

## Detailhandelsvisie Goes 2017





## Inhoudsopgave

1	Inleiding .....	3
	Aanleiding .....	3
	Doel en uitgangspunten .....	3
	Leeswijzer .....	3
2	Marktschets detailhandel Goes .....	4
	Goes in perspectief .....	4
	Winkelstructuur gemeente Goes .....	4
	Fijnmazige winkelstructuur in Goes .....	7
	Trends en ontwikkelingen leiden tot afnemende en veranderende behoefte .....	12
	Conclusie: De Goese opgave is een kwalitatieve versterking van de winkelstructuur. ....	14
3	Visie detailhandel Goes .....	15
	A. Uitgangspunten winkelstructuur Goes .....	15
	3.A.1 Gemeente Goes zet in op kwalitatieve vernieuwing .....	15
	3.A.2 Winkelstructuur op hoofdlijnen .....	15
	Visie per gebied in de hoofdstructuur .....	17
	Binnenstad aan top winkelstructuur: keuze voor compact kernwinkelgebied noodzakelijk ....	17
	Wijkwinkelcentra: behouden en positie niet ondermijnen .....	19
	Marconistraat: behoud en versterken fysieke omgeving .....	19
	Verspreide bewinkeling .....	19
	Dorpen .....	20
	De aanpak van (leeg komende) winkels buiten de gewenste winkelgebieden .....	20
	B. Beleidskader .....	20
	Heldere ruimtelijke keuzen versterken de winkelstructuur .....	20
	Reductie van planologische mogelijkheden .....	22
	C. Uitvoering .....	22
	Bijlage 1: Markt en beleid .....	24
	A. Markt mogelijkheden en draagvlak voor detailhandel .....	24
	B. Beleidsanalyse .....	28
	Bijlage 2: EER-Retail binnenstad en Marconistraat .....	30
	Inleiding .....	30
	Toelichting model EER Retail .....	30
	EER Binnenstad Goes (ex. Molenplein) .....	32
	EER Marconistraat .....	37



## Samenvatting

Deze detailhandelsvisie legt een duurzame winkelstructuur vast die voor consumenten aantrekkelijk en zo uitgebreid mogelijk is (ruime keuze, dicht bij huis) en voor ondernemers en eigenaren voldoende kansen biedt voor investeringen en een goed functioneren/rendement. Deze visie schetst daarmee een kader voor te voeren beleid, het creëren van randvoorwaarden en het toetsen van initiatieven.

De noodzaak om keuzes te maken biedt ook de mogelijkheid om de detailhandelsstructuur van de gemeente Goes te versterken. Gemeente Goes heeft gekozen voor een visie die het de detailhandel in Goes de komende jaren mogelijk maakt om ook naar de toekomst vitaal blijven. Een visie die zowel perspectief biedt voor inwoners van Goes en de regio, als voor toeristen en dagrecreanten.

Op basis van een indicatieve berekening waarin de huidige trends en toekomstige ontwikkelingen zijn opgenomen is berekend dat er de komende tien jaar waarschijnlijk 10 tot 15% minder vierkante meter winkeloppervlak nodig is. Daarom kiezen we voor versterken van de kansrijke winkelgebieden en (op termijn) reductie van winkelmeters buiten de kernwinkelstructuur, waar het merendeel van de leegstand zich momenteel reeds concentreert.

Goes kiest voor behoud van de huidige detailhandelsstructuur en kwalitatieve versterking van de binnenstad, Marconistraat en de ondersteunende wijkwinkelcentra. Het merendeel van ontwikkelingen en initiatieven, zoals nieuwbouw, herstructurering, kwalitatieve versterking en uitbreiding ligt ook in de binnenstad en de Marconistraat.

De binnenstad is op gebied van detailhandel verdeeld in drie deelgebieden: het kernwinkelgebied, waar behoud van de winkelfunctie voorop staat, de aanloopstraten die de verbindingen vormen tussen parkeerlocaties en het kernwinkelgebied en de randen. Voor deze laatste geldt dat hier in beginsel geen nieuwe winkels mogen worden gevestigd. Wanneer een winkel in deze straat stopt wordt nagedacht over een alternatieve invulling.

Op de Marconiboulevard is naast de woonbranche ook ruimte voor andere grootschalige branches, zoals auto- & fietsaccessoires, bruin- & witgoed en sport & spel. Binnen het bestemmingsplan is bovendien ruimte voor een kleinschalige horecavoorziening. Gelet op de ligging van Marconistraat ten opzichte van de binnenstad is behalve plant & dier geen verdere brancheverruiming toegestaan, tenzij hiermee een probleem elders in de gemeente kan worden opgelost. Kleinschalige detailhandel (recreatief aanbod) hoort thuis in de binnenstad.

In de wijkwinkelcentra streven we naar behoud van voldoende aanbod en draagvlak waarbij de kwantitatieve omvang niet groeit. Kwalitatieve vernieuwing is hierbij wel wenselijk.

Uitbreiding van solitaire winkels is in principe niet toegestaan. Deze winkels passen niet bij de gewenste winkelstructuur. Bestaande solitaire winkels worden gerespecteerd. Bij beëindiging van bestaande winkels zal worden bekeken of opheffen van de planologische ruimte en invulling met alternatieven voor detailhandel mogelijk is.

In de dorpskernen zijn nieuwe initiatieven welkom indien deze een aantoonbare bijdrage leveren aan de leefbaarheid en het karakter van het dorp. Of wanneer de concentratie van winkels in de dorpskern wordt bevorderd.



# 1 Inleiding

## ***Aanleiding***

De wereld waarin we leven verandert. De wensen van consumenten veranderen en steden moeten zich aanpassen om aan deze wensen te kunnen (blijven) voldoen. Dit heeft natuurlijk ook zijn invloed op de detailhandelsstructuur in Goes. Wanneer we kijken naar de landelijke winkelmarkt is een verandering zichtbaar van een groeiemarkt naar een verdringingsmarkt. Sinds de detailhandelsvisie in 2009 is vastgesteld, zijn de marktomstandigheden gewijzigd. Ook het winkelaanbod is anders dan acht jaar geleden en bovendien is het consumentengedrag niet 100% vergelijkbaar met voorheen. Om ontwikkelingen in goede banen te leiden en om in te kunnen spelen op algemene ontwikkelingen in de markt en samenleving, is de detailhandelsvisie van Goes geactualiseerd.

Net als in veel andere Nederlandse steden, staat in Goes de detailhandel onder druk. Vanwege de toename van het internetwinkelen, de economische crisis tussen 2008 en 2016 en de vergrijzing is ook in Goes een toename van leegstand van winkels zichtbaar. Goes heeft als regionaal centrum een goede positie, maar deze goede positie kunnen we alleen behouden door meer bezoekers en bestedingen aan te trekken en de economie waar mogelijk te versterken. Samen met onze ondernemers gaan wij nu de juiste stappen zetten om de toekomst van ons winkelaanbod te borgen.

## ***Doel en uitgangspunten***

De belangrijkste doelstelling van de detailhandelsvisie is te komen tot een evenwichtige en hoogwaardige detailhandelsstructuur. Het is van belang naar de toekomst toe de onderlinge posities van winkelgebieden op elkaar af te stemmen en mogelijkheden voor versterking en verbetering te benoemen. Het is de taak van de gemeente om de winkelstructuur te versterken, waarbij het criterium geldt van de "juiste-winkel-op-de-juiste-plaats". Dit verlangt maatwerk, uitgewerkt naar deelgebieden. Winkels horen thuis in de aangewezen winkelgebieden. Ondanks belangstelling van bedrijven voor vestiging buiten deze gebieden worden bezoekersintensieve functies hier niet zomaar toegestaan. Het accent ligt op de reguliere winkelgebieden, waar bij voorkeur ook grootschalige detailhandel wordt gehuisvest, mits ruimtelijk inpasbaar.

Het doel is een duurzame winkelstructuur die voor consumenten aantrekkelijk en zo uitgebreid mogelijk is (ruime keuze, dicht bij huis) en die voor ondernemers en eigenaren voldoende kansen biedt voor investeringen en een goed functioneren/rendement. Deze visie schetst daarmee een kader voor te voeren beleid, het creëren van randvoorwaarden en het toetsen van initiatieven.

Tijdens de totstandkoming van deze visie heeft meerdere malen terugkoppeling plaatsgevonden met een ambtelijke werkgroep en de wethouder Economische Zaken. Stec Groep heeft de gemeente ondersteund met de analyse van cijfers, plannen en beleidsdocumenten. Dit heeft input verschaft over de bestaande winkellocaties. Daarnaast zijn twee momenten georganiseerd waarbij ondernemers en eigenaren hun input hebben gegeven voor deze visie.

Deze visie biedt een perspectief tot 2025. Gezien de snel veranderende omstandigheden zal uiterlijk in 2022 een herijking plaatsvinden.

## ***Leeswijzer***

In hoofdstuk twee leest u over de huidige Goese detailhandelsstructuur en de belangrijkste trends en ontwikkelingen richting de toekomst. In hoofdstuk drie geven we een overzicht van de belangrijkste uitdagingen en opgaven voor de detailhandel in Goes en een doorkijk naar de belangrijkste thema's voor de detailhandelsvisie. In de bijlagen vindt u meer achtergrondinformatie.

## 2 Marktschets detailhandel Goes

### Goes in perspectief

#### Historische kern met bovenlokale verzorgingsfunctie

Goes ligt centraal in Zeeland op Zuid-Beveland. Goes is de enige stad op Zuid-Beveland en kent mede vanwege haar historische stadshart een onderscheidende regionale aantrekkingskracht. Gemeente Goes telt circa 37.500 inwoners, van wie de meesten in de stad Goes wonen (circa 27.000). De omliggende dorpen -de gemeente Goes kent acht kernen- zijn beduidend kleiner. Kloetinge (3.400 inwoners), Wolphaartsdijk (2.000 inwoners) en 's-Heer Arendskerke en 's-Heer Hendrikskinderen (beide circa 1.300 inwoners) zijn de grootste van deze omliggende kernen.

De ontwikkeling van de bevolking van Goes is positief. Verwacht wordt dat de bevolking van Goes tot 2025 groeit tot circa 39.500 inwoners. De nieuwbouw in Havengebied Goes is een belangrijke nieuwe (woningbouw)ontwikkeling voor de stad.

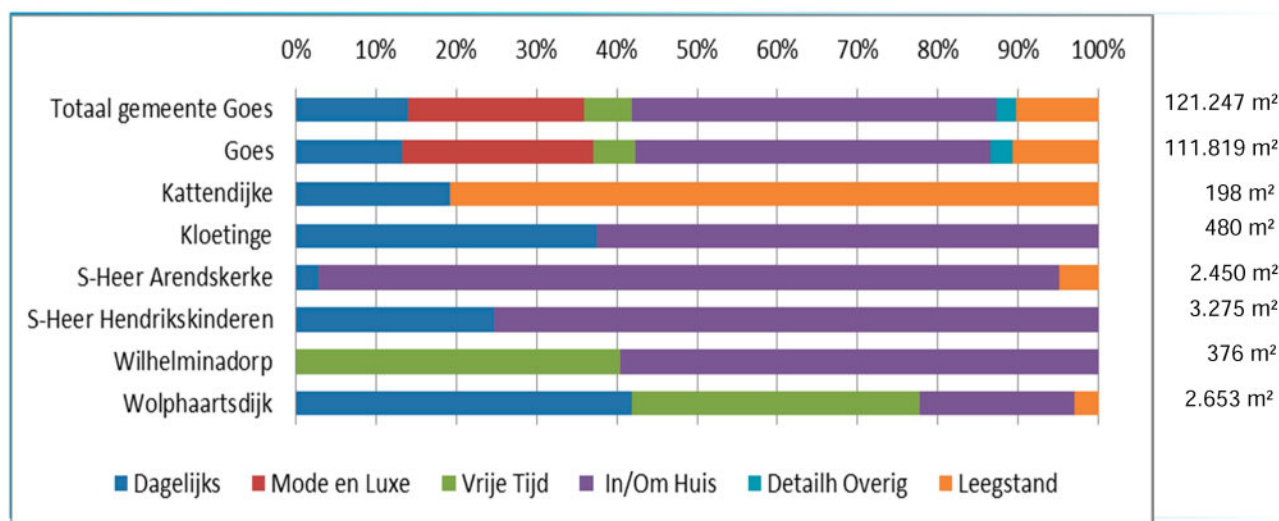
Goes heeft – mede gezien haar ligging – een belangrijke functie als centrale stad voor de gemeenten Borsele, Kapelle, Noord-Beveland en Reimerswaal. Voor winkelvoorzieningen die in deze omliggende gemeenten ontbreken zijn de inwoners uit dit gebied hoofdzakelijk op de binnenstad van Goes gericht. Naast een regionale verzorgingsfunctie ligt het aantal bezoekers van buiten de regio in het hoogseizoen aanmerkelijk hoger. De stad trekt dan – net als andere historische binnensteden en kernen in Zeeland – veel toeristisch recreatief bezoek.

### Winkelstructuur gemeente Goes

#### Goes heeft een sterk voorzieningenniveau, met een regionaal verzorgende functie

Gemeente Goes telt ruim 350 verkooppunten<sup>1</sup>, verdeeld over 7 kernen (in de kern Oud-Sabbinge zijn geen winkelvestigingen). Deze verkooppunten zijn goed voor ruim 108.000 m<sup>2</sup> winkelvloeroppervlak (wvo). We doelen hier op meters winkelvloeroppervlakte die daadwerkelijk in gebruik zijn, dus exclusief leegstand. Het detailhandelsaanbod in Goes is ruim en zeer divers en bestaat uit relatief veel niet-dagelijks aanbod (met name mode & luxe en in/om het huis). Zowel in het dagelijkse als niet-dagelijkse segment ligt de omvang van het aanbod per inwoner flink boven het landelijk gemiddelde van (in omvang) vergelijkbare plaatsen.

Figuur 1: Detailhandelsaanbod in gemeente Goes naar woonplaats (in m<sup>2</sup> wvo)



Bron: Locatus, maart 2017; Bewerking: Stec Groep.

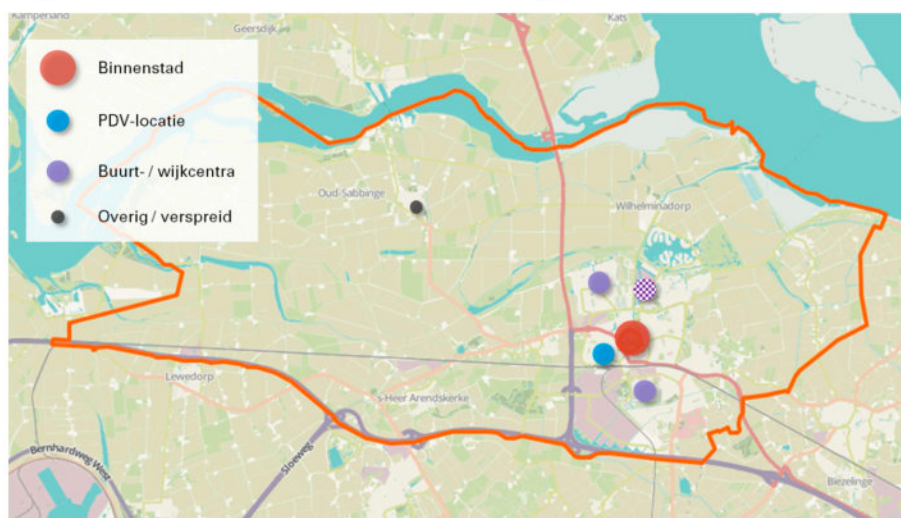
<sup>1</sup> Alleen detailhandelsvestigingen en exclusief leegstaande winkelpanden.



De winkelstructuur in gemeente Goes is hiërarchisch opgebouwd en bestaat uit verschillende locaties die zich onderscheiden in bezoekmotief en aantrekkingskracht.

- **Centraal:** De binnenstad van Goes is hét centrum van de gemeente met een zeer ruim aanbod aan voorzieningen en sterke (regionale) trekkracht. Bijna de helft van alle winkelmeters in de gemeente is hier gesitueerd. Onderdeel van de binnenstad is het Molenplein.
- **Ondersteunend:** Er zijn twee wijkwinkelcentra in de gemeente. Deze centra functioneren primair als centrum voor de dagelijkse boodschappen. In Goes-Noord gaat het om De Spinne en in Goes-Zuid om Beukenhof. Ten opzichte van de binnenstad hebben deze centra een beperkt aantal winkels. Er zijn plannen om in Havengebied Goes een kleinschalig winkelcentrum te realiseren.
- **Overig:** Er is één perifere detailhandelslocatie (PDV-locatie) in de gemeente, de Marconistraat, met daarnaast nog enkele PDV-vestigingen op bedrijventerrein De Poel
- **Verspreid:** Tot slot zijn er enkele verspreide (solitaire) winkelvestigingen in Goes, zoals de Agrimarkt, de Praxis, Jeremiasse en de Bax-shop. Deze winkels staan niet op de kaart hieronder. Gamma verhuist binnen afzienbare tijd van Marconistraat naar een solitaire locatie op de Goese Poort. In de kernen die deel uit maken van de gemeente Goes is wel enig winkel- en voorzieningenaanbod aanwezig, maar deze liggen meestal verspreid in en rond het dorp.

**Figuur 2: Overzicht detailhandelslocaties gemeente Goes**



### ***De positie van Goes in de regio***

De binnenstad van Goes heeft een (boven)regionale aantrekkingskracht. De regio zit echter niet stil en trekt ook aan de (Zeeuwse) consument.

