatiecomplexen. Het is de vraag in hoeverre de trend van all-inclusive vakanties ook in Nederland voet aan de grond krijgt. Dit kan de bestedingen in de horeca buiten de parken doen afnemen. Anderzijds is er ook een groot aantal kleine vakantieparken en (mini)campings die dergelijke faciliteiten nu en in de toekomst niet zullen bieden. Ook voor dagrecreanten blijft de huidige horeca in de kernen van belang. Een afname van horeca in de kernen ligt daarom naar verwachting niet in het verschiet.

4.3. Aanbevelingen voor beleid

In algemene zin is het beleid van de gemeente Veere op dit moment gericht op het stimuleren en behouden van een kwalitatief hoogwaardige detailhandel en horecastructuur, afgestemd op de omvang van de bevolking en de toeristische bestedingen. Dit moet het uitgangspunt blijven. Belangrijkste punt daarbij is de concentratie van voorzieningen in centrumgebieden.

Voor het beleid is een scheiding te maken tussen de kustkernen en de landelijke kernen: In de kustkernen moet de balans (verhouding) tussen horeca en detailhandel in de gaten worden gehouden en waar nodig worden gewaarborgd. In de landelijke kernen moet het beleid met name gericht zijn op het waar mogelijk versterken van de horeca en detailhandel.

Voor de inzet in de toekomst moet de vraag beantwoord worden voor welke kernen de gemeente actief beleid moet gaan voeren om te kunnen sturen in toekomstige ontwikkelingen in het voorzieningenaanbod. Deze keuze houdt in dat voor andere kernen de gemeente geen of een veel minder actieve rol speelt. Dat is ook niet in alle kernen noodzakelijk.

Actief beleid

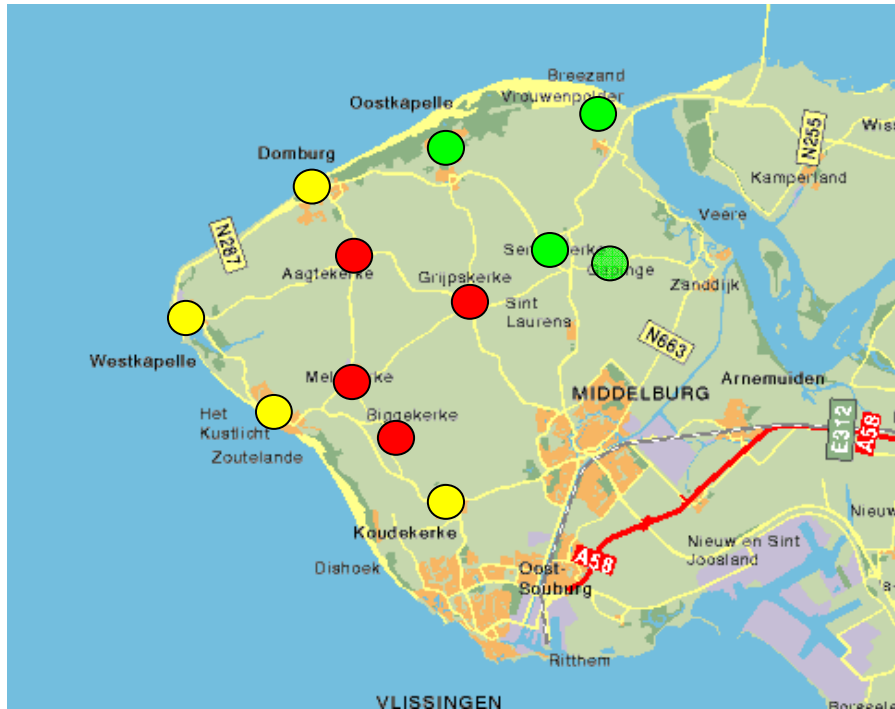
Actief beleid kan twee doelstellingen hebben: een goede inpassing van initiatieven uit de markt (uitbreiding) of het behoud van het huidige voorzieningenniveau. In beide gevallen gaat het om het ontwikkelen van een duidelijke visie betreffende de toekomst van het centrumgebied (omvang en functioneren) waarbinnen ontwikkelingen plaats kunnen vinden. Startpunt voor de verdere beleidsbepaling is overleg met ondernemers. Deze aanpak wordt voorgesteld voor: Domburg, Westkapelle, Zoutelande, Koudekerke en mogelijk Serooskerke.

