

Visie profilering Leeuwarder binnenstad, de Centrale en WTC-ontwikkeling

Inhoudsopgave

1. Inleiding
2. Detailhandelsbeleid en –ontwikkelingen
 - 2.1 Visie 2014/2017
 - 2.2 Ontwikkeling Leeuwarden
 - 2.3 Koopstromenonderzoek
3. Positionering , profilering en richtbeeld bezoekers per verzorgingsgebied
 - 3.1. Binnenstad
 - 3.2. Ontwikkeling WTC
 - 3.3. De Centrale
 - 3.4. Samengevat Beeld
4. Uitvoering
 - 4.1. Organisatie en samenwerking
 - 4.2. Promotie en marketing
 - 4.3. Bereikbaarheid en verbindingen
 - 4.4. Parkeren
 - 4.5. Programma Binnenstad

Bijlagen

1. Demografische & detailhandel gegevens Leeuwarden
2. Gebiedsontwikkeling WTC e.o.
3. Functionele mogelijkheden locatie WTC e.o.
4. Factsheet WTC gebiedsontwikkeling

d.d. 19-09-2018

1. Inleiding

De gebiedsontwikkeling WTC is een toevoeging van een nieuw gebied met bestaande en nieuwe verzorgende functies, die een duidelijke aanvulling vormt op het bovenregionale aanbod van de stad. Tegelijkertijd moet het duidelijk zijn wat hier ook voor de toekomst de ontwikkelingsmogelijkheden zijn. Hoewel er geen fundamentele verandering wordt voorzien in de functies en het profiel van de Binnenstad en de Centrale is het noodzakelijk om met de komst van een belangrijk derde bezoek- en verblijfslocatie meer expliciet te maken waar deze gebieden qua profilering voor staan en hoe ze zich onderling verhouden. Temeer ook omdat de aanbevelingen uit het koopstromenonderzoek 2017¹ o.m. aandringen op versterking van het onderscheidend vermogen, het belang van samengaan met ondersteunende horeca onderstrepen en aandacht vragen voor kwaliteit van het aanbod en het verblijfsmilieu.

Doel van de profilering is zoveel mogelijk complementariteit en synergie in functies, profielen en bezoekers te bewerkstelligen bij het ontwikkelen van commerciële functies en voorzieningen in de drie belangrijkste bezoek- en verblijfsgebieden in de stad. De visie vormt de leidraad voor de inzet van de gemeente ten aanzien van detailhandel en horeca in deze gebieden en daarmee ook voor het opstellen en uiteindelijk vaststellen van het bestemmingsplan voor het WTC gebied. Ook vormt het input voor het planologisch beleid ten aanzien van de Binnenstad en de Centrale en voor de herijking van de gemeentelijke visie op detailhandel. Voor de actualisering van de Detailhandel structuurvisie zijn o.m. nadere onderzoekgegevens nodig over vastgoedposities en binnenstedelijke herontwikkelingslocaties, gemeentelijke koopstromenonderzoeken voor de belangrijkste (wijk) winkelcentra en over de actualiteit van vigerende bestemmingsplannen.

Beoogd is de ontwikkeling van de drie genoemde gebieden voor een periode van 5-10 jaar te positioneren en te profileren, met draagvlak van de georganiseerde ondernemers van de Binnenstad en de ontwikkelaars van de Centrale en WTC.

¹Koopstromenonderzoek Provincie Fryslan 2017 Broekhuizen Rijsadvisering

2.Detailhandelsbeleid en -ontwikkelingen

2.1 Detailhandel structuurvisie

De gemeentelijke detailhandel structuurvisie dateert van 2014 en is in 2017 aangepast op het punt van de vestiging van supermarkten.

Vooruitlopend op de inwerkingtreding van de Omgevingswet per 2021, zal in 2019/2020 een gemeentelijke omgevingsvisie opgesteld worden. Dat is een strategische visie voor de langere termijn op de fysieke leefomgeving en bevat de hoofdlijnen van de visies op diverse deelterreinen, zoals verkeer en vervoer, economie, milieu, volkshuisvesting én detailhandel. Logisch is het om in dat verband een detailhandelsvisie op te stellen, c.q. te actualiseren. Daarbij zal een check plaatsvinden van alle bestemmingsplannen met betrekking tot de mogelijkheden voor centrumfuncties / detailhandel in relatie tot de invoering van de Omgevingswet. De positionering en profilering van Binnenstad, Centrale en WTC gebied zal worden vastgelegd voor verdere uitwerking in bestemmingsplannen c.q. het omgevingsplan.