In onderstaande figuur zijn winkelsteden in de omgeving van Goes weergegeven.



Figuur 3: Regionale positie Goes



### Afnemend winkelaanbod

Vanaf 2009 is het aantal winkels in de gemeente Goes fors afgenomen, van 392 naar 354 winkels. Met name in de branches Vrije tijd en In/om het huis is een sterke afname zichtbaar. Ondanks een afname van het aantal winkels is het totale winkelvloeroppervlak in de gemeente toch iets gegroeid (+2%).

In de afgelopen jaren was sprake van een stijging van de leegstand<sup>2</sup> in de Goese detailhandel, met name in de binnenstad. Waar in 2009 circa 10 panden in de binnenstad leeg stonden met een oppervlakte van ruim 2.500 m<sup>2</sup> wvo is dit in 2017 toegenomen tot ruim 8.300 m<sup>2</sup> wvo in 40 panden (inclusief het pand van V&D van 2.300 m<sup>2</sup> wvo).

Tabel 1: Overzicht leegstand in gemeente Goes en de binnenstad (incl. Molenplein)

	Gemeente Goes		Binnenstad Goes		Overig Goes	
	Totaal	Waarvan Leeg	Totaal	Waarvan Leeg	Totaal	Waarvan Leeg
Aantal vkp	800	48 (6%)	480	40 (8%)	320	8 (3%)
Totaal wvo	121.247	12.340 (10%)	46.221	8.364 (18%)	75.026	3.976 (5%)

Bron: Locatus, maart 2017<sup>3</sup>.

We zien dat meer dan een derde (37%) van de leegstand korter dan een jaar wordt aangeboden (aanvangsleegstand). Zo'n 25% van de aangeboden winkelvloeroppervlakte staat structureel leeg (langer dan drie jaar).

<sup>2</sup> Bij leegstand hanteren we de definitie en cijfers van Locatus. Tot circa 6% leegstand (frictieleegstand) is nodig om voldoende ruimte voor dynamiek in de winkelmarkt te kunnen faciliteren (uitbreidingen en nieuwvestigingen). Grotere leegstand duidt op een overschot aan (moeilijk in te vullen) winkelmeters.

<sup>3</sup> Locatus controleert jaarlijks de winkelgebieden, de laatste update is van mei 2016. Verspreide bewinkeling wordt minimaal drie keer per jaar gecontroleerd. Tussentijds worden in een enkel geval de wijzigingen doorgevoerd.

Het grootste deel van de leegstand is geconcentreerd in de binnenstad van Goes. Van het totaal aantal leegstaande winkelmeters staat bijna 70% in de binnenstad. Daarnaast staat circa 15% van het aanbod op PDV-locatie Marconistraat en komt de rest verspreid voor. We zien in de binnenstad van Goes duidelijk verschillen in type locaties<sup>4</sup>. Op A1 en A2 locaties komt respectievelijk 12 en 1% leegstand van het totale aanbod voor; op B1 en B2 locaties respectievelijk 6% en 34%. Buiten deze locaties bevindt zich 47% van de leegstand. Het lijkt erop dat locaties met veel passanten ook economisch het beste presteren.

### **Beperkt plannen voor toevoeging van winkelmeters**

Er zijn beperkt plannen voor uitbreiding binnen de bestaande detailhandelsstructuur. De nu concreet bekende plannen zijn hoofdzakelijk uitbreidings- of verplaatsingsplannen van (bestaande) winkels en horeca.

De volgende plannen en initiatieven in Goes kunnen van invloed zijn op de detailhandel:

- Voor de nieuwe woonwijk Havengebied Goes (ca. 550 woningen) zijn plannen voor de ontwikkeling van een nieuw winkelcentrum. Het gaat om de vestiging van een supermarkt van 2.000 m<sup>2</sup> bvo en 700 m<sup>2</sup> wvo overige commerciële functies, waarvan 400 m<sup>2</sup> wvo dagelijks en 300 m<sup>2</sup> wvo niet-dagelijks. Het moederplan is onherroepelijk. Er wordt nu een uitwerkingsplan opgesteld voor Westerschans-Zuid;
- Gamma wil een nieuwe vestiging (6.000 m<sup>2</sup> bvo) op Goese Poort openen. Dit heeft tot gevolg dat Gamma uit het Marconigebied vertrekt;
- Op de locatie van Slot Oostende is een bierbrouwerij gekomen met een horecavestiging en een (bier)winkel.
- Agrimarkt mag op de huidige locatie circa 600 m<sup>2</sup> wvo uitbreiden (300 m<sup>2</sup> supermarkt en 300 m<sup>2</sup> overig);
- In Wolphaartsdijk mag camping Het Veerse Meer een campingwinkel van max. 400 m<sup>2</sup> openen.

### **Fijnmazige winkelstructuur in Goes**

Onderstaand zullen we de winkelstructuur van Goes nader analyseren. Voor een uitgebreide beleidsanalyse ten aanzien van detailhandel verwijzen we naar bijlage 1.

#### **Binnenstad heeft groot en divers aanbod**

De binnenstad van Goes is de belangrijkste winkelconcentratie (kernwinkelgebied) in Goes en heeft een regionale aantrekkingskracht. Alle bezoeken komen bij elkaar in de binnenstad, zowel recreatief winkelen, doelgericht winkelen als toeristische bezoeken. Dit is terug te zien in het straatbeeld. We vinden er een mix van functies zoals detailhandel (diverse segmenten en deelgebieden), horeca, cultuur, weekmarkt, evenementen en leisure. De historische setting draagt positief bij aan het imago van de binnenstad.

De binnenstad heeft een omvang van ruim 45.000 m<sup>2</sup> wvo, inclusief leegstaande winkelpanden (en excl. Molenplein<sup>5</sup>) en 243 winkelvestigingen. Naast de winkels is er een groot aanbod aan horeca (82 vestigingen), leisure en culturele voorzieningen (12 vestigingen) en dienstverleners (62 vestigingen). De absolute winkelvloeroppervlakte in de binnenstad van Goes is ruim 1,5 keer zo groot als in steden van vergelijkbare omvang. Met name aan de randen van het compacte winkelgebied is de afgelopen jaren leegstand ontstaan. De leegstand in het kernwinkelgebied (grootweg Lange Vorststraat, Ganzepoortstraat, Lange Kerkstraat, Grote Markt, Kolveniershof, Klokstraat, Sint Adriaanstraat, Gasthuisstraat, Papegaaistraat en Witte Paardstraat) is lager dan daarbuiten. Het winkelaanbod in de binnenstad is divers en veelzijdig. Met name het modisch aanbod en speciaalzaken bepalen de trekkracht van de binnenstad.

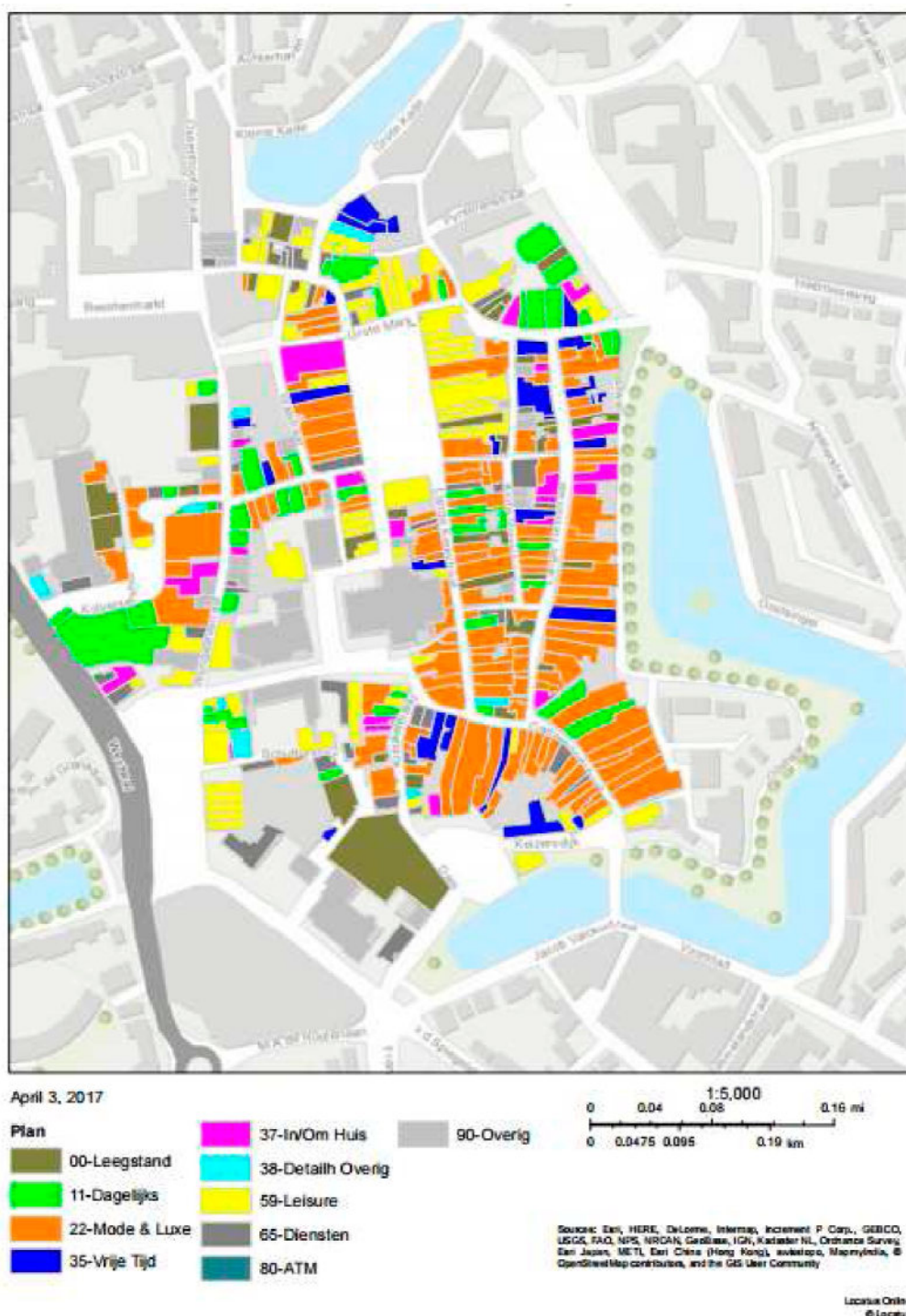
De identiteit van de binnenstad van Goes wordt in grote mate bepaald door het monumentale karakter en de historische uitstraling. Dit geeft de binnenstad een hoge omgevings- en verblijfskwaliteit en biedt een aantrekkelijke setting voor (winkel)bezoek. De inrichting van het gebied is hoogwaardig.

<sup>4</sup> Locatus hanteert een segmentering in A1, A2, B1 en B2 locaties.

<sup>5</sup> Inclusief Molenplein is de omvang bijna 50.000 m<sup>2</sup> wvo



Figuur 4: Ruimtelijk functionele opzet kernwinkelgebied Goes



Het modische aanbod is vooral geconcentreerd in de Lange Vorststraat, Lange Kerkstraat en het begin van de Ganzepoortstraat. In het Kolveniershof en op het zuidelijke deel van de Ganzepoortstraat is het winkelaanbod meer huishoudelijk en voordelshoppen. In de verbindende dwarsstraten zien we veel kleinere boetiekjes. In de omgeving van de Grote Markt en de Grote of Maria Magdalena Kerk voert horeca, toerisme en cultuur de boventoon.



Het Molenplein ligt op enige afstand van de binnenstad en wordt beschouwd als onderdeel van de binnenstad. Aan dit plein zijn ALDI en een grote dierspeciaalzaak gevestigd. In de omgeving van het Molenplein bevinden zich nog een fietswinkel, een winkel in tuinmeubels, een winkel in bouwmaterialen en een winkel in cadeauartikelen. De winkels gelegen op, aan en in de buurt van het Molenplein vertonen een beperkte ruimtelijke samenhang. Hierdoor functioneert het winkelgebied niet optimaal. De relatie met het kernwinkelgebied is beperkt. De winkels worden vooral door doelgerichte consumenten bezocht.

## WEEKMARKT

De weekmarkt van Goes wordt gehouden op dinsdag en heeft een aantrekkingskracht voor mensen vanuit de regio en daarbuiten (toeristisch recreatief). De ontwikkelingen binnen de weekmarkten laten zien dat er vergrijzing plaatsvindt onder de marktgoep en bij het publiek. Om toekomstbestendig te zijn, is het van belang dat de weekmarkt zoveel mogelijk aansluit bij de ontwikkelingen in de binnenstad.

Op zaterdag is er een kleine versmarkt. Een uitbreiding met streekproducten kan de weekmarkt en de zaterdagmarkt aantrekkelijker maken.

Figuur 5: Overzicht parkeren binnenstad Goes



De binnenstad van Goes kent diverse parkeerplaatsen, -garages en -pleinen. Centrum en Stadspoot zijn de twee overdekte parkeergarages. Daarnaast zijn er parkeerterreinen aan de zuid-, oost- en westzijde van het kernwinkelgebied. Het Molenplein en het Hollandiaplein liggen op enige afstand van het kernwinkelgebied.

## ACTIVITEITEN BINNENSTAD

In 2012 is de onafhankelijke Stichting Goes Marketing opgericht, waarin uiteenlopende partijen vertegenwoordigd zijn. Samen zetten zij zich in om de (naams)bekendheid van Goes als woon- en werkstad te vergroten, zodat bedrijven en bewoners zich binden aan Goes en iedereen kan profiteren van het positieve imago van Goes. Het (beeld)merk Goesisgoes wordt breed ingezet. De stichting ontplooit tal van marketingactiviteiten om Goes op de kaart te zetten. Verder organiseert Goes Marketing een aantal succesvolle evenementen die de goede eigenschappen van Goes benadrukt, mensen uitnodigt om de stad te bezoeken en de nodige publiciteit oplevert. Enkele voorbeelden zijn Goes Kinderstad, Goes Modestad, GoesC en de kerstmarkt.

In 2014 is het Actieplan Binnenstad opgesteld. De actielijst was een resultaat van gesprekken met ondernemers, zowel vanuit detailhandel als horeca. Acties gaan onder meer in op verkeer en parkeren, openbare ruimte, aanbod en acquisitie, evenementen en toeristen. In 2016 is een update van het Actieplan opgesteld (Actieplan 2.0), waarbij met ondernemers, eigenaren en bezoekers besproken is wat sinds 2014 is opgepakt en welke nieuwe aandachtspunten er zijn.

Sinds begin 2015 is de werkgroep Invulling Panden actief in Goes, die bestaat uit vertegenwoordigers van detailhandel en horeca, Goes Marketing, gemeenteambtenaren en vertegenwoordigers van de vastgoedwereld. De werkgroep is aan de slag met het terugdringen van leegstand en zoekt naar een nieuwe invulling van panden. Op [www.startjewinkelingoes.nl](http://www.startjewinkelingoes.nl) worden de lege panden aangeboden. Daarnaast worden ondernemers in de regio gericht benaderd om ze te wijzen op de kwaliteiten van de Goese binnenstad.

Tabel 2: SWOT-analyse binnenstad

	Sterk	Zwak
Fysiek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• concentratie detailhandel in kernwinkelgebied, hier beperkt leegstand</li> <li>• nette en verzorgde inrichting openbare ruimte</li> <li>• hoogwaardige uitstraling panden</li> <li>• Middeleeuws stratenpatroon</li> <li>• historisch karakter</li> <li>• verschillende winkelrondjes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• perifere ligging Molenplein</li> <li>• fietsroutes door binnenstad</li> <li>• relatief kleine panden</li> <li>• aansluiting stadshaven</li> </ul>
Functioneel	<ul style="list-style-type: none"> <li>• zeer groot aanbod, zowel dagelijks als niet-dagelijks</li> <li>• ruime keuzemogelijkheden op het gebied van recreatief winkelen</li> <li>• meerdere hoogwaardige winkels en deelmilieus</li> <li>• clustering van horeca rondom Grote Markt</li> <li>• toeristisch recreatieve ontwikkelingen</li> <li>• uitgebreide warenmarkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• toegenomen leegstand (o.a. aan de randen van het centrum)</li> </ul>



**Marconistraat voor (meer dan) volumineuze detailhandel**

Ten zuidwesten van de binnenstad ligt een grote concentratie van winkels in perifere en grootschalige detailhandel (Marconistraat). Dit winkelgebied heeft primair een functie voor gerichte aankopen door inwoners van Goes en omgeving. Er is circa 33.000 m<sup>2</sup> wvo detailhandel aanwezig, waarbij ruim 26.000 m<sup>2</sup> wvo binnen de doelgroep 'in en om huis' hoort (volumineus).

Op deze locatie is een mix te vinden van winkels die we als volumineus kunnen bestempelen, maar er zijn ook enkele niet-volumineuze winkels gevestigd, zoals Jumbo, Blokker en Scapino. Binnenkort vestigt zich er ook een autobedrijf.