Geen actief beleid

In de overige kernen is geen direct actief beleid noodzakelijk: de schaal van de ontwikkelingen is zo klein en voorspelbaar dat dit prima binnen het kader van de op te stellen bestemmingsplannen kan worden geregeld. Onderscheid kan worden gemaakt naar kernen met enige groeipotentie (waar uitbreidingsruimte voor commerciële functies aanwezig is) en kernen met een teruglopend aanbod, waar de woonfunctie mogelijk meer ruimte kan krijgen.

In figuur 18 is weergegeven welk beleid voor welke kernen moet gelden, in combinatie met de ontwikkeling waarmee rekening moet worden gehouden. In Gapingen wordt geen actief beleid voorgesteld, ontwikkelingen worden echter ook niet verwacht.

Figuur 18 Beleidsvorm per kern



- Actief beleid
- Geen actief beleid, mogelijke uitbreiding aanbod
- Geen actief beleid, mogelijke teruggang aanbod

Bijzondere aandachtspunten

Campingwinkels

Op meerdere campings en bungalowterreinen zijn campingwinkels gevestigd. Deze winkels hebben vrijwel uitsluitend een verzorgende functie voor de toeristen op het betreffende park en hebben een beperkte omvang. Om de invloed op het draagvlak voor de jaarrondwinkels in de kernen van Veere zoveel mogelijk op peil te houden, is verdere uitbreiding van het aantal campingwinkels in beginsel niet wenselijk. Beperkte uitbreiding van bestaande voorzieningen op dit gebied moeten uiteraard wel mogelijk zijn. Essentiële randvoorwaarden daarbij is dat de winkel gericht blijft op de omvang van het eigen terrein.

Boerderijverkoop

Bij veel boerderijen in de gemeente vindt verkoop aan consumenten plaats. Dit varieert van de verkoop van uitsluitend eieren tot redelijk compleet ingerichte winkels met verkoop van producten die niet op het eigen bedrijf worden geteeld.

Voor de gemeente is hier sprake van een dilemma: het behoud van het verzorgingsniveau is gebaat bij deze verkoop uit de schuur. Dergelijke verkooppunten moeten echter niet de af en toe fragiele basis onder het bestaande reguliere aanbod in de kernen ondermijnen. Vaak beginnen deze winkels heel kleinschalig met de verkoop van "eigen" producten, waarna bij succes het assortiment steeds verder wordt uitgebreid. Wij stellen voor om maximaal 50 m² vvo toe te staan voor een winkel bij een boerderij. Hiermee worden effecten op nabijgelegen winkels tot het minimum beperkt.

Schaalvergroting

In geen van de kernen van de gemeente is voldoende marktruimte voor een echt grootschalige (XL) supermarkt. De aanwezige marktruimte moet worden benut om de bestaande supermarkten te optimaliseren. Enige schaalvergroting is daarbij noodzakelijk omdat het bedrijfseconomisch functioneren van de supermarkten hier steeds meer op is afgestemd. Bovendien dient ervoor zorggedragen te worden dat er binnen de gemeente voldoende supermarkten aanwezig zijn die voldoen aan de eisen van de hedendaagse inwoner van Veere en die de concurrentie met de supermarkten in Middelburg en Vlissingen aankunnen (circa 1.000 m² vvo en meer).

Discounters

In geen van de kernen is direct ruimte voor de vestiging van een discountsupermarkt. Omdat een discounter een groot bereik heeft, zou vestiging van één discounter in de gemeente overwogen kunnen worden. Gelet op de afstand tot Vlissingen en Middelburg, zou een locatie moeten worden gevonden in het gebied Domburg, Westkapelle, Zoutelande. Harde randvoorwaarde bij de komst van een discounter is dat er minimaal 50 parkeerplaatsen voor de discountsupermarkt moeten worden gerealiseerd. Binnen bestaande winkelgebieden in Veere is dit, zeker in combinatie met de verkeerstoename als gevolg van de discounter, waarschijnlijk niet eenvoudig te realiseren. Nadere onderbouwing van de komst van een discounter middels een dpo is gewenst, alvorens hier medewerking aan kan worden verleend.