Actualisering is ook gewenst om zicht te krijgen op het perspectief van winkelgebieden in termen van groei en krimp, vooral ook omdat het voorzieningenniveau in wijken en dorpen een hoeksteen van het gemeentelijk beleid is. Hiervoor zal betrekkelijk gedetailleerd koopstromenonderzoek moeten plaatsvinden om eventuele keuzes te maken tussen kansrijke en kansarme winkelgebieden. Dat geldt ook voor het vormgeven om tot een compacter kernwinkelgebied te komen in de binnenstad en voor de ontwikkeling en perspectief van perifere detailhandel als cluster. De samenhang met de ontwikkeling van horeca wordt daarbij betrokken. Tevens moet inventarisatie plaatsvinden van de kwaliteit van de winkelgebieden in relatie tot de openbare ruimte.

Op de achtergrond speelt tenslotte branche- en clustervervaging. De gedachte dat de consument in vast omlijnde branches denkt en doet, wordt steeds meer losgelaten. Veel formules ontlenen hun bestaansrecht immers ook aan een mix van artikelgroepen en diensten waardoor vaste typeringen steeds minder opgaan. De vervaging van branchegrenzen wordt ook genoemd in het eerder aangehaalde rapport “Kiezen of delen, Beleid op maat voor perifere detailhandel”. Een en ander pleit voor het verder vorm geven van positionering en profilering van winkel en verblijfsgebieden.

2.2. Verzorgingsstructuur en ontwikkelingen

In een gezonde regionale verzorgingsstructuur zijn verzorgingsgebieden van meer dan lokaal belang ten opzichte van elkaar gepositioneerd om consumenten optimaal te kunnen bedienen van een goed winkel-, horeca- en Leisure aanbod. In Leeuwarden gaat het om 3 gebieden die een bovenregionale functie vervullen: de binnenstad, de Centrale en WTC-ontwikkeling.

Onder bovenregionaal wordt verstaan:

Door de omvang en kwaliteit van het voorzieningenpakket, bestaande uit een menging van functies (detailhandel, horeca, cultuur, leisure en dienstverlening) en sfeer, oefent een verzorgend centrum een brede aantrekkingskracht uit op bezoekers vanuit de regio en daarbuiten. Is hiervan sprake, dan wordt dit gerekend tot een bovenregionaal verzorgingsgebied.

In de verzorgingsstructuur in de stad heeft concentratie van voorzieningen van bovenregionaal belang de voorkeur. Het gaat dan om clustering van detailhandel, horeca en leisure op een beperkt aantal locaties. In het gemeentelijk beleid (detailhandels structuurvisie, horecanota) krijgt dat vorm via hiërarchie, gebiedsconcentratie en branchering. Concentratie heeft een groot aantal voordelen, zoals:

- grotere aantrekkingskracht op de consument, door breder en dieper aanbod;
- betere economische basis voor ondernemers door grotere reikwijdte en synergie;
- bevordering herkenbaarheid en onderscheidend vermogen;
- meer combinatiebezoek;
- betere sturingsmogelijkheden;
- lokt investeringen uit doordat hiermee een zekere schaarste van locaties wordt gecreëerd, die levensvatbaar zijn.

Het versterken van de bestaande identiteit en de positionering van de verzorgingsgebieden ten opzichte van elkaar is uitgangspunt voor de gemeente, binnenstadondernemers en de ontwikkelaars van de Centrale en WTC. Dit betekent de juiste functie op de juiste plek voor de consument, waarbij wordt gestreefd naar onderscheid en complementariteit van gebieden om zo de (boven) lokale en regionale aantrekkingskracht te versterken en combinatiebezoek tussen verzorging- en verblijfsgebieden onderling te bevorderen.