**Tabel 3: SWOT-analyse Marconistraat**

	<b>Sterk</b>	<b>Zwak</b>
<b>Fysiek</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• grotendeels moderne uitstraling</li> <li>• goede parkeervoorzieningen</li> <li>• ligging nabij binnenstad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• entree rommelig</li> <li>• herkenbaarheid en zichtbaarheid van ondernemingen</li> <li>• betaald parkeren</li> <li>• de openbare ruimte is niet ingericht als verblijfsgebied</li> </ul>
<b>Functioneel</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• multifunctioneel</li> <li>• grote moderne supermarkt</li> <li>• grootschalig aanbod</li> <li>• investeringsplannen</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• branchemix: doelgericht en recreatief loopt door elkaar</li> <li>• leegstand op enkele plekken / vertrek Gamma</li> </ul>

**Wijkwinkelcentra: klein van omvang**

In de wijken van Goes zijn twee (ondersteunende) winkelgebieden aanwezig. Deze zijn relatief klein en bestaan naast een supermarkt uit enkele kleine winkels (bv. drogist, speciaalzaak, textielsuper). In de toekomst wil de gemeente in de nieuwbouwwijk Havengebied Goes een kleinschalig winkelgebied mogelijk maken (supermarkt en maximaal 700 m<sup>2</sup> wvo overige detailhandel).

**Winkelgebied Beukenhof**

Winkelgebied Beukenhof ligt in Goes-Zuid en is goed bereikbaar. Het bestaat uit winkelcentrum Beukenhof en enkele units in de plint van de nieuwbouw aan de Notestraat. De compleetheid van het dagelijkse aanbod en de centrale ligging (efficiëntie en gemak) vormen de kracht van een vooral op boodschappen gericht winkelcentrum. De supermarkt vormt de trekker en wordt aangevuld met dagelijks aanbod, zoals een drogist (Kruidvat) en versspeciaalzaken, niet-dagelijks aanbod (o.a. Zeeman), een benzinepomp en horeca met vooral een buurt-/wijkverzorgende functie.

De uitstraling van het winkelgebied en de opzet ervan is wat gedateerd (introvert, beperkte zichtlijnen, openbare ruimte). Uitbreiding is niet of nauwelijks mogelijk.

**Winkelcentrum De Spinne**

Winkelcentrum De Spinne in de Goese Polder draait voornamelijk op de Lidl-supermarkt en Kruidvat-drogist en heeft vooral een functie voor de eigen wijk waarin het winkelcentrum centraal ligt, van buiten de wijk is dit winkelcentrum minder goed bereikbaar. In dit winkelcentrum zijn weinig uitbreidingsmogelijkheden.

**Verspreide bewinkeling**

De overige winkels in Goes zijn verspreid gelegen. Agrimarkt, Bax-music, Jeremiasse en Praxis zijn grote verkooppunten die niet in een winkelgebied zijn gelegen. Andere winkels zijn te vinden bij tankstations of solitair in wijken, op bedrijventerreinen en in dorpen. Een speciaal type winkel is de webwinkel. Webwinkels verkopen goederen alleen via internet of via afhaalpunten. Internetverkoop met een afhaallocatie waar ook goederen worden vertoond beschouwen we als winkel.

In en rond de dorpen is enig winkelaanbod aanwezig. Het hebben van een voorzieningenaanbod kan de leefbaarheid van een dorp vergroten.



De Poel in Goes is één van de grootste en het meest centrale bedrijventerreinen in Zeeland. Op het bedrijventerrein De Poel bevinden zich verschillende detailhandelsvestigingen, voornamelijk op het gebied van wonen en in de autobranche<sup>6</sup>. Deze vestigingen hebben in belangrijke mate een showroomfunctie en zijn veelal productiegebonden. Bij productiegebonden detailhandel gaat het om bedrijven met als hoofdactiviteit productie of assemblage of kweek. De verkoop van dat product in of vanuit de bedrijfslocatie vormt een ondergeschikte activiteit in het bedrijfsproces.

## ***Trends en ontwikkelingen leiden tot afnemende en veranderende behoefte***

### ***Kwantitatieve behoefte aan winkels neemt af***

De economische crisis van de afgelopen jaren is duidelijk merkbaar geweest in de detailhandel. Hoewel de koopkracht van de consumenten ongeveer gelijk bleef, werden grote aankopen uitgesteld. Het consumentenvertrouwen beleefde een dieptepunt. Vooral in de non-food sector - met name branches als wit- en bruingoed, mode en bouwmarkten- was dit zichtbaar en was er een teruglopende omzet te zien. In de foodsector was echter sprake van een stijging van de omzet. Omzetzakkingen hebben geleid tot meer faillissementen en een afnemende behoefte aan winkelvloeroppervlak.

Vanaf 2013 is een groeiend consumentenvertrouwen te zien, wat inmiddels een neutraal tot licht positief sentiment heeft opgeleverd. De ontwikkeling van de koopbereidheid laat een soortgelijke trend zien als het consumentenvertrouwen. Winkeliers zien hun verkoopvolumes toenemen dankzij de aantrekkende economie. Consumptie en koopkracht laten een (voorzichtig) positieve ontwikkeling zien. Het gunstige economische klimaat houdt naar verwachting in 2017 aan.

Kijken we naar de daadwerkelijke bestedingen, dan zien we inderdaad dat er per hoofd meer wordt uitgegeven de laatste jaren. Tegelijkertijd concluderen we dat de bestedingen nog steeds onder het niveau liggen van vóór de crisis.

**Tabel 4: Detailhandelsomzet per hoofd naar branche**

Branche	Ontwikkeling vanaf 2013
Dagelijks	↑
Mode & luxe	↓
Vrije tijd	↓
In/om huis	↑
Overige detailhandel	=
Totaal (excl. webwinkels en postorder)	↑
Webwinkels en postorder	↑

Bron: Panteia & Detailhandel.info (2016), Omzetkengetallen 2015.

### ***Opkomst van internet leidt tot minder behoefte aan fysieke winkelmeters***

De afgelopen jaren is sprake van een sterke opkomst van internetaankopen. Op internet is één druk op de knop voldoende om een aankoop te doen. Consumenten kunnen vergelijken, op grote afstand aankopen doen, zijn optimaal geïnformeerd en winkelen 24/7. Hierdoor lopen de bezoekersaantallen van reguliere winkeliers terug en is er minder vraag naar fysieke winkelmeters. Het aandeel aan online verkopen in de detailhandel is op dit moment circa 7% (bron: o.a. detailhandel.info). Voor een aantal branches, zoals schoenen, mode en elektronica, ligt dit percentage al fors hoger (15 tot 20%). Het aandeel online aankopen bij dagelijkse boodschappen is nu nog relatief laag (1,1%), maar ook voor deze branche wordt een stijging verwacht naar wellicht 5 tot 10%. Hoewel toename van online verkopen in vrijwel alle branches door zal zetten, blijft de fysieke winkel het merendeel van de aankopen bepalen. Het is vooral de uitdaging om slim

<sup>6</sup> De auto- en motorendealers worden in de detailhandelsvisie buiten beschouwing gelaten aangezien deze buiten de branchering van de in de winkels voorkomende assortimentsgroepen vallen, zoals gedefinieerd door het Hoofdbedrijfschap Detailhandel.

om te gaan met multi-channel verkoop ('clicks & bricks'). Door de toename van online verkopen neemt de vraag naar fysiek winkelvloeroppervlak af. De verwachting is dat internet in Nederland leidt tot een verminderde behoefte van 6 tot 14% aan vierkante meters fysiek winkelopervlak (bron: [www.thuiswinkel.org](http://www.thuiswinkel.org)).

#### HET NIEUWE WINKELN IN GOES

In 2012 is Goes van start gegaan met Het Nieuwe Winkelen. Ondernemers werken in dit project samen om sneller en beter te kunnen inspelen op het veranderend koopgedrag van de consument. Voor het nieuwe winkelen hebben ondernemers eind 2013 de Stichting Binnenstad Goes opgericht. De Stichting heeft een online warenhuis gelanceerd, een gezamenlijk winkelplatform te vinden op [www.goesisgoes.nl/goes/winkelen](http://www.goesisgoes.nl/goes/winkelen). Op dit platform kunnen ondernemers hun producten, diensten en aanbiedingen laten zien aan de online consument.

Sinds begin 2015 is er een gratis WiFi-netwerk in de binnenstad van Goes, dat direct doorschakelt naar het online platform. De Stichting Binnenstad Goes staat voor de opgave om voldoende participatie te organiseren en de winkelinformatie up-to-date te houden. En om in te spelen op de behoeftes van de consument. Zowel loyaliteitssystemen als een snelle logistiek bieden kansen voor Goes. Dit vraagt wel om verdergaande samenwerking, doorzettingsvermogen en slagkracht bij ondernemers. Daar waar mogelijk biedt de gemeente ondersteuning in het ontwikkeltraject.

#### **Demografische veranderingen leiden tot een andere vraag**

Demografische ontwikkelingen zijn van invloed op de winkelruimtemarkt. Trends als vergrijzing en ontgroening van de bevolking, verdere huishoudensverduunning en individualisering vertalen zich in veranderende wensen en eisen van de consument. Hierbij kan gedacht worden aan langere openingstijden, vraag naar andere producten en kleinere verpakkingen. Bovendien zien we dat 65-plussers een ander bestedingspatroon hebben dan jongere huishoudens<sup>7</sup>. In Goes is het percentage 65-plussers op dit moment 22%. In Zeeland is in de toekomst ook sprake van ontgroening en vergrijzing: het aantal jongeren in Zeeland daalt (minus 7%) tussen nu en 2030 terwijl het aantal 65-plussers met ruim 27% fors toeneemt. In regionaal perspectief ontwikkelen Goes en Middelburg zich relatief gunstig. De bevolking en het aantal jongeren groeit in deze gemeenten nog licht.

#### **Het veranderende consumentengedrag leidt tot een andere kwalitatieve behoefte**

Naast een kwantitatieve verandering is sprake van een kwalitatieve verandering in het winkellandschap. Een aantal belangrijke trends bij consumenten zijn:

1. Het winkelmotief van de consument is steeds meer bepalend voor het bezoek- en aankoopgedrag. De consument maakt in het koopgedrag onderscheid tussen: boodschappen doen (buurt- en wijkcentra), recreatief winkelen (stadscentra) en doelgerichte aankopen (PDV/GDV clusters). Dit betekent dat het winkelen steeds vaker op die plekken plaats zal vinden waar een volwaardig aanbod voor het dan gewenste motief te vinden is.
2. Daarnaast worden consumenten steeds kritischer: ze stellen hoge eisen aan aanbod, kwaliteit, service, gastvrijheid, gemak, prijs, bereikbaarheid en vermaak. Aankoopplaatsen van voorheen voldoen - in de ogen van consumenten - niet altijd meer omdat het assortiment niet compleet is, of omdat openingstijden niet passen binnen de planning van de consument.

<sup>7</sup> Zo hebben ouderen allereerst minder te besteden. Het vrij besteedbaar inkomen van ouderen ligt maar liefst 20% lager dan van jongeren. Ouderen hebben echter niet alleen minder te besteden, ze besteden hun geld ook heel anders. Wonen en zorg zijn voor hen de belangrijke kostenposten. Kosten die betaald moeten worden uit een gemiddeld al lager budget. Een relatief groter deel gaat op aan dienstverlening, en minder aan producten. Het is dan ook niet zo raar dat de detailhandelsbestedingen van ouderen heel anders zijn dan die van jongeren. Ouderen eten minder en ze geven maar liefst 40% minder uit aan kleding en schoenen. De laatste modetrends worden niet meer gevolgd, ze doen gewoon langer met de spullen die ze hebben. Dat voelen we dus in de supermarkt, de modezaak, de bouwmarkt en de woonwinkel. Zie ook recente publicatie van ING Economisch Bureau ([https://www.ing.nl/media/ING%20-%20Vergrijzing%20vormt%20nieuwe%20uitdaging%20fashion%20retail\\_tcm162-106350.pdf](https://www.ing.nl/media/ING%20-%20Vergrijzing%20vormt%20nieuwe%20uitdaging%20fashion%20retail_tcm162-106350.pdf))



3. De consument is door een toegenomen mobiliteit en het feit dat men veelal zeer goed geïnformeerd is over de kwaliteiten (en prijzen) van winkels en winkelgebieden steeds vaker bereid om elders (verder weg of online) inkopen te doen. Het binden van de koopkracht aan eigen gemeente is hierdoor lastiger.
4. De consument is op zoek naar gemak en service. Winkels en winkelcentra die dit bieden, hebben een pre-ten opzichte van centra die dit niet doen.
5. Consumenten willen niet alleen meer winkelen en zijn op zoek naar een totale beleving. Horecagelegenheden, maar ook andere functies als cultuur, ontspanning/leisure en (persoonlijke) dienstverlening hebben daarom een steeds belangrijkere functie in centrumgebieden. Zij zorgen voor sfeer en worden gebruikt als ontmoetings- en werkplek. Vooral in grote centra zien we dat vrijkomende winkelpanden worden ingevuld met horeca, zoals lunchrooms, koffiebars, loungecafés. Daarnaast is er een verdergaande behoefte en tendens naar menging van activiteiten, ook binnen panden; het zogenaamde 'blurring'. Denk aan restaurants die streekproducten verkopen, een winkel met daarin ook horeca en kapsalon. Het versterken, concentreren en mixen van functies is steeds belangrijker om de consument te binden en centra toekomstbestendig te maken.

***Conclusie: De Goese opgave is een kwalitatieve versterking van de winkelstructuur.***

De invloed van bovenstaande trends en economische ontwikkeling maakt dat we verwachten dat er de komende tien jaar circa 10 tot 15% minder winkels nodig zijn. Dit blijkt ook uit de indicatieve marktruimteberekening die in de bijlage is opgenomen. Het beleid ten aanzien van detailhandel zal nadrukkelijk rekening moeten houden met minder winkelmeters. Er zullen keuzes gemaakt moeten worden om de huidige winkelstructuur te behouden en kwalitatief te versterken, zodat de Goese detailhandel naar de toekomst vitaal blijft en voldoende perspectief biedt voor inwoners van Goes en de regio, en voor toeristen en dagrecreanten.

Hierna werken we de toekomstige visie op de winkelstructuur nader uit en geven we aan hoe de uitvoering en vertaling naar beleid gestalte krijgt.



## 3 Visie detailhandel Goes

### A. *Uitgangspunten winkelstructuur Goes*

#### 3.A.1 Gemeente Goes zet in op kwalitatieve vernieuwing

De opgave waar de detailhandel in Goes de komende jaren voor staat is het kwalitatief versterken van de detailhandelsstructuur. Het winkelaanbod in Goes is ruim en staat op diverse locaties onder druk. Komende jaren neemt de behoefte aan fysieke winkelruimte per saldo af. In een krimpende markt betekent dit dat er winkellocaties (of straten/deelgebieden) zullen zijn waarvan het perspectief zwak is. Versterking op zo'n plaats ondermijnt de mogelijkheden voor kansrijke winkelgebieden.

Het brandpunt van ontwikkelingen en initiatieven, zoals nieuwbouw, herstructurering, kwalitatieve versterking en uitbreiding ligt in de binnenstad en Marconistraat.

Door clustering in een beperkt(er) gebied blijven er kansen op het behoud van een divers winkelaanbod. Een bundeling van bezoekersstromen biedt winkeliers een gezond ondernemersklimaat en stimuleert marktpartijen om in deze locaties te blijven investeren. Dat de ontwikkelingen en kwaliteitsverbetering geconcentreerd worden in deze twee gebieden is logisch omdat deze de meeste bezoekers trekken en/of het beste toekomstperspectief hebben. Dit perspectief hangt samen met de aanwezigheid van enkele sterke trekkers en het maximaal verleiden van de consument door middel van een uitstekende (auto)bereikbaarheid, voldoende plek om te parkeren, een aantrekkelijke branchemix en de aanwezigheid van culturele en horecavoorzieningen. Juist door in deze winkelgebieden zo flexibel mogelijk om te gaan met het planologisch juridisch instrumentarium ontstaat ruimte voor nieuwe initiatieven. Voor de Marconistraat moet goed gekeken worden naar de impact van (het toestaan) van nieuwe initiatieven op de binnenstad. Voorkomen moet worden dat de beide winkelgebieden elkaar beconcurreren.

In overige winkelgebieden (wijkwinkelcentra) wordt gestreefd naar behoud van voldoende kritische massa en draagvlak waarbij de kwantitatieve omvang niet groeit. Kwalitatieve vernieuwing is hierbij mogelijk wel aan de orde.

In de dorpskernen is uitbreiding van winkels mogelijk indien een aantoonbare bijdrage geleverd wordt aan de leefbaarheid en het karakter, of het een bijdrage levert aan concentratie van winkels in de dorpskern.

Uitbreiding van het aantal solitaire winkels is in principe niet toegestaan. Deze winkels passen niet bij de gewenste winkelstructuur. Bestaande solitaire winkels worden gerespecteerd. Bij beëindiging van de solitaire winkel zal worden bekeken of opheffen van de planologische ruimte mogelijk is.