Woningbouw

Voor vrijwel alle kernen in de gemeente Veere wordt in de toekomst toevoeging van woningen voorzien. Zowel per kern als voor de gehele gemeente betreft het hier nieuwbouw van zeer beperkte aantallen woningen. De invloed van deze woningbouw op het functioneren van de detailhandel en de horeca is gering.

In enkele kernen zijn ontwikkelingen aan de gang waarbij de realisatie van woonzorgzones nader wordt onderzocht en uitgewerkt. Detailhandel is een functie die eventueel in een dergelijke zone kan worden opgenomen. De gemeente moet zich daarbij echter goed beraden over haar rol: wil zij detailhandel stimuleren door lage huisvestingslasten te bieden en is dat te rijmen met het algemene economisch beleid? In ieder geval moet het niet zo zijn dat een winkel in een woonzorgcomplex bestaande aanbieders uit de markt drukt. Wij bevelen aan in voorkomende gevallen met bestaande winkeliers in gesprek te treden. Eventueel kan een zittende ondernemer baat hebben bij verhuizing van zijn winkel of het openen van een dependance.

4.4. Samenvatting beleid

Hieronder staan kort de hoofdpunten voor het gemeentelijke beleid op het gebied van detailhandel en horeca weergegeven:

- actief beleid in een aantal kernen: Domburg, Westkapelle, Zoutelande, Koudekerke en mogelijk Serooskerke. In Westkapelle en Zoutelande moet dringend wat gebeuren om de verzorgingsstructuur te verbeteren; in de overige kernen gaat het vooral om het in goede banen leiden van/mogelijkheden bieden voor ontwikkelingen uit de markt;
- in overige kernen in principe behoud huidige voorzieningen, anticiperen op achteruitgang door in bestemmingsplannen meerdere functies in één bestemming mogelijk te maken; eventuele ontwikkelingen uit de markt, binnen de aangeduide centrumgebieden in beginsel positief oppakken;
- discounter: zorgvuldig inpassen, nadere studie gewenst;
- boerderijverkoop: om oneerlijke concurrentie met detailhandel te voorkomen maximaal 50 m² toestaan;
- campingwinkels: maat afstemmen op eigen terrein;
- evenwicht tussen horeca en detailhandel in centrumgebieden bewaken;
- in centrumgebieden geen nieuwe harde horeca toestaan.

Bijlage 1. Uitleg dpo-tabel

marktruimte	
berekening	
inwoners	
bestedingen pp/jaar	
bestedingspotentieel	€ aantal inwoners * bestedingen
koopkrachtbinding	% bestedingspotentieel dat in de kern terecht komt
gebonden bestedingen	€ koopkrachtbinding in €
koopkrachttoevoeiing	% van de omzet afkomstig van buiten de kern
toerisme	% van de omzet afkomstig van toerisme
koopkrachttoevoeiing	€ koopkracht van buiten de kern (toevoeiing + toerisme) in €
omzet in kern totaal	€
aanbod (huidig) m ²	winkelaanbod in m ²
berekende vloerproductiviteit	€ omzet in kern gedeeld door aanwezig aanbod
normatieve vloerproductiviteit	€ omzet per ² , nodig voor duurzaam functioneren
normatieve omzet	€ totale omzet in kern, nodig voor duurzaam functioneren
vloerproductiviteit t.o.v. normatief	berekende omzet gedeeld door normatieve omzet
kwalitatieve omschrijving	
uitbreidingsruimte	€ verschil tussen gerealiseerde en normatieve omzet
uitbreidingsruimte m²	idem, uitgedrukt in m ²

De uiteindelijk berekende uitbreidingsruimte in m² moet in verhouding worden geïnterpreteerd. De uitbreidingsruimte in meters moet worden gerelateerd aan het huidige oppervlakte om te bepalen of structurele veranderingen mogen worden verwacht. Deze indicator is daarom een belangrijke variabele in de afweging voor de gemeente om al dan niet een actief beleid te gaan voeren voor een kern.