In het rapport “Kiezen of delen, Beleid op maat voor perifere detailhandel” van belang². Hierin wordt gesteld dat perifere concepten relatief kwetsbaar zijn. De druk vanuit de markt voor het ontwikkelen van perifere winkelconcepten en het oprekken van branchegrenzen is groot. Veel perifere locaties hebben, bij brancheverruiming, goede marktpotenties (met name runshoppingcentra en perifere boodschappen/gemak centra). Zonder heldere keuzes zullen marktpotenties echter versnipperen en verdeeld worden over diverse centrumgebieden en perifere locaties. In veel gevallen zal perifere vestiging makkelijker zijn dan (her)ontwikkeling in of rond een bestaand centrum, waardoor nieuwe centrumprojecten minder snel van de grond komen.

Perifere concentraties zullen zonder keuzes (verder) ‘vertroebelen’, waarbij marktpotenties worden verdeeld over (te) veel perifere locaties, met elk (te) weinig attractiviteit. Een kwart van de bezoekers aan de Binnenstad doet aan een combinatiebezoek. Ruim 30% van de bezoekers aan De Centrale doet een combinatiebezoek.³ Combinatiebezoek tussen perifere en centrumgebieden is hoger als de binnenstad aantrekkelijk is. Andere factoren zijn de fysieke afstand en de zichtbaarheid van het centrum.

Ruwweg de helft van de bezoekers die primair naar een (groot) centrumgebied komen om te winkelen, combineren dat met horecabezoek. Vooral voor horeca met een dag functie zoals een lunchroom of koffiebar heeft dit een positief effect. Ze maken het verblijf aangenamer en creëren daarnaast de mogelijkheid om rustmomenten in te bouwen. Hierdoor wordt de verblijfsduur verlengd en wordt er meer geld uitgegeven. Restaurants hebben voornamelijk een avondfunctie en werken niet zozeer versterkend als wel aanvullend op de winkelfunctie. De vraag naar horeca is dus voor een groot deel afhankelijk van de overige functies in het gebied. Ook treden er synergievoordelen op tussen entertainment en horeca. Circa een derde van de bezoekers met als

² kiezen of delen, beleid op maat voor perifere detailhandel (DNTP in opdracht van Hoofdbedrijfscap detailhandel ca), droogh trommelen en partners 2010)

³ bron: detailhandelsmonitor Leeuwarden 2012

bezoekmotief 'entertainment' bezoeken ook winkels en/of horeca. Omgekeerd maken bezoekers met een primair bezoekmotief 'horeca' of 'detailhandel' slechts sporadisch (< 10%) gebruik van entertainmentvoorzieningen.⁴

In bijlage 1 wordt het beeld voor Leeuwarden weergegeven ten aanzien van demografische ontwikkeling en detailhandel aanbod, alsmede gegevens over het aanbod voor Leeuwarden en de drie gebieden met een bovenregionale verzorgingsfunctie

⁴ Bron: behoefte retail & leisure Feyenoord City op basis van Het economisch belang van leisure en de rol van leisure in gebiedsontwikkeling (2009), Bureau Stedelijke Planning in opdracht van NVM Business

2.3 Specifieke aanbevelingen Koopstromenonderzoek Fryslân 2017

Voor een totaal overzicht van bestaand aanbod (kwantitatief en kwalitatief) koopkrachtbinding, consumentenbeleving en inzicht in leegstand voor Leeuwarden en Fryslân wordt verwezen naar “Koopstromenonderzoek Provincie Fryslân 2017”. De belangrijkste aanbevelingen uit het onderzoek in dit verband zijn de volgende.

“De kwaliteit en attractiviteit van winkelgebieden zal de mogelijkheid van aankopen via het internet het hoofd moeten bieden. Kijken, vergelijken en kopen wordt steeds eenvoudiger thuis op de bank. Voor alle winkelgebieden geldt dat het onderscheidend vermogen van de centra veel sterker zal moeten worden neergezet; de consument is juist daar naar op zoek.”

Gemeente breed

- Het verdient aanbeveling om iedere vijf jaar vanuit de eigen gemeente samen met de regio een afgestemde regionale detailhandelsvisie op te stellen. De regio kan nader worden bepaald. De afbakening van de winkelgebieden op regionale basis biedt duidelijkheid en zekerheid aan ondernemers, beleggers en pandeigenaren;
- Het verdient aanbeveling om, samen met de ondernemers in het centrum, het onderscheidend vermogen van het centrum verder te benoemen en te versterken;
- Beperkte toevoeging van winkelmeters alleen daar toe staan waar sprake is van een kwalitatieve verbetering van het winkelgebied en binnen een afgebakend bestaand winkelgebied;
- Kom tot regionale afstemming van detailhandelsbeleid om tot een duidelijke afbakening van winkelgebieden te komen.