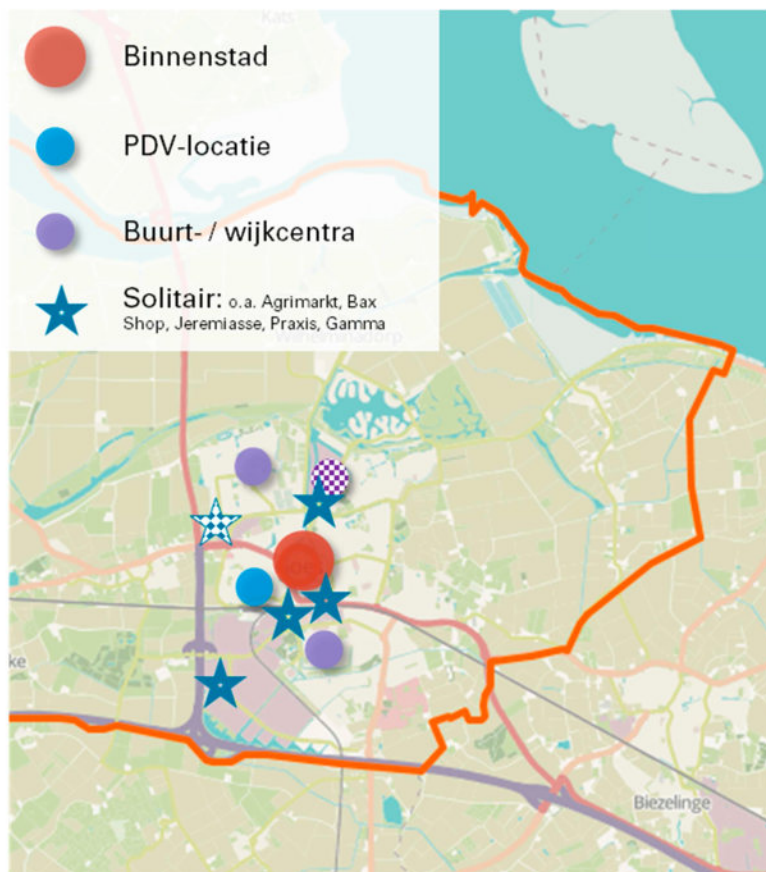
#### 3.A.2 Winkelstructuur op hoofdlijnen

Gemeente Goes kiest voor behoud en kwalitatieve versterking van de volgende winkelgebieden: binnenstad, Marconistraat en de ondersteunende wijkwinkelcentra. De gewenste winkelstructuur voor Goes ziet er als volgt uit:

- De binnenstad van Goes is en blijft qua hiërarchie het meest complete en diverse winkelgebied voor inwoners van Goes en de directe omgeving en voor toeristisch recreatieve bestedingen. Van belang is om de binnenstad zo aantrekkelijk mogelijk te houden.
- Marconistraat is het bovenlokale PDV cluster met een nadruk op wooninrichting. Gelet op de ontwikkelingen in deze branche en de uitstraling van het gebied is extra aandacht voor deze plek wenselijk.
- De Spinne, Beukenhof en (in de toekomst) Havengebied Goes zijn wijkverzorgende boodschappencentra met aanbod gericht op de (aanwezige) supermarkt als basis voor enig aanvullend aanbod. Ontwikkelingen die de positie van de wijkcentra in gevaar brengen (bijvoorbeeld de ontwikkeling van een nieuwe solitaire supermarkt) zijn onwenselijk.

- Aanvullend op de genoemde structuur kent Goes enkele (sterke) solitaire aankoopplaatsen. Agrimarkt, Praxis, Bax-music en de (nieuwbouw)ontwikkeling van Goese Poort zijn hier voorbeelden van. Van belang is dat deze solitaire winkels niet ondermijnend zijn aan de hiervoor genoemde winkelstructuur.
- De winkels in de kernen dragen bij aan de leefbaarheid in het dorp. Uitgangspunt is behoud en waar mogelijk concentratie binnen de kern. Beperkte uitbreiding is mogelijk, mits het de leefbaarheid in het dorp verder ondersteunt.

**Figuur 6: Winkelstructuur Goes**



Nieuwe ontwikkelingen dienen bij te dragen aan de versterking van de gewenste detailhandelsstructuur. Op plaatsen buiten deze structuur zijn nieuwe ontwikkelingen op het gebied van detailhandel in beginsel ongewenst.

Voor toekomstige initiatieven die (fysiek of om andere redenen) niet passen binnen de gewenste winkelstructuur dient gemotiveerd te worden dat deze ontwikkeling een positief (ruimtelijk) effect heeft op de gewenste winkelstructuur.

Waar mogelijk worden detailhandelsmogelijkheden in bestaande bestemmingsplannen, die niet binnen de bestaande detailhandelstructuur passen, gereduceerd. Dit geldt voor onbenutte mogelijkheden, maar ook voor leegstaande of -komende winkelruimte (na een redelijke termijn). Bestaand gebruik (en recht) wordt in elk geval gerespecteerd.<sup>8</sup>

Voor winkels buiten de bovengenoemde winkelstructuur wordt uitbreiding in principe niet toegestaan. In de dorpskernen zijn nieuwe initiatieven welkom indien een aantoonbare bijdrage geleverd wordt aan de leefbaarheid en het karakter van het dorp. Of wanneer deze initiatieven de concentratie van winkels in de dorpskern bevorderen. Deze initiatieven mogen de beschreven detailhandelsstructuur niet aantasten.

<sup>8</sup> Overigens geldt dit niet voor de detailhandel in auto's, boten en caravans en showrooms, die – onder andere op bedrijventerrein De Poel – verspreid voorkomen.



## ***Visie per gebied in de hoofdstructuur***

### **Binnenstad aan top winkelstructuur: keuze voor compact kernwinkelgebied noodzakelijk**

Het gevolg van de verschillende geschetste ontwikkelingen in de detailhandel is dat er meer leegstand ontstaat en dat er in de toekomst minder (fysieke) winkelmeters nodig zijn. De binnenstad heeft een sterke aantrekkingskracht op consumenten door het ruime winkelaanbod en het compacte kernwinkelgebied. Het perspectief voor het kernwinkelgebied is daarom goed.

De belangrijkste winkelstraten (kernwinkelgebied) zijn: Lange Vorststraat, Lange Kerkstraat, Klokstraat, Papegaaistraat, Witte Paardstraat, Gasthuisstraat, Ganzepoortstraat, Kreukelmarkt, Kolveniershof en St. Adriaanstraat. In deze straten staat de winkelfunctie voorop. Naast de diverse bekende winkelformules biedt het ruimte aan onderscheidende winkels en horeca.

De Papegaaistraat, Witte Paardstraat, Keizersdijk en Kreukelmarkt zijn belangrijke schakels in het winkelgebied. De Oprit Grote Markt/Koningstraat/Magdalenastraat is een belangrijke verbinding met de stadshaven. Hier vindt een menging van winkels en horeca plaats. De Korte Kerkstraat is de schakel tussen het rustige kerkplein en de levendige Grote Markt. Deze winkelstraten zorgen voor diversiteit, zijn veel multifunctioneler van opzet en kennen ook een andere mix van winkels. Er zijn minder filiaalbedrijven en juist meer speciaalzaken. Hier zit de mogelijkheid om de binnenstad onderscheidend te maken. Voor deze straten geldt dat een prettig karakter belangrijker is dan de aanwezigheid van winkels.

De Grote Markt is horeca- en evenementenplein. Het Bleekveld is cultuurplein, waar horeca een belangrijke toevoeging is.

De aanloopstraten zijn zeer divers en kennen geen aaneengesloten winkel- en voorzieningenaanbod.

Het Molenplein en omgeving ligt tegen de binnenstad aan, maar vormt een ander milieu. De winkelfunctie kan hier de komende jaren onder druk komen te staan. Wanneer hier winkels vertrekken zal moeten worden nagedacht over een alternatieve invulling.

### ***Streven naar compact(er) kernwinkelgebied***

Uitbreiding en versterking van het winkelaanbod dient binnen de bestaande kernwinkelstructuur plaats te vinden. Met name het modisch aanbod en warenhuizen zijn bepalend voor de trekkracht voor het recreatieve winkelen, maar voor de volledigheid van het aanbod zijn ook de andere branches van belang. Ook in de toekomst dient het accent duidelijk op de modische branches te liggen. Het kijken, vergelijken en verblijven staat centraal.

De winkelfunctie in de aanloopstraten -Wijngaardstraat, Waterstraat, Keizersdijk, Korte Kerkstraat, Singelstraat, Koningstraat, Magdalenastraat, Oostwal, Zusterstraat, Oprit Beestenmarkt en Schuttershof is aanvullend op het kernwinkelgebied en kan dienen als broedplaats. Wonen, cultuur en kleinschalige werkfuncties kunnen een aantrekkelijke aanvulling zijn op het profiel van de aanloopstraten.

De binnenstad is ingedeeld in een drietal gebieden.

Kernwinkelgebied (A), waar behoud van de winkelfunctie voorop staat, de aanloopstraten (B) die de verbindingen vormen tussen parkeerlocaties en kernwinkelgebied en de C-straten. Voor deze laatste geldt dat hier geen nieuwe winkels mogen worden gevestigd en wanneer een winkel in deze straat stopt wordt nagedacht over een alternatieve invulling.



Kernwinkelgebied (A)	Aanloopstraten (B)	Randen, Afbouw detailhandelsfunctie (C)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Lange Vorststraat</li> <li>• Ganzepoortstraat</li> <li>• Klokstraat</li> <li>• Lange Kerkstraat</li> <li>• Grote Markt</li> <li>• Sint Adriaanstraat</li> <li>• Kolveniershof</li> <li>• Papegaaistraat</li> <li>• Witte Paardstraat</li> <li>• Gasthuisstraat</li> <li>• Opril Grote Markt</li> <li>• Oude Vismarkt</li> <li>• Lombardstraat</li> <li>• Kreukelmarkt</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Wijngaardstraat</li> <li>• Keizersdijk</li> <li>• Korte Kerkstraat</li> <li>• Singelstraat</li> <li>• Koningstraat</li> <li>• Magdalenastraat</li> <li>• Oostwal</li> <li>• Zusterstraat</li> <li>• Opril Beestenmarkt</li> <li>• Schuttershof</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Molenplein</li> <li>• Houttuinen</li> <li>• J.A. van de Goeskade</li> <li>• Beestenmarkt (horeca-plein)</li> <li>• Korte Vorststraat</li> <li>• Pyntorenstraat</li> <li>• Vlasmarkt (horecaplein)</li> </ul> <p>Straten waar nu (begin 2017) geen detailhandel zit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Dam</li> <li>• Keizerstraat</li> <li>• Bleekveld</li> <li>• Bierkade (horeca)</li> <li>• Kattenstraatje</li> <li>• Ostendestraat</li> <li>• Rijfelstraat</li> <li>• Sint Jacobsstraat</li> <li>• Stalstraat</li> </ul> <p>Buiten binnenstad:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voorstad</li> <li>• Jacob Valckestraat</li> <li>• Oostsingel</li> </ul>



### **Wijkwinkelcentra: behouden en positie niet ondermijnen**

Voor boodschappen zijn veel inwoners van Goes – naast de supermarkten aan Molenplein, de Marconistraat en Van Doornestraat – aangewezen op de twee (en straks drie) wijkwinkelcentra. De nabijheid van een supermarkt en overige (dagelijkse) voorzieningen is wenselijk, mits dit aanbod compleet is.

Beukenhof, De Spinne en (straks) Havengebied Goes zijn de wijkwinkelcentra waarbij het aanbod bestaat uit een supermarkt en beperkt overig aanbod. Een schaalsprong die de verzorgingsfunctie van de centra overschrijdt, is ongewenst. De huidige omvang (in wvo) dient ongeveer gehandhaafd te blijven. Ook de relatieve positie ten opzichte van elkaar dient gehandhaafd te blijven. De ontwikkeling van wijkwinkelcentra komt onder druk te staan als er ontwikkelingen buiten deze centra plaatsvinden die bezoekers (en bedrijven) wegtrekken. Dit moet dan ook voorkomen worden door zeer terughoudend te zijn in het toestaan van aanvullende (supermarkt) winkelruimtes buiten de bestaande winkelgebieden.

### **Marconistraat: behoud en versterken fysieke omgeving**

De toekomst van de meeste woonboulevards in Nederland is zorgwekkend. De belangrijkste oorzaken zijn de eenvormigheid van de locaties en het negatieve marktsentiment. Het ontbreekt de meeste locaties aan 'sfeer' en ze zijn weinig 'verrassend'; ze hebben 'teveel doublures' en bieden 'geen aantrekkelijk klimaat'; en door de 'conjunctuur' hebben ze teveel meters. Daarnaast hebben ook internet, de vergrijzing en het concurrerende tweedehands aanbod van onder meer Markplaats.nl een negatieve invloed.

De uitgangspositie van de Marconistraat is kwetsbaar. De komende jaren zal de uitstraling, openbare ruimte, verkeersstructuur en beleving van het gebied moeten verbeteren.

Naast wonen is er ruimte voor andere grootschalige branches, zoals auto- & fietsaccessoires, bruin- & witgoed en sport & spel. Van oudsher zijn er enkele gebiedsvreemde winkels gevestigd. Voor geen van deze winkels is ter plaatse uitbreiding mogelijk, behalve voor de supermarkt, hiervoor is een uitbreiding toegestaan ten behoeve van schaalvergroting, mits deze de structuur niet aantast.

Binnen het bestemmingsplan is bovendien ruimte voor een kleinschalige horecavoorziening.

Gelet op de ligging van Marconistraat ten opzichte van de binnenstad is behalve plant & dier een verdere brancheverruiming niet toegestaan, tenzij hiermee een probleem elders in de gemeente kan worden opgelost. Recreatief aanbod hoort thuis in de binnenstad.

De invulling van de panden en versterking van het aanbod dient - gelet op de afwezige marktruimte – bij voorkeur te komen van verplaatsing (en sanering) van bestaand solitair volumineus aanbod elders in de gemeente (of regio). Buiten de Marconistraat is er dan ook geen reden om de bestemmingsplannen te verruimen om vestiging of uitbreiding van volumineus aanbod mogelijk te maken, behalve de toekomstige solitaire vestiging van Gamma op Goese Poort.

Er wordt een ontwikkelingsvisie voor de Marconistraat opgesteld met als doel verbetering van de koppeling met de binnenstad. Voor de ontwikkelingsvisie zal tevens onderzocht worden of toevoeging van leisure het toekomstperspectief van de Marconistraat kan versterken, zonder die van de binnenstad in gevaar te brengen. Daarnaast wordt onderzocht of er eventueel ruimte is voor andere branches die door te verplaatsen naar de Marconistraat een oplossing kunnen bieden voor een probleem elders in de gemeente.

### **Verspreide bewinkeling**

Bestaande solitair gelegen winkels mogen hun bedrijfsvoering voorzetten en behouden hun verworven rechten, aan nieuwe initiatieven wordt echter niet meegewerkt. Uitbreiding van deze winkels is ongewenst, tenzij verplaatsing naar een winkelconcentratie niet mogelijk is.

De solitaire supermarkten (Aldi-Molenplein, Jumbo-Marconistraat en Agrimarkt-Van Doornestraat) worden niet substantieel versterkt zodat deze de positie van de wijkcentra niet kunnen ondermijnen, Eventuele initiatieven voor verplaatsing of uitbreiding worden getoetst op de ruimtelijke effecten op de wijkwinkelstructuur.



Een nieuwe solitaire supermarkt is niet wenselijk, een eventuele verplaatsing van een bestaande solitaire supermarkt uit Goes is mogelijk, mits dit plaatsvindt binnen de bestaande winkelstructuur en het niet gaat om een substantiële uitbreiding.

### **Dorpen**

Initiatieven om het aanbod, met name dagelijkse sector, te versterken dan wel uit te breiden in de dorpen, willen we bevorderen, mits deze de beschreven hoofdstructuur niet aantasten.

Vanwege het toeristisch-recreatieve karakter van Wolphaartsdijk zijn initiatieven op het gebied van detailhandel die dit karakter ondersteunen welkom. Eventuele initiatieven voor verplaatsing, uitbreiding of nieuwvestiging van detailhandel in Wolphaartsdijk zullen worden getoetst op de ruimtelijke effecten op de beschreven winkelstructuur.

### **De aanpak van (leeg komende) winkels buiten de gewenste winkelgebieden**

De leegstand van winkelpanden in Goes is ten opzichte van 2008 toegenomen. De verwachting is dat deze vooral buiten de gewenste winkelgebieden, dus in de aanloopstraten, solitair en in kleine kernen, verder zal toenemen. Winkels buiten de gewenste concentratiegebieden dragen niet bij aan de versterking van de structuur. Bovendien is het bedrijfseconomische perspectief van winkels buiten de winkelstructuur vaak matig. Samen met vastgoedeigenaren en financiers willen we zoeken naar een alternatieve invulling van leegstaande of leegkomende panden. Maatwerk is hierbij noodzakelijk. Bij het zoeken naar een alternatieve invulling kunnen instrumenten als functiewijzing of verhandelbare ontwikkelrechten helpen.

Juist om te voorkomen dat zich ongewenste ontwikkelingen voordoen die niet in lijn zijn met deze detailhandelsvisie worden de kernwinkelgebieden, waar nieuwe ontwikkelingen en initiatieven mogen plaatsvinden, strak afgebakend. Dit betekent dat daarbuiten het (planologisch) aanbod en de voorraad detailhandel wordt verminderd. Hiermee wordt voorzienbaarheid gecreëerd en ligt er een basis voor het eventueel schrappen van en nieuw perspectief bieden voor leegstaande winkels.

## **B. Beleidskader**

### ***Heldere ruimtelijke keuzen versterken de winkelstructuur***

#### **Gewenste winkelgebieden**

De binnenstad, Marconistraat en de wijkwinkelcentra zijn van grote meerwaarde en bieden voor de consument een zo compleet en sterk mogelijke structuur. Deze plekken zijn voor een groot deel complementair aan elkaar en versterken de winkelstructuur van Goes. Bijkomend voordeel van een heldere structuur is dat deze duidelijkheid schept naar marktpartijen, winkeliers en vastgoedeigenaren. Zij weten waar ze in de toekomst aan toe zijn en kunnen hiernaar handelen. Initiatieven en plannen dienen in het licht van deze detailhandelsvisie te worden afgewogen.

Het is van belang dat het voorgenoemde beleid en de (beoogde) winkelstructuur zijn juridische verankering krijgt in bestemmingsplannen. Zo kan gestuurd worden op de in deze visie neergelegde wenselijke winkelstructuur en kan handhaving gestalte krijgen. Binnen de beoogde winkelstructuur, zijn alle branches vrij uitwisselbaar. Uitzondering hierop is Marconistraat.

Voor winkels worden mogelijkheden geboden om in te spelen op klantbehoeftes als blurringconcepten, zoals het in gebruik nemen van een koffiecorner, die ondergeschikt is binnen de bedrijfsvoering.

#### **Verspreide bewinkeling**

Bestaande winkels buiten de winkelstructuur kunnen hun bedrijfsvoering voortzetten. Hiervoor geldt dat een uitbreiding van de winkel in principe niet is toegestaan<sup>9</sup>. Nieuwvestiging van detailhandel buiten de beoogde winkelstructuur en gebieden wordt in principe uitgesloten. Voor de dorpen geldt dat beperkte uitbreiding mogelijk is, mits het de leefbaarheid en het karakter in het dorp verder ondersteunt en de beschreven detailhandelsstructuur niet aantast.

<sup>9</sup> Sowieso is er een grens van maximaal 10% uitbreiding op het bestaande vloeroppervlak voor bestaande winkels buiten het kernwinkelgebied.

Voor enkele branches en typen winkels is vestiging buiten de gewenste winkelgebieden te rechtvaardigen (omdat ze qua aard en omvang niet passen binnen de kernwinkelgebieden). Het gaat dan om perifere (volumineuze) detailhandel, verkoop aan huis en afhaalpunten voor via het internet verkochte goederen. Deze vormen van detailhandel kunnen een aanvulling vormen op de detailhandelsstructuur van Goes, maar kunnen deze ook ondermijnen. Aangezien het uitgangspunt van deze visie is het behouden en compacter maken van de bestaande structuur, gaan we uitermate terughoudend om met deze vormen van detailhandel.

#### *Perifere en Grootschalige Detailhandelsvestigingen (PDV/GDV) en detailhandel in auto's, motoren, boten en caravans (ABC)*

Het uitgangspunt ten aanzien van PDV/GDV is dat het brancheaanbod op locaties die plek bieden aan PDV/GDV complementair moet zijn aan de winkelstructuur van Goes. Clustering vindt plaats in de Marconistraat. Bestaande perifere winkelvestigingen buiten Marconistraat kunnen de bedrijfsvoering voortzetten. Extra uitbreiding van winkelmeters voor deze doelgroepen buiten Marconistraat is niet toegestaan<sup>8</sup>.

Specifiek voor detailhandel in auto's, boten en caravans (ABC), grove bouwmaterialen en brand- en explosiegevaarlijke goederen is uitzondering mogelijk. Op bedrijventerreinen in Goes is hier ruimte voor aangewezen.

#### *Verkoop aan huis*

We vinden detailhandel aan huis ongewenst, omdat het concurreert met de reguliere winkelcentra in Goes. Het zorgt voor verdere versnippering van het winkelaanbod en veroorzaakt ongewenste verkeersbewegingen in de wijken. Nieuwvestiging van deze vorm van detailhandel is verboden.<sup>10</sup>

#### *Internetafhaalpunten/webwinkels*

Met het toenemen van de internetverkoop in de detailhandel ontstaan nieuwe winkelvormen. Voor een goede doorvertaling in bestemmingsplannen heeft de Kamer van Koophandel een brochure opgesteld, die we hier ook hanteren als uitgangspunt.

Waar het gaat om internetwinkels zonder fysieke bezoekmogelijkheid is de beleidsregel simpel. De hoofdfunctie van de nieuwe internetwinkel moet passen binnen het bestemmingsplan (functie, bestemming of bedrijfsmatig verkeer). Waar het gaat om internetwinkels met een fysieke bezoekmogelijkheid wordt de beleidsregel complexer. Het gaat om zogenaamde afhaalpunten, waarbij internetwinkels consumenten de mogelijkheid bieden om producten af te halen. Het risico bestaat dat deze afhaalpunten verkapte winkels worden en zo gaan concurreren met de gevestigde detailhandel in Goes. Beleidslijn hiervoor is dat binnen de bestaande detailhandelsbestemmingen in Goes voldoende mogelijkheden zijn voor de realisatie van afhaalpunten. Bij voorkeur landen de afhaalcentra in een van de centra in de beoogde winkelstructuur. De vestiging van een afhaalpunt in de centra kan namelijk een aantrekkende en versterkende werking hebben op die centra. Mensen moeten er immers hun pakketje ophalen en zijn dan in het centrum en kunnen dan ook vervolgbestedingen doen.

#### *Detailhandel bij tankstations*

Hoewel onbemande tankstations in opkomst zijn, vormen winkels bij bemande tankstations een steeds belangrijkere bron van inkomsten. Om te voorkomen dat deze teveel gaan concurreren met de reguliere detailhandel is het belangrijk om hier richtlijnen voor af te spreken in de visie. We gaan uit van een maximale winkel van 75 m<sup>2</sup> bvo bij een motorbrandstoffenverkoopspunt. Het assortiment moet gericht zijn op automobilisten.

#### *Productiegebonden detailhandel*

Bij productiegebonden detailhandel gaat het om bedrijven met als hoofdactiviteit productie of assemblage of kweek. De verkoop van dat product in of vanuit de bedrijfslocatie vormt een ondergeschikte activiteit in het bedrijfsproces. Om te voorkomen dat productie verplaatst en een winkel of showroom overblijft is het nodig om in het bestemmingsplan regels op te nemen. De detailhandelsactiviteit dient in elk geval rechtstreeks

<sup>10</sup> Conform de definitie van de Kamer van Koophandel is een kapperszaak of schoonheidssalon in dat opzicht een dienstverlener en geen detailhandel.



verbonden te zijn met de hoofdactiviteit, ter plaatse vervaardigd zijn en de showroom/winkel is maximaal 100 m<sup>2</sup> bvo.

#### *Vliegende winkels*

Onder vliegende winkels verstaan we een kortdurende detailhandelsverkoop tegen dumprijzen vanuit locaties waar normaliter geen detailhandel plaatsvindt. Denk hierbij aan horecagelegenheden, maar bijvoorbeeld ook aan stock sales vanuit een distributiemagazijn van een kledingmerk. Dit soort vliegende winkels kunnen de bestaande detailhandel en detailhandelsstructuur van Goes sterk benadelen. Op langere termijn is dat ook in het nadeel van de consument, omdat de bestaande winkels onder druk komen te staan. We gaan dan ook zeer terughoudend om met deze vliegende winkels buiten de beoogde detailhandelsstructuur, zeker als het om de verkoop van nieuwe producten gaat. Wellicht is het mogelijk om bij dergelijke stock sales leegstaande winkelpanden in de binnenstad tijdelijk te verhuren om zo ook bezoekers in het centrum te krijgen (met kans op vervolgbestedingen).

Overigens bedoelen we hier niet een 'snuffelmarkt' mee. Mits goed geregeld en gehandhaafd, heeft een dergelijke markt geen negatieve invloed.

### **Reductie van planologische mogelijkheden**

Gemeente Goes streeft – op termijn – naar een reductie van winkelmeters buiten de aangewezen winkelgebieden. Hierbij is de gemeente een actieve en meedenkende gesprekspartner. Zo kan de bestemming op bestaande winkelpanden buiten de kernwinkelgebieden verruimd worden, zodat leegstaande winkelpanden een woonfunctie kunnen krijgen. Hier is maatwerk nodig waarbij gebruik kan worden gemaakt van een vrijstelling.

Geïncentiveerd wordt waar mogelijkheden voor realisatie van detailhandel bestaan. Dit om te voorkomen dat marktpartijen aankloppen en er alsnog winkelmeters gerealiseerd worden op plekken die ongewenst zijn. Het gaat om zichtbare en onzichtbare ontwikkelingsmogelijkheden, zoals een rechtstreekse winkelbestemming, of een uitwerkingsplicht, wijzigingsbevoegdheid, een specifieke bestemming of gemengde bedrijfsbestemming. Een goed beeld van de mogelijkheden is noodzakelijk om te komen tot sturing op de beoogde winkelstructuur.

Bij de actualisatie van bestemmingsplannen buiten de gewenste winkelstructuur worden ontwikkelingsmogelijkheden -nog niet gerealiseerd planaanbod- voor detailhandel geschrapt. Dit kan door in het geactualiseerde bestemmingsplan op te nemen dat indien na drie jaar geen gebruik wordt gemaakt van de plantitel, deze komt te vervallen. Ook voor leegstaand vastgoed met een (verborgen) winkelbestemming geldt deze aanpak. Staat een pand – buiten de benoemde kernwinkelgebieden langer dan drie jaar leeg, dan vervalt de gebruiksmogelijkheid. Door in deze visie dit standpunt aan te nemen en dit consequent te vertalen in de bestemmingsplannen wordt voorzienbaarheid gecreëerd, waarmee de risico's op planschade kleiner worden.

### **C. Uitvoering**

In deze visie zijn de uitgangspunten toegelicht om te komen tot een sterke en vitale winkelstructuur in Goes. De detailhandelsvisie vormt het ontwikkelingskader. Vervolgens moet deze visie nader worden uitgewerkt en concreet vertaald in bestemmingsplannen, visies op winkelgebieden en een gezamenlijke aanpak. Concreet gaat het om de vertaling in een integrale visie op de binnenstad en een ontwikkelingsvisie op de Marconistraat.

#### **Visie binnenstad**

Een brede en integrale visie op (de versterking van) de binnenstad van Goes is wenselijk en noodzakelijk. Geconstateerd is dat de binnenstad een mix van verschillende functies herbergt, op zichzelf voldoende toekomstperspectief heeft, én dat er scherpe keuzes gemaakt moeten worden. Dit draagt bij aan de verdere versterking van de binnenstad, de beleving en het bieden van service aan de consument, bewoner en bezoeker. De binnenstad moet compacter. In de detailhandelsvisie is een voorstel gedaan voor uitwerking hiervan. De detailhandelsvisie moet daarom in de komende periode vertaald worden naar een specifieke

visie (en uitvoeringsmaatregelen) voor de binnenstad en een bestemmingsplan waarin de afbakening van kernwinkelgebied, aanloopstraten en randen gestalte krijgt.

### **Visie Marconistraat**

De Marconistraat staat onder druk door diverse invloeden. Het is wenselijk om ook voor dit gebied een (integrale) ontwikkelingsvisie op te stellen voor duurzame versterking. Hierin wordt onderzocht of er eventueel ruimte is voor nieuwe branches die, door te verplaatsen naar de Marconistraat, een oplossing kunnen bieden voor problemen elders in de stad. Hierbij moet wel in ogenschouw worden genomen dat Marconistraat niet moet concurreren met de binnenstad of wijkwinkelcentra. Initiatieven die de positie van de binnenstad of andere winkelgebieden in Goes ondermijnen zijn onwenselijk. In elk geval dient in de visie aandacht te zijn voor de (aanpak van de) openbare ruimte, bereikbaarheid en parkeren. Ook het verbeteren van de koppeling met de binnenstad, de uitstraling van vastgoed en de entree van het gebied zijn belangrijke aandachtspunten.

### **Vernieuwend ondernemerschap**

Het is van belang dat ondernemers zich vernieuwen om te kunnen inspelen op de veranderende consument. In Z4-verband (een samenwerkingsverband van de vier grootste Zeeuwse steden en de provincie) wordt onderzocht op welke wijze gemeenten en provincie ondernemers kunnen faciliteren bij vernieuwing. De Z4 willen bereiken dat:

- Het thema modern ondernemerschap als belangrijk kenmerk van florerende binnensteden onder de aandacht wordt gebracht bij ondernemers in de verschillende binnensteden;
- De ondernemers weet hebben welke instrumenten hen ter beschikking staan om meer en beter zicht te krijgen op hoe de vraag in hun branche zich aan het ontwikkelen is;
- De ondernemers weet hebben van mogelijke goede initiatieven en op de hoogte zijn van een mogelijk aanbod aan coaching.

De verantwoordelijkheid voor de opgave waar Goes voor staat ligt niet alleen bij de overheid. Immers de overheid is voorwaardenscheppend en faciliterend. Ook de ondernemers, vastgoedeigenaren, marktpartijen en financiers hebben hierbij een belangrijke rol. Iedereen moet zijn verantwoordelijkheid pakken en z'n steentje bijdragen.



## Bijlage 1: Markt en beleid

### A. Marktmogelijkheden en draagvlak voor detailhandel

We beschrijven in deze paragraaf het huidig en toekomstig functioneren van de detailhandel in Goes. De conclusies geven inzicht in het functioneren van het winkelaanbod en geven bovendien aan hoeveel distributieve uitbreidingsruimte, dan wel overaanbod, er bestaat in de markt. We kijken naar de dagelijkse sector en de niet-dagelijkse sector. We kijken ook nog naar enkele doelgericht bezochte functies.

#### Uitgangspunten voor DPO

In de onderstaande tabel geven we van de belangrijkste elementen de uitgangspunten weer voor het bepalen van het functioneren en de uitbreidingsruimte.

	Uitleg	Situatie in Goes
Inwoners	Voor de inschatting van het economisch functioneren en de marktruimte is het aantal inwoners en de ontwikkeling daarvan van belang. We kijken tien jaar vooruit.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Op dit moment heeft de gemeente Goes circa 37.500 inwoners.</li> <li>Volgens de meest recente Primosprognoses (2016) stijgt het inwoneraantal van de gemeente Goes tot 2025 met circa 5% (+/- 39.500).</li> </ul>
Bestedingen	De bestedingen per inwoner bepalen we aan de hand van cijfers over bestedingen per hoofd excl. BTW (meest recente cijfers – Omzetkengetallen 2015, Panteia, mei 2016). Indien noodzakelijk passen we een correctie toe voor het besteedbaar inkomen in Goes in vergelijking met het Nederlands gemiddelde (op basis van gegevens van CBS). De maximaal te hanteren inkomenselasticiteit is 0,25% voor de groep dagelijks en 0,5% voor niet-dagelijks, volgens het eerder genoemde onderzoek van Panteia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Op basis van de Omzetkengetallen 2015 bedragen de bestedingen in de dagelijkse detailhandel € 2.540 en voor niet-dagelijkse detailhandel €2.495 per hoofd per jaar. Als gevolg van internetverkoop verwachten we dat de bestedingen in de fysieke detailhandel met circa 5-10% teruglopen. Voor dagelijks verwachten we een beperkt/geen effect. Voor niet-dagelijks dalen de bestedingen naar € 2.300.</li> <li>Voor niet-dagelijkse detailhandel kunnen we de cijfers nader uitsplitsen om een genuanceerder beeld te geven: <ul style="list-style-type: none"> <li>Recreatief<sup>11</sup>: € 1.100 -&gt; € 1.000</li> <li>Wonen: € 475 -&gt; € 450</li> <li>Doe het zelf en Tuin € 280 -&gt; € 270</li> </ul> </li> <li>Aangezien het inkomen in Goes circa 1-2% lager ligt dan het landelijke gemiddelde voeren we geen correctie door (omdat dit pas noodzakelijk is bij een afwijking van 5%)</li> </ul>
Koopkrachtbinding	Aandeel van de bestedingen in een winkelgebied van de inwoners in het verzorgingsgebied. Wij baseren ons hierbij op cijfers van de	<ul style="list-style-type: none"> <li>De binding van lokale bestedingen in het dagelijkse segment bedraagt voor de gemeente Goes 90-95%.</li> <li>De binding van lokale bestedingen</li> </ul>

<sup>11</sup> Met recreatief wordt bedoeld: Winkels in de branchegroepen Mode & Luxe, Vrijtijd en Overig.

	Rabobank (2013), recent koopstromenonderzoek in referentiegemeenten en diverse regionale koopstromenonderzoeken in Nederland.	<p>in het niet-dagelijkse segment bedraagt voor de gemeente Goes circa 70-75%.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Voor niet-dagelijkse detailhandel kunnen we de cijfers nader uitsplitsen om een genuanceerder beeld te geven <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Recreatief: 80%</li> <li>○ Wonen: 70%</li> <li>○ Doe het zelf en Tuin: 90%</li> </ul> </li> </ul>
Koopkracht-toevloeiing	Aandeel van de bestedingen in een winkelgebied van inwoners van buiten het verzorgingsgebied. Wij baseren ons hierbij eveneens op cijfers van de Rabobank (2013), recent koopstromenonderzoek in referentiegemeenten en diverse regionale koopstromenonderzoeken in Nederland. Dit cijfer wordt positief beïnvloed door toerisme en forenzen.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• De toevloeiing van bestedingen in het dagelijkse segment bedraagt voor de gemeente Goes circa 30-35%.</li> <li>• De toevloeiing van bestedingen in het niet-dagelijkse segment bedraagt voor de gemeente Goes circa 60%. Goes heeft immers een sterke regionale functie.</li> <li>• Voor niet-dagelijkse detailhandel kunnen we de cijfers nader uitsplitsen om een genuanceerder beeld te geven <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Recreatief: 50%</li> <li>○ Wonen: 60%</li> <li>○ Doe het zelf en Tuin: 45%</li> </ul> </li> </ul>
Vloerproductiviteit (omzet per m <sup>2</sup> wvo)	Voor de omzet per m <sup>2</sup> baseren we ons op de meest recente cijfers (Omzetkengetallen 2015, Panteia, mei 2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Op basis van de Omzetkengetallen 2015 bedraagt de vloerproductiviteit in de dagelijkse detailhandel € 7.900 en voor niet-dagelijkse detailhandel € 1.900 per hoofd per jaar.</li> <li>• Voor niet-dagelijkse detailhandel kunnen we de cijfers nader uitsplitsen om een genuanceerder beeld te geven: <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Recreatief: € 2.600</li> <li>○ Wonen: € 1.200</li> <li>○ Doe het zelf en Tuin: € 1.200</li> </ul> </li> </ul>

### **Huidig functioneren en toekomstige mogelijkheden**

In onderstaande tabellen geven we een beeld van het huidig functioneren en de marktmogelijkheden voor detailhandel in Goes. Belangrijke noot is dat de berekeningen tot stand zijn gekomen op basis van (landelijke) kengetallen. De berekening geeft daarmee een indicatie van het huidig functioneren en de (uitbreidings)mogelijkheden. De positie van individuele ondernemers en de specifieke situatie in Goes is niet betrokken in de analyse.