Binnenstad

- De functie van het centrum van Leeuwarden is bovenregionaal verzorgend. Op basis van deze functie dient het centrum zich verder te ontwikkelen: een aantrekkelijk winkelcentrum met een onderscheidend karakter en een volledig dagelijks en niet-dagelijks aanbod (afgestemd op de regionale positie in het Noorden van het land). Horeca, leisure, dienstverlening en mixfuncties (blurring concepten) versterken de positie van het centrum en dienen volledig te worden ondersteund.

De Centrale

- De Centrale heeft zich de afgelopen periode doorontwikkeld tot een regionaal verzorgend winkelcentrum. De Centrale is enerzijds aanvullend aan de positie van de binnenstad maar ook concurrerend. Het is gewenst om de toekomstige positie van beide centra als ondersteunende centra te gaan benoemen;
- Een gezamenlijke marketingstrategie van de binnenstad en de Centrale zou als volgende stap ontwikkeld kunnen worden.

3. Positionering , profilering en richtbeeld bezoekers per verzorgingsgebied

3.1 Binnenstad

Locatiekenmerken

- Centrumlocatie met goede OV- (bus- en treinstation), fiets-, en autobereikbaarheid en ruime parkeervoorzieningen (kwantitatief en kwalitatief)
- Aanwezigheid van culturele en/of ruimtelijke meerwaarde (historisch, architectuur, grachten)
- Beleving en ontmoeting
- Compact, dwaalmilieu
- Kleinschalige winkelfuncties (verkoopoppervlakten)

Type voorzieningen

De binnenstad is het visitekaartje van Leeuwarden. Het moet voelen als de huiskamer en ontmoetingsplek van de stad. Een plek waar mensen shoppen, ontspannen, lekker eten en drinken (op een terras) en kunnen genieten van alles wat de stad te bieden heeft.

Met gevarieerd en gemengd aanbod trekken we zowel lokale consumenten als consumenten van buiten de stad aan. Ook vanuit toeristisch perspectief is een aantrekkelijk aanbod van winkels en andere voorzieningen zoals horeca, leisure en cultuur in de binnenstad essentieel (mix van historische binnenstad, water, cultuur, evenementen en beleving)

Een pakket dat zich kenmerkt door een menging van allerlei functies gericht op het bezighouden en vermaken van de consument.

Optimale shopping omgeving, compact, herkenbaar, toegankelijk, met een hoge penetratiegraad (de bezoekers bezoeken een groot gedeelte van de binnenstad) en drukke passantenpatronen. De aanloopstraten mogen nadrukkelijk een 'gekleurd karakter' hebben.

Doelgroepen

- Inwoners Leeuwarden, inwoners regio, toeristische/recreatieve bezoekers en zakelijk toerisme

Aanbod (compleet)

- Leisure (compleet aanbod, zij het dat voor grootschalige ontwikkeling en vestiging in de binnenstad sprake is van fysieke beperkingen en relatief hoge kosten)
- Dagelijkse en niet dagelijkse artikelen
- Horeca (compleet aanbod, zij het dat voor grootschalige ontwikkeling en vestiging in de binnenstad sprake is van fysieke beperkingen en relatief hoge kosten)
- Cultuur
- Dienstverlening en zorg
- Maatschappelijk
- Onderwijs

Richtbeeld

Leeuwarden ontwikkelt de binnenstad als een vitale kwaliteitsplek voor ontmoeting, verblijf, beleving en vermaak, met als leidende doelgroep voor ontwikkeling van het aanbod: toeristen en regiobezoek.

3.2 Ontwikkeling WTC

Locatiekenmerken

- Stadsrandlocatie met goede bereikbaarheid met de auto en ruime (gratis/goedkope) parkeervoorzieningen (beperkte OV-bereikbaarheid)
- Functioneel van opzet
- Compact en overzichtelijk, géén dwaalmilieu
- Grootchalige winkelfuncties (grote verkoopoppervlakten)

Type voorzieningen

Een multifunctioneel sport en beurscomplex, geschikt voor grootschalige sportbeoefening en beurs- en evenementenbezoek. De ontwikkeling van beurzen en (indoor)evenementen nieuwe stijl gaat hand in hand met grootschalig Leisure aanbod, (beperkt) detailhandel met ondersteunende fastservice horeca. Combinatie met bestaande hotel en congresvoorzieningen. Doelgerichte aankopen, geen verblijfboommerk. Hoofdthema sport, evenementen & Leisure, aanbieders met een sterke relatie met sport en sportactiviteiten. Extra aanvulling: maatschappelijke functies, zoals onderwijs. Zie ook bijlagen 3 en 5.