**Dagelijkse detailhandel**

	2017	Groeiscenario (Primos 2016) Horizon 2025
Inwoners	37.500	39.500
Bestedingen	2.540	2.500
Fysieke bestedingen	€ 95.250.000	€ 98.750.000
Binding	90%	95%
Gebonden omzet	€ 85.725.000	€ 93.812.500
Toevloeiing	35%	35%
Totale omzet	€ 131.884.615	€ 144.326.923
Gemiddelde omzet in NL per m <sup>2</sup>	7.900	8.000
Haalbaar aanbod in m <sup>2</sup> wvo	16.694	18.041
Gevestigd aanbod in Goes m <sup>2</sup> wvo	16.190	16.190
<b>Marktruimte in m<sup>2</sup> wvo</b>	<b>504</b>	<b>1.851</b>

Op basis van bovenstaande berekening lijkt de dagelijkse detailhandel in Goes economisch goed te functioneren. Op basis van de verwachte versterking van het aanbod en bevolkingsgroei is het aannemelijk dat het aanbod enigszins versterkt kan worden. De omvang is voor een stad met de omvang en aantrekkingskracht van Goes niet te ruim.

**Niet-dagelijkse detailhandel**

	2017	Groeiscenario (Primos 2016) Horizon 2025
Inwoners	37.500	39.500
Bestedingen	2.495	2.300
Fysieke bestedingen	€ 93.562.500	€ 90.850.000
Binding	70%	70%
Gebonden omzet	€ 65.493.750	€ 63.595.000
Toevloeiing	60%	60%
Totale omzet	€ 163.734.375	€ 158.987.500
Gemiddelde omzet in NL per m <sup>2</sup>	1.900	1.900
Haalbaar aanbod in m <sup>2</sup> wvo	86.176	83.678
Gevestigd aanbod in Goes m <sup>2</sup> wvo	92.71751	82.717
<b>Marktruimte in m<sup>2</sup> wvo</b>	<b>-6.541</b>	<b>-9.039</b>

Op basis van bovenstaande berekening blijkt dat de niet-dagelijkse detailhandel in Goes -net als op andere plekken in Nederland- in zwaar weer verkeert. Feitelijk staat de bedrijfsvoering onder druk door structureel lagere omzetten dan noodzakelijk voor economisch goed functioneren. Een en ander is sterk afhankelijk van lokale en ondernemersspecifieke kenmerken die niet in deze berekening zijn (en kunnen worden) opgenomen. Op basis van de verwachte ontwikkelingen in de detailhandel is de verwachting dat naar de toekomst de marktmogelijkheden niet verder versterken, maar eerder verzwakken. Op basis van deze conclusie is groei (in aanbod) niet opportuun en zal de komende jaren moeten worden bezien waar centra worden ingedikt of meters uit de markt gehaald kunnen worden.

**Deelbranches**

Om een beter beeld te krijgen van de marktmogelijkheden en de knelpunten ten aanzien van de niet-dagelijkse branche kijken we specifiek naar enkele deelbranches binnen 'niet-dagelijks'. We kijken naar recreatieve winkels (mode & luxe), wonen en Doe-het-zelf & Tuin.

	Recreatief (mode en luxe)		Wonen		DHZ en tuin	
	2016	2025 (Primos)	2016	2025 (Primos)	2016	2025 (Primos)
Inwoners	37.500	39.500	37.500	39.500	37.500	39.500
Bestedingen	1.100	1.000	475	450	280	270
Fysieke bestedingen	41.250.000	39.500.000	17.812.500	17.775.000	10.500.000	10.665.000
Binding	80%	80%	70%	70%	90%	90%
Gebonden omzet	33.000.000	31.600.000	12.468.750	12.442.500	9.450.000	9.598.500
Toevloeiing	50%	50%	60%	60%	45%	45%
Totale omzet	66.000.000	63.200.000	31.171.875	31.106.250	17.181.818	17.451.818
Gemiddelde omzet in NL per m <sup>2</sup>	2.600	2.600	1.200	1.200	1.200	1.200
Haalbaar aanbod in m <sup>2</sup> wvo	25.385	24.308	25.977	25.922	14.318	14.543
Gevestigd aanbod in Goes m <sup>2</sup> wvo	27.413	27.413	33.048	33.048	13.189	13.189
<b>Marktruimte in m<sup>2</sup> wvo</b>	<b>-2.028</b>	<b>-3.105</b>	<b>-7.071</b>	<b>-7.126</b>	<b>1.129</b>	<b>1.354</b>

In bovenstaande tabel is te zien dat er nog een lichte uitbreidingsbehoefte bestaat in de branche Doe-het-zelf & Tuin. De behoefte zal voor een groot deel ingevuld worden met de voorgenomen verplaatsing van de Gamma naar Goese Poort. Voor het overige gaat het om vernieuwing van de bestaande voorraad en/of verplaatsingen.

In het recreatieve segment zien we dat er nu al enige 'druk' is op de omzetten. Dit segment heeft veel last van online winkelen. Naar de toekomst verwachten we dat de omzetten steeds meer onder druk komen te staan en dat er winkels zullen (moeten) verdwijnen. Dit gevaar is er vooral voor solitaire winkels en/of winkels in aanloopstraten. Grootschalige versterking van het recreatieve aanbod is niet aan de orde.

In de deelbranche wonen is het huidige economisch functioneren beneden gemiddeld. Dit betekent dat de omzet voor normaal functioneren onder druk staat en dat er naar de toekomst toe geen ruimte is voor uitbreiding. De positie van woon/meubelboulevard komt daarmee verder onder druk te staan.



## **B. Beleidsanalyse**

Gemeenten zijn binnen de kaders van het Rijksbeleid verantwoordelijk voor hun eigen detailhandelsbeleid. De provincie heeft een regisserende rol en moet zorgen voor afstemming van bovenlokale initiatieven en grootschalige ontwikkelingen.

### ***Rijksbeleidskader***

Het Rijk laat het detailhandelsbeleid grotendeels over aan provincies en gemeenten. Dat staat opgenomen in het Bestuursakkoord 2011-2015 tussen Rijk, IPO, VNG en UvW.

#### *Ladder voor Duurzame Verstedelijking*

In 2012 is het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) gewijzigd en is de Ladder voor Duurzame Verstedelijking daaraan toegevoegd (de artikelen 1.1.1 en 3.1.6). De functie detailhandel is een stedelijke ontwikkeling waarop deze Ladder van toepassing is. Concreet betekent dit dat gemeenten bij ruimtelijke plannen het volgende moeten afwegen:

1. Is er behoefte aan een nieuwe ontwikkeling?
2. Kan bestaand stedelijk gebied of bestaande bebouwing worden hergebruikt?
3. Mocht nieuwbouw echt nodig zijn, dan moet altijd worden gezorgd voor een optimale inpassing en bereikbaarheid.

De Ladder en de motiveringseis betekenen dat bij nieuwbouwplannen overwogen dient te worden of er een behoefte is, welke (ruimtelijke) effecten in de bestaande (winkel)structuur optreden en of deze aanvaardbaar zijn. Daarbij geldt een sterke kwalitatieve argumentatie of de ontwikkeling gewenst is en bijdraagt aan het versterken van de winkelstructuur en consumentverzorging.

#### *Retailagenda*

Op initiatief van het ministerie van Economische Zaken is de retailagenda opgesteld. Een brede werkgroep is aan de slag met ruim twintig verschillende agendapunten en meer dan honderd retaildeals met stakeholders om het probleem van de oplopende winkelleegstand tegen te gaan en bestaande winkelgebieden gezond te houden. Ook Goes heeft een retaildeal getekend.

Vanuit de nationale Retailagenda heeft Platform31 in samenwerking met Het Expertteam Winkelgebieden de pilot Verlichte regels winkelgebieden met twaalf gemeenten uitgewerkt. In deze pilot is in Goes en in 11 andere winkelgebieden in Nederland geëxperimenteerd met het anders toepassen, wijzigen of schrappen van knellende regels. Het doel van de pilot was om het ondernemerschap en het vermogen tot innovatie van retailers en winkelgebieden te versterken. Onnodige regels die dit tegengaan werden opgespoord en aangepakt. De resultaten zijn eind 2016 gerapporteerd.

### ***Provinciaal detailhandelsbeleid***

In het Omgevingsplan Zeeland 2012-2018 en in de Verordening Ruimte is opgenomen dat alle stedelijke ontwikkelingen, inclusief detailhandel en wonen, moeten voldoen aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking, zie hiervoor.

Vanuit zorgvuldig ruimtegebruik, bundeling van functies en versterking van attractieve steden ziet de provincie kernwinkelgebieden als primaire vestigingsplaats voor detailhandel. Kernwinkelgebieden vervullen een belangrijke economische functie voor bewoners en toeristen en verdienen bescherming. In kernen zonder kernwinkelgebied is ruimte voor lokale detailhandel. Buiten bestaand bebouwd gebied zijn kleinschalige en aan het buitengebied gebonden vormen van detailhandel mogelijk.

Detailhandel ter ondersteuning van grootschalige dagrecreatieve voorzieningen ("leisure" zoals Zeelandhallen Goes, ZEP Middelburg en Skihal Terneuzen) is als kostendrager voor ontwikkeling toegestaan, mits inhoudelijk gerelateerd aan de voorziening en ondergeschikt qua omvang van het totale concept (regulier 5% van het bebouwde oppervlak en als uitzondering maximaal 20% bij ZEP Middelburg en Skihal Terneuzen).

Detailhandel in volumineuze of gevaarlijke goederen en detailhandel bedoeld voor laagfrequente, doelgerichte inkopen, zoals woon- en autobranche, doe-het-zelf, bruin- en witgoed, tuincentra is toegestaan op de aan de (binnen)stadsrand gesitueerde PDV-locaties. Inzet is verdere concentratie alleen op de locaties Zierikzee Boerenweg, Poortvliet-Noord, Goes Marconigebied, Middelburg Mortiere, Terneuzen Kennedylaan en Hulst Morres toe te staan. Branches in de dagelijkse boodschappen en recreatief winkelen horen niet op PDV-locaties thuis.

In de Economische Agenda 2016 is het volgende opgenomen: "Steden met goede voorzieningen en vitale binnensteden zijn belangrijk voor een aantrekkelijk woon- en leefklimaat. Ze leveren veel werkgelegenheid op, bovendien is een gevarieerd winkelaanbod onmisbaar voor het toerisme. De leegstand van winkels in binnensteden is een bedreiging. Het is een landelijk verschijnsel dat zich ook in Zeeland voordoet. Gemeenten staan aan de lat voor vitale binnensteden en leegstand in de detailhandel, maar het is beter dit probleem regionaal op te pakken en samen ruimtelijke keuzes te maken. Met de betrokken gemeenten werken we daarom aan een gezamenlijke visie op detailhandel in Zeeland. Daarnaast onderzoeken we hoe we met ons ruimtelijk beleid, vastgesteld in het Omgevingsplan, kunnen bijdragen aan een oplossing."

### **Retaildeal**

De provincie heeft met het ministerie van Economische Zaken een 'Retaildeal' ondertekend. De Provincie Zeeland zet vooral in op meer samenwerking tussen gemeenten, uitwisseling van ervaringen met nieuwe vormen van detailhandel en het delen van succesvolle methoden om leegstand aan te pakken.

### **Z4: Goes, Middelburg, Terneuzen en Vlissingen**

Ten behoeve van de agenda Stad heeft het stedennetwerk Z4 een agenda voor het versterken van de stedelijke aantrekkelijkheid van Zeeland opgesteld. De agenda benoemt thema's en concrete acties waaraan de Z4-steden als centrumstad in de regio samen met ondernemers, kennisinstellingen en onderwijs (willen) werken. Dit met het doel een bijdrage te leveren aan een sterk Zeeuws vestigingsklimaat. In het uitvoeringsprogramma is afgesproken dat elke stad verantwoordelijk is voor een thema. Gemeente Goes is verantwoordelijk voor het thema 'Aantrekkelijke binnenstad'. Binnen dit thema worden verschillende onderwerpen aangepakt die de kwaliteiten van de verschillende binnensteden kunnen verbeteren, zoals afstemming en promotie van evenementen, acquisitie, genereren en gebruiken van (klant)data en vernieuwend ondernemerschap.

### **Regio de Bevelanden**

In de regio de Bevelanden is Goes de stad waar in principe alle grootschalige detailhandel wordt gevestigd. Wanneer een vestiging in een van de andere plaatsen 'uit zijn jasje' groeit en dus op zijn huidige locatie niet meer past, dan is Goes (Marconistraat) de eerste aangewezen nieuwe plek.

### **Gemeente Goes**

In de Structuurvisie Goes #2040 (2012) is nog uitgegaan van groei van de detailhandel. Naar aanleiding van de nieuwe detailhandelsvisie zullen de betreffende paragrafen in de structuurvisie moeten worden aangepast.



## Bijlage 2: EER-Retail binnenstad en Marconistraat

### Inleiding

In deze bijlage leest u de analyse van de binnenstad van Goes en de Marconistraat. Deze detailhandelslocaties zijn middels de Economische Effectrapportage Retail (EER Retail) van Stec groep geanalyseerd. De resultaten zijn per locatie samengevat in een SWOT.

In deze bijlage leest u achtereenvolgens:

- Toelichting op het model EER Retail
- EER binnenstad Goes
  - Locatieprofiel binnenstad Goes
  - Uitwerking EER-scores
  - SWOT & positie in de levenscyclus voor retailgebieden
- EER Marconistraat Goes
  - Locatieprofiel binnenstad Goes
  - Uitwerking EER-scores
  - SWOT & positie in de levenscyclus voor retailgebieden

### Toelichting model EER Retail

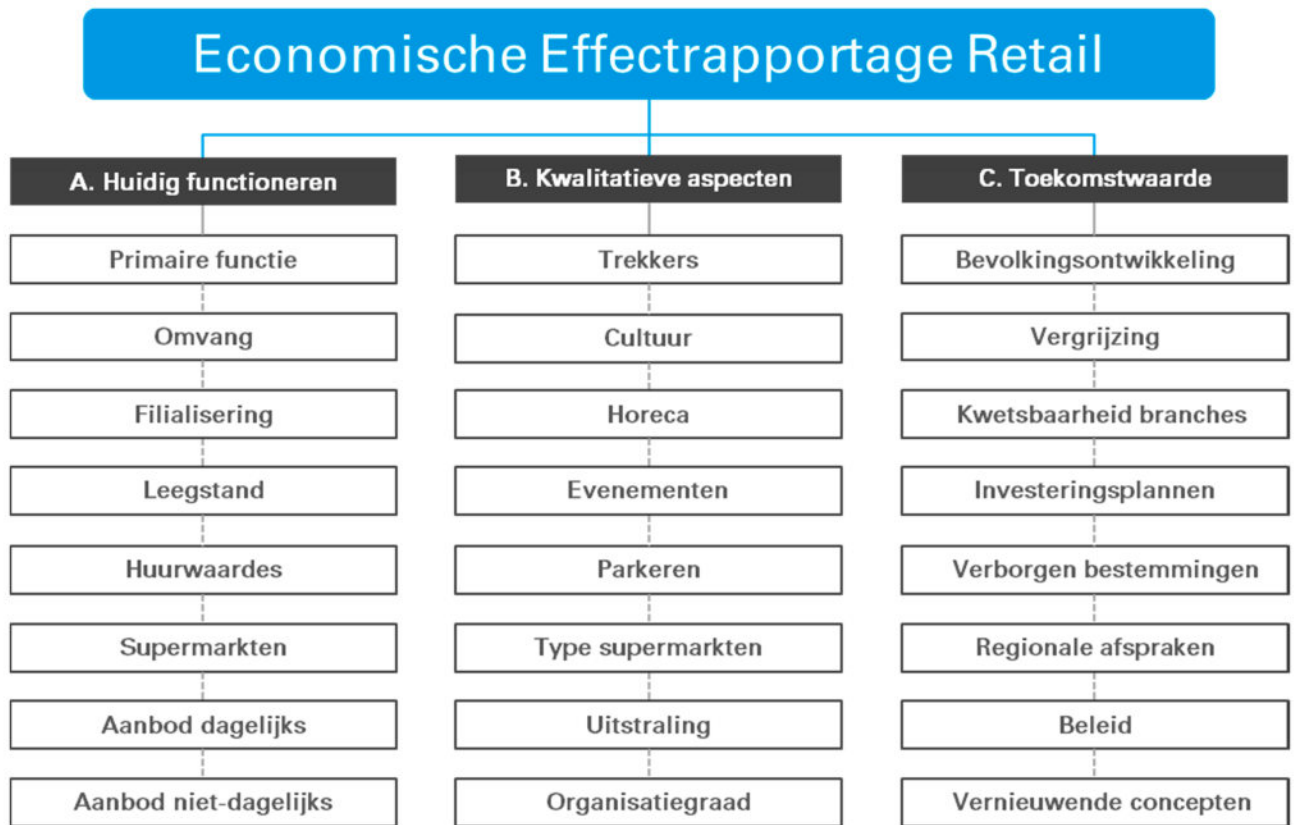
De EER Retail is door Stec Groep in eigen beheer ontwikkeld en daarna toegepast op veel winkelgebieden in Nederland. Tot nu toe zijn ruim 100 winkelgebieden doorgelicht met het model. Met deze tool kan objectief en robuust het (economisch) functioneren en perspectief van retailgebieden worden beschreven en beoordeeld. De beoordeling van een retailgebied gebeurt op basis van het type winkelgebied en de regio. Stec hanteert een indeling in 10 typen winkelgebieden en 3 regio's.

### Indeling type winkelgebieden en regio's

Type winkelgebieden		Indeling regio's
Centraal	Binnenstad	
	Hoofdwinkelgebied groot	
	Hoofdwinkelgebied klein	
	Kernverzorgend groot	
	Kernverzorgend klein	
Ondersteunend	Stadsdeelcentrum	
	Wijkcentrum groot	
	Wijkcentrum klein	
	Buurtcentrum	
	Supermarktcentrum	
Overig	Grootschalige concentratie	

Bron: Stec Groep obv typering Locatus

Figuur A: Model EER Retail - Hoofd- en subindicatoren



Een retailgebied wordt op drie hoofdindicatoren beoordeeld: huidig functioneren (A), kwalitatieve aspecten (B) en toekomstwaarde (C). Deze hoofdindicatoren bestaan uit verschillende subindicatoren. Een retailgebied wordt op de hoofdindicatoren A en B beoordeeld ten opzichte van een vooraf gestelde benchmark van vergelijkbare type winkelgebieden in vergelijkbare regio's (de binnenstad van Utrecht wordt vergeleken met andere binnensteden in de Randstad; een wijkwinkelcentrum in Groningen wordt vergeleken met andere wijkwinkelcentra in vergelijkbare regio's). Indicator C kijkt vooral naar de toekomstwaarde en kwetsbaarheid van het winkelgebied, op basis van onder meer bevolkingsontwikkeling en beleidsmatige aspecten.

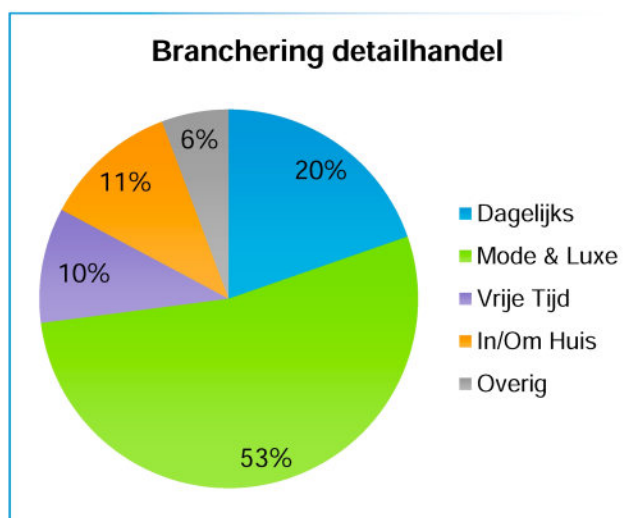
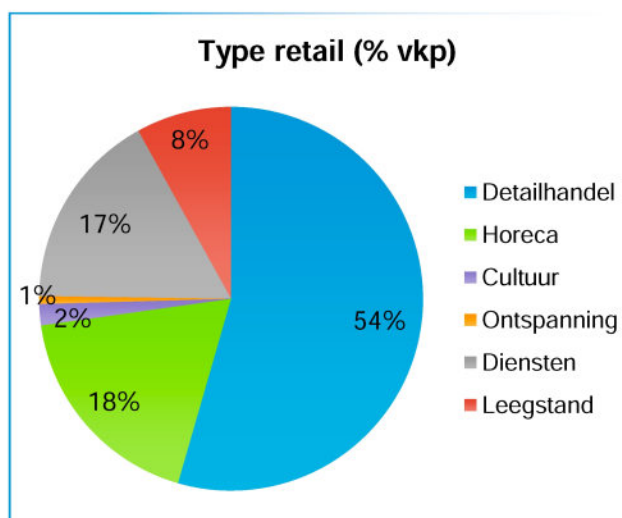
Per subindicator kunnen maximaal 2 punten toegekend worden. Wanneer een retailgebied op een subindicator gemiddeld scoort ten opzichte van dezelfde type winkelgebieden in vergelijkbare regio's, krijgt het 1 punt. Bij een betere score krijgt het 2 punten en bij een mindere score 0. Een score van 50% op een hoofdindicator betekent dus dat het winkelgebied gemiddeld presteert/functioneert ten opzichte van vergelijkbare winkelgebieden. Input voor de EER Retail vormen diverse bronnen en statistieken als Locatus, HBD, CBS, DTZ en Leegstandsbarometer DTNP.



## EER Binnenstad Goes (ex. Molenplein)

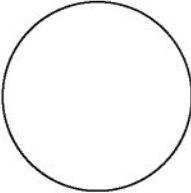
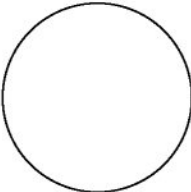
### Locatieprofiel

Kenmerk		Toelichting
Type winkelgebied		Hoofdwinkelgebied groot
Totaal wvo		46.221 m <sup>2</sup>
Leegstand		18,1%
Aantal verkooppunten	Detailhandel	243
	Totaal	480
Aantal inwoners	Gemeente Goes	37.150
	Centrum Goes	2.100
Bereik	Aantal inwoners binnen 5 kilometer	circa 35.000 – 40.000
	Aantal inwoners binnen 10 kilometer	circa 70.000

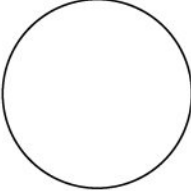


### Score EER: Binnenstad Goes

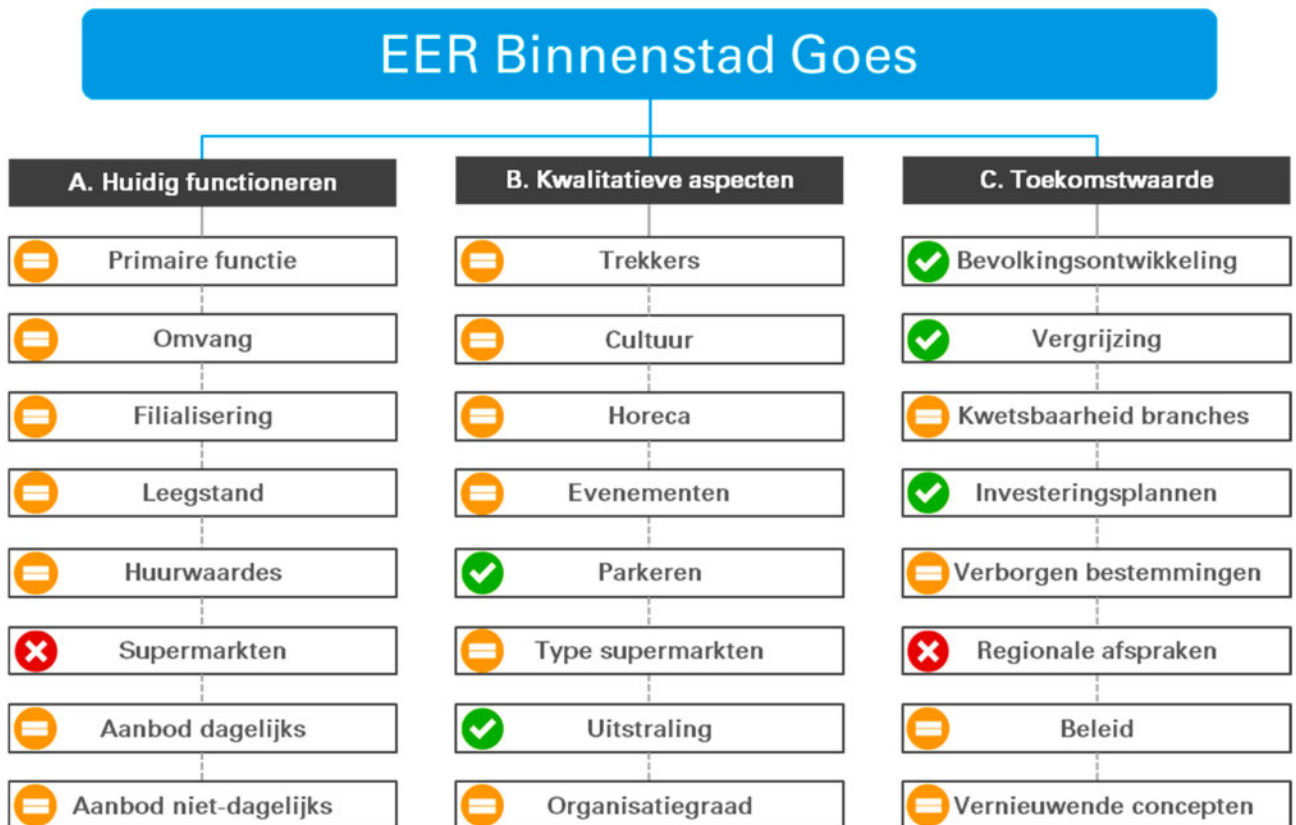
In onderstaande tabel hebben we de score van de binnenstad van Goes per hoofdindicator uitgewerkt.

Indicator	Score	Toelichting
<p>A. Huidig functioneren</p> 	44%	<ul style="list-style-type: none"><li>• De omvang (in winkelvloeroppervlak) van de binnenstad is voor Zeeuwse begrippen en gezien de omvang van Goes relatief groot.</li><li>• De filialiseringsgraad ligt in het centrum van Goes op circa 43%, dat is meer dan gemiddeld voor dit type winkelgebied. We zien dat er relatief weinig zelfstandigen zijn en dat vooral de bekende winkelketens aanwezig zijn in het straatbeeld.</li><li>• Wat opvalt is dat het dagelijkse segment wat minder aanwezig is. Er is wel een gemiddeld aantal supermarkten aanwezig, maar relatief weinig supermarktmeters. Bovendien vertrekt één van de supermarkten mogelijk. Het aanbod in het niet-dagelijkse segment is ruim voldoende.</li><li>• De huurwaardes in Goes liggen op een hoger niveau dan de rest van de regio en op vergelijkbaar niveau met Middelburg. De huurprijzen in deze steden liggen hoger dan bijvoorbeeld in Bergen op Zoom. De gemiddelde vraagprijs voor winkelruimte ligt in Goes rond de € 200 per vierkante meter per jaar.</li><li>• De leegstand in de binnenstad van Goes (19,5%) is hoger dan gemiddeld voor dit type winkelgebied (16,3%) en ook ruim boven frictieniveau. Het aantal horecavestigingen in het centrum is gemiddeld. Ten opzichte van vergelijkbare winkelgebieden zijn er relatief weinig restaurants en lunchrooms en relatief veel horeca in de sfeer van afhaal, fastfood en cafetaria."</li></ul>
<p>B. Kwalitatieve aspecten</p> 	61%	<ul style="list-style-type: none"><li>• Er is voldoende aanbod aan cultuur en ontspanning. Dit hangt ook sterk samen met de toeristische functie en het historische karakter van Goes.</li><li>• De binnenstad kent geen absolute trekkers (in winkelaanbod) die voor veel/extra traffic (kunnen) zorgen. De vraag is of een dergelijke absolute trekker in de toekomst zich wel in Goes zal vestigen. Wel kan de nieuwe horecazaak Slot Oostende (bierbrouwerij) als een trekker in de binnenstad gaan functioneren.</li><li>• In de binnenstad van Goes is sprake van betaald parkeren. Het aantal parkeerplekken lijkt voldoende.</li><li>• Op het gebied van uitstraling en verblijfskwaliteit scoort de binnenstad erg goed. Het centrum heeft veel karakter, identiteit en uitstraling. De Grote Markt vormt het middelpunt en is sfeervol met veel terrassen. De openbare ruimte ziet er verzorgd uit. Er is relatief weinig groen aanwezig, maar aan de randen wel veel water. De kwaliteit van het vastgoed verschilt per deelgebied. Rondom de markt is de kwaliteit goed, rond het voormalige V&amp;D-pand en het Kolveniershof is het matig.</li><li>• De organisatiegraad in de binnenstad zit op basisniveau. Er is nog geen BIZ aanwezig. Wel is er een winkeliersvereniging. Goes Marketing organiseert veel evenementen.</li></ul>
<p>C. Toekomstwaarde</p>	63%	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gemeente Goes heeft op dit moment circa 37.500 inwoners. De prognoses laten zien dat dit stijgt naar circa 39.500 in 2025. Dit is een groei van circa 5%, terwijl de bevolking in Zeeland naar verwachting ongeveer gelijk zal</li></ul>



	<p>blijven .</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Het percentage 65+ ligt in Goes rond 22%, gelijk aan Zeeland als geheel. Als we kijken naar de verwachte ontwikkeling van de vergrijzing verloopt deze in Goes gelijk aan Zeeland.</li> <li>• Als we kijken naar de kwetsbaarheid van branches voor internetverkoop, valt op dat er relatief veel modezaken in Goes zitten. Dit is een branche waar relatief veel internetaankopen worden gedaan vergeleken met de dagelijkse branche. Dit kan een bedreiging vormen voor fysieke modewinkels in de binnenstad van Goes in de toekomst.</li> <li>• Er is politiek/bestuurlijk aandacht voor detailhandel en de binnenstad. Er ligt al een actieplan voor de binnenstad en er wordt gewerkt aan een update.</li> <li>• Goes is aangesloten op de RetailDeal. Met het tekenen van een RetailDeal committeren partijen zich in een gemeente aan de uitgangspunten van de Retailagenda en verklaren zij actief mee te werken aan een toekomstgericht beleid voor detailhandel.</li> </ul>
---	---

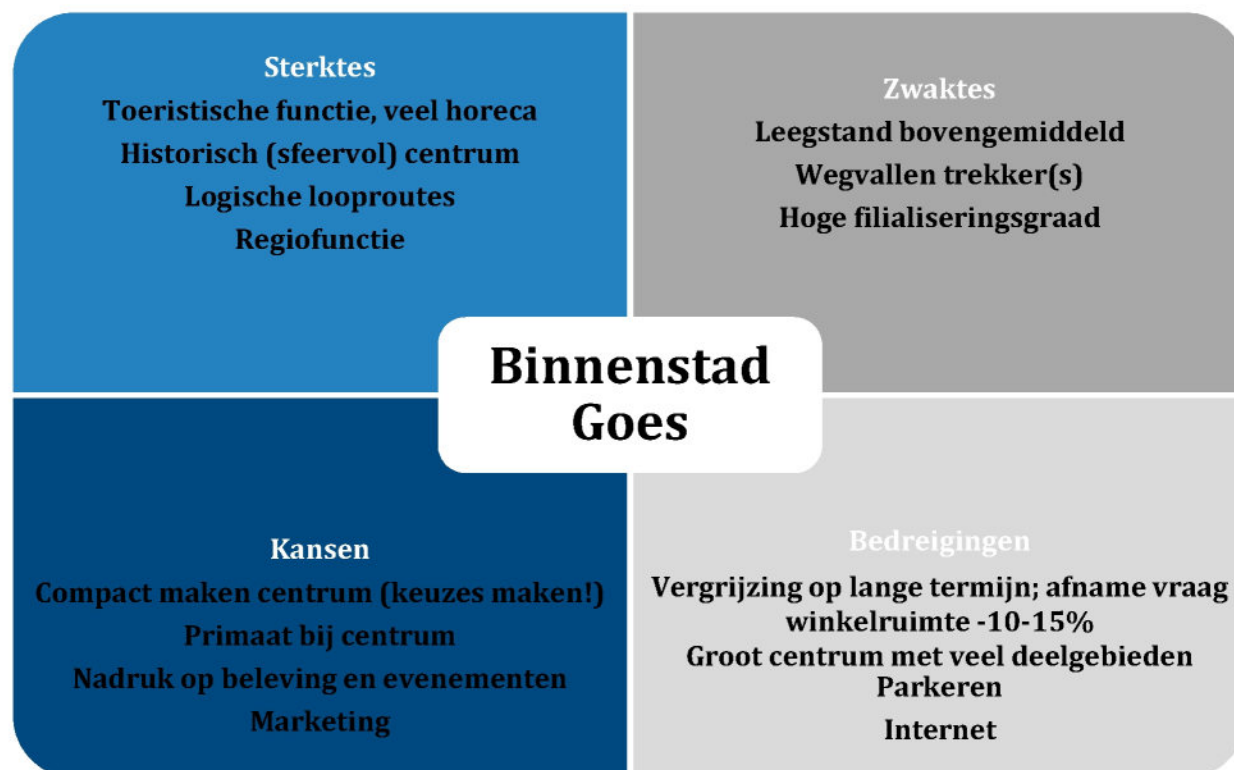
**Figuur B: Score binnenstad Goes per subindicator**



### SWOT-analyse

De resultaten van de EER vatten we samen in een SWOT-analyse van de binnenstad. In onderstaand figuur staat overzichtelijk weergegeven waar de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen liggen voor de binnenstad van Goes.

Figuur C: SWOT-analyse binnenstad Goes



**Positie van binnenstad Goes in de levenscyclus van retailgebieden**

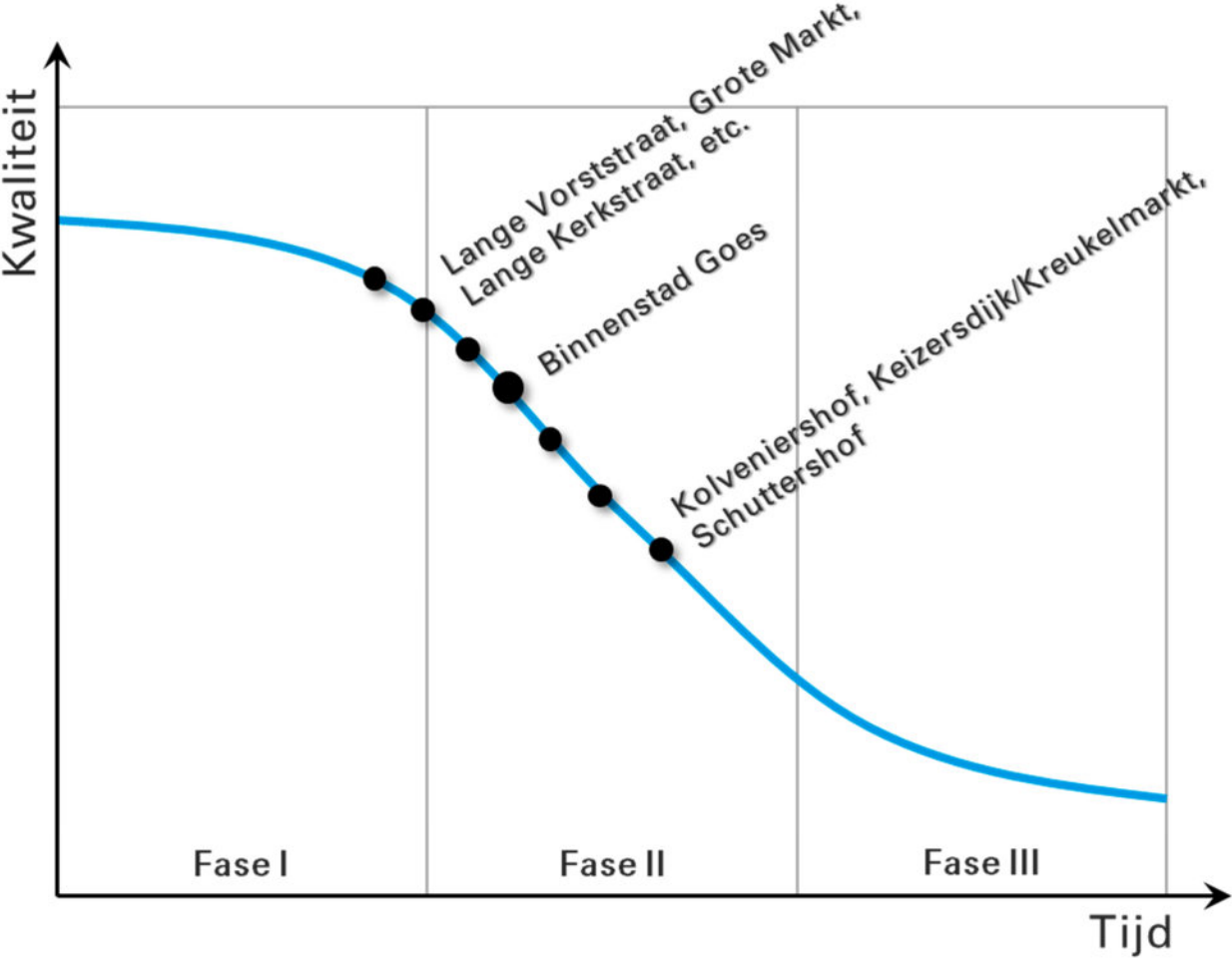
Grofweg kent de levensloop van een winkelgebied drie fasen. In fase 1 zijn er nauwelijks verouderingskenmerken, het gebied is up-to-date. Panden zien er netjes uit, de leegstand is laag; de locatie sluit goed aan bij de vraag. In fase 2 gaat de kwaliteit achteruit en ontstaan verouderingskenmerken. De locatie staat onder druk als winkelgebied. Leegstand neemt toe, waardes (moeten) dalen, maar de boekwaarde is vaak nog hoog. Grootschalig ingrijpen – zoals transformatie, schrappen van bestemmingsplancapaciteit – is in deze fase nog (te) kostbaar. In fase 3 begint het winkelgebied te verpauperen: winkeliers vertrekken massaal, investeerders blijven weg. Er is een negatieve spiraal. Structurele leegstand neemt toe, vastgoedwaardes dalen en zijn laag. Het gebied heeft weinig toekomstperspectief meer voor retail. Grootschalig ingrijpen, bijvoorbeeld transformatie naar andere functies, is nu financieel kansrijker.

We positioneren de binnenstad van Goes op basis van onze analyses in fase 2 van de levenscyclus. De binnenstad is een één van de belangrijkste winkellocaties in de regio/provincie en heeft een sterke aantrekkingskracht dankzij het historische en sfeervolle centrum. De binnenstad heeft daarmee een sterke (regionale) positie als detailhandelsgebied en functioneert in die zin ook goed. Tegelijkertijd zien we dat de leegstand hoog is en er trekkers zijn weggevallen in het centrum. Dit is een indicatie dat het gebied langzaam aan het afglijden is. Hoewel de binnenstad voldoende toekomstwaarde en marktpotentie heeft, is het belangrijk om nu goede keuzes te maken in de binnenstad om verder afglijden te voorkomen.

Binnen de binnenstad van Goes zien we verschillen in (economisch) presteren tussen deelgebieden. Het kernwinkelgebied rond straten en pleinen als de Grote Markt en Lange Vorststraat functioneert goed. Vastgoedwaardes staan hier minder onder druk dan op andere plekken. Plekken als de Schuttershof/Kreukelmarkt hebben belangrijke winkels verloren waardoor vastgoedwaardes juist sterk onder druk komen en ook de 'traffic' in het gebied wegvalt. Het zijn met name de aanloopstraten en de gebieden aan de rand van de binnenstad die kwetsbaar zijn.



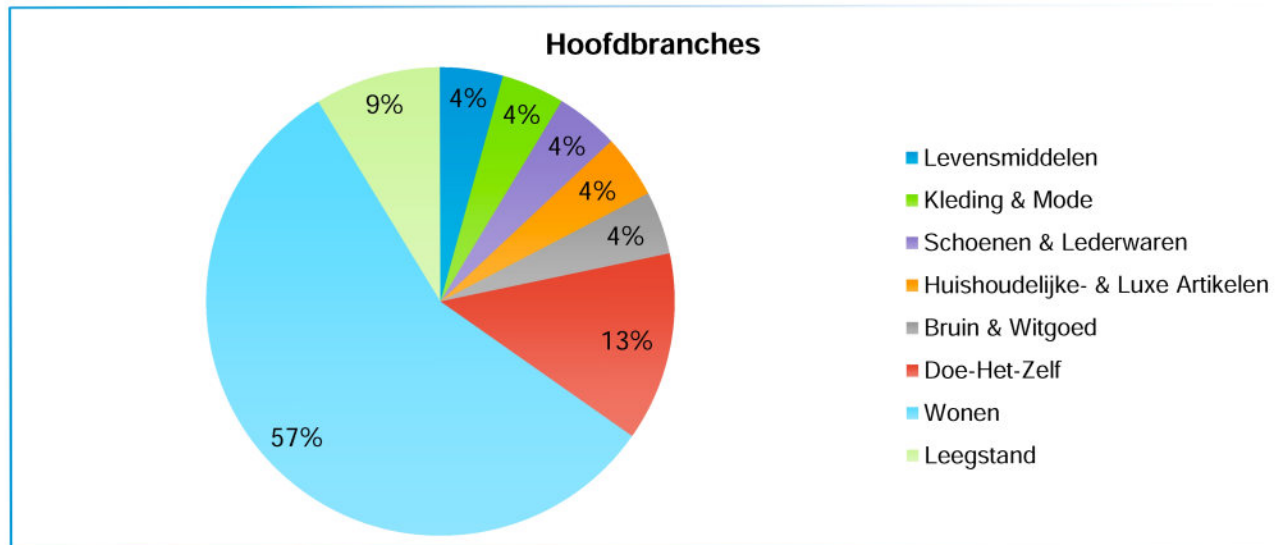
Figuur D: Binnenstad Goes in de levenscyclus voor retailgebieden



## EER Marconistraat

### Locatieprofiel




Kenmerk		Toelichting
Type winkelgebied		Grootschalige concentratie
Totaal wvo		32.785 m <sup>2</sup>
Leegstand		12,8%
Aantal verkooppunten	Detailhandel	23
	Totaal	24
Aantal inwoners	Gemeente Goes	37.150
Bereik	Aantal inwoners binnen 5 kilometer	circa 42.000
	Aantal inwoners binnen 10 kilometer	circa 72.000



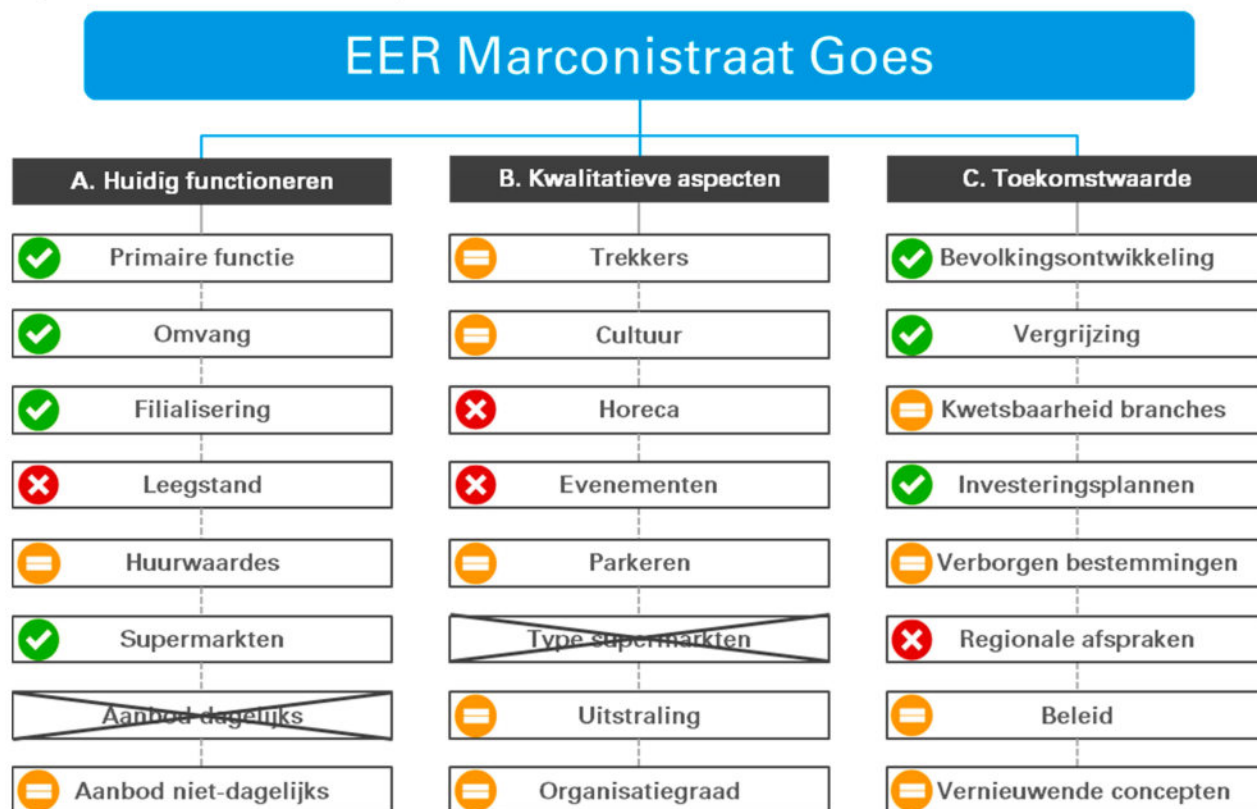


## Score EER: Marconistraat Goes

In onderstaande tabel hebben we de score van de Marconistraat per hoofdindicator uitgewerkt.

Indicator	Score	Toelichting
<p>A. Huidig functioneren</p> 	64%	<ul style="list-style-type: none"><li>• De omvang (in winkelvloeroppervlak) van de Marconistraat is groot ten opzichte van andere grootschalige concentraties in vergelijkbare regio's (32.785 m<sup>2</sup> wvo ten opzichte van 26.040 m<sup>2</sup> wvo gemiddeld).</li><li>• De filialiseringsgraad ligt met 72% hoog. Voor dit type locatie is het van belang om bekende (inter)nationale ketens te huisvesten om voldoende publiek te trekken.</li><li>• Wat opvalt is dat de Marconistraat een gemengde locatie is, waar eigenlijk alle branches wel vertegenwoordigd zijn. De locatie is niet ingericht rondom één thema, zoals een woonboulevard. Er is een supermarkt (Jumbo) aanwezig.</li><li>• De huurwaardes op de Marconistraat liggen op een gelijk niveau met vergelijkbare locaties in de regio.</li><li>• De leegstand op Marconistraat (12,8%) is veel hoger dan gemiddeld voor dit type winkelgebied (7,3%) en ook ruim boven frictieniveau.</li></ul>
<p>B. Kwalitatieve aspecten</p> 	38%	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hoewel Marconistraat een gemengde detailhandelslocatie is, is het aanvullende aanbod beperkt. Er is geen horeca of leisure aanwezig, functies die voor dit type locaties juist versterkend kunnen werken. Denk aan een foodcourt (McDonald's, etc.) of een speelparadijs. Er is dus weinig functiemenging op Marconistraat.</li><li>• De Marconistraat kent geen absolute doelgerichte trekker (in de vorm van bijvoorbeeld een IKEA). Wel zijn er andere vestigingen aanwezig die trekkracht hebben zoals Jumbo.</li><li>• Op Marconistraat is sprake van betaald parkeren. Het aantal parkeerplekken is voldoende.</li><li>• De uitstraling van het vastgoed in het gebied is enigszins gedateerd. De openbare ruimte ziet er verder verzorgd uit, maar de infrastructuur is hier en daar onlogisch (bijvoorbeeld het fietspad bij de rotonde richting Marconistraat).</li><li>• De leegstand in het gebied komt op beeldbepalende plekken voor, wat de uitstraling van het gebied niet ten goede komt.</li></ul>
<p>C. Toekomstwaarde</p> 	64%	<ul style="list-style-type: none"><li>• Gemeente Goes heeft op dit moment circa 37.500 inwoners. De prognoses laten zien dat dit stijgt naar circa 39.500 in 2025. Dit is een groei van circa 5%, terwijl de bevolking in Zeeland naar verwachting ongeveer gelijk zal blijven .</li><li>• Het percentage 65+ ligt in Goes rond 22%, gelijk aan Zeeland als geheel. Als we kijken naar de verwachte ontwikkeling van de vergrijzing verloopt deze in Goes gelijk aan Zeeland.</li><li>• Perifere detailhandelslocaties bieden veel producten aan die ook makkelijk verkrijgbaar zijn via internet. De kwetsbaarheid is daarmee relatief groot. Daar wordt op ingespeeld door de consument te laten 'beleven' en 'ervaren' (zoals zogenaamde 'experience centers'). Daar ligt voor Marconistraat dan ook de uitdaging. Voordeel voor Marconistraat is dat het niet leunt op één specifiek segment, maar een breed aanbod kent.</li></ul>

Figuur E: Score Marconistraat per subindicator



**SWOT-analyse**

De resultaten van de EER vatten we samen in een SWOT-analyse van de Marconistraat. In onderstaand figuur staat overzichtelijk weergegeven waar de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen liggen voor de Marconistraat.

Figuur F: SWOT-analyse Marconistraat Goes





### **Positie van Marconistraat in de levenscyclus van retailgebieden**

We positioneren Marconistraat op basis van onze analyses in fase 2 van de levenscyclus. Marconistraat heeft een centrale ligging in de regio en is goed bereikbaar. Het heeft voldoende (levensvatbare) omvang en een gemengd profiel, waardoor de toekomstwaarde van het gebied goed is. Tegelijkertijd zien we een te hoge leegstand en relatief veel verouderd vastgoed. Bovendien komt de leegstand voor op beeldbepalende plekken. De locatie is daarmee inmiddels afgegleden in fase 2. Ingrepen zijn nodig om de ruimtelijke kwaliteit van de locatie te verbeteren en het profiel te verbreden en versterken (met andere functies als horeca en leisure).

**Figuur G: Marconistraat in de levenscyclus voor retailgebieden**