Doelgroepen

Doelgericht bezoek: inwoners Leeuwarden en regio, sport- en recreatieve bezoekers (beurzen, evenementen, leisedome en zakelijk toerisme).

Aanbod

- Leisure (specifiek voorzieningen ten aanzien van schaatsen en voetbal en bestaande voorzieningen ten aanzien van beurzen, casino en te ontwikkelen voorzieningen waaronder ook een bioscoop)
- Horeca, met bestaande voorzieningen ten aanzien van hotel en restaurant en te ontwikkelen voorzieningen ten aanzien van ondersteunende horeca en fastservice
- Dagelijkse (supermarkt) en niet dagelijkse artikelen (accent op sport)
- Dienstverlening en zorg
- Maatschappelijk
- Onderwijs

Richtbeeld

Sport, leisure, beurzen en (indoor)evenementen zijn de beeldbepalende elementen die de koers van de ontwikkeling en het profiel van bezoekersgroepen en het daaraan gerelateerde verblijfsklimaat bepalen.

3.3 De Centrale

Locatiekenmerken

- Aan rand van centrum gelegen locatie en goede bereikbaarheid met de auto en (gratis) 1400 parkeerplaatsen (beperkte OV-bereikbaarheid)
- Functioneel van opzet
- Compact en overzichtelijk, géén dwaalmilieu (verblijfboommerk)
- Grootchalige winkelfuncties (grote verkoopoppervlakten)

Type voorzieningen

Geprofileerd en gebrancheerd 'PDV/GDV-aanbod' en met ondersteunende horeca (winkelpark).

Grote verkoopoppervlakten voor doelgerichte aankopen. Hierbij kan ook gedacht worden aan winkels op het gebied van spel en outdoor, die de consument de mogelijkheid bieden om hun assortiment ter plekke te testen. Momenteel geen dagelijks aanbod, maar alleen detailhandel die qua volumineuze aard van de goederen, gevaar en hinder of dagelijkse bevoorrading niet meer goed inpasbaar is in de bestaande winkelcentra.

Doelgroepen/consumenten

Doelgericht bezoek: inwoners Leeuwarden en regio

Aanbod

- Niet dagelijkse artikelen (accent op 'in en om huis' en vrije tijd)
- Leisure (ondersteunend aan winkelfunctie)
- Horeca (bestaande voorzieningen ondersteunend aan winkelfunctie)

Richtbeeld

De ontwikkeling van de Centrale is ingegeven door doelgerichte boodschappen (accent GDV) in combinatie met kleinschalige winkel ondersteunende horeca.

3.4 Samengevat beeld

	Detailhandel (niet dagelijks)	Detailhandel (dagelijks)	Horeca	Leisure
Binnenstad				
Typering Kwaliteitsplek voor ontmoeting, verblijf, beleving en vermaak en bijzondere niet dagelijkse artikelen	Compleet aanbod	Compleet aanbod	Compleet aanbod	Compleet aanbod toegestaan
Branchering	Nee	Nee	Ja, in de vorm van horeca categorieën	Nee
Maximum aan volume	Nee	Nee	Nee	Nee
De Centrale				
Typering Regiocentrum voor doelgerichte niet dagelijkse artikelen	Grootschalig	Niet toegestaan	Ondersteunend	Beperkt
Branchering	Ja	n.v.t.	Ja, in de vorm van horeca categorieën	Ja
Maximum aan volume	42.000m ²	n.v.t.	max 2850 m ²	Max 2500 m ²
Ontwikkeling WTC				
Typering Regiocentrum voor sport, leisure, beurzen en (indoor) evenementen	Grootschalig	Grootschalig	Ondersteunend	Compleet aanbod
Branchering	Ja	Alleen supermarkten	Ja, in de vorm van horeca categorieën	Nee
Maximum aan volume	5.000 m ²	7.000 m ²	7.000 m ²	Nee

4. Uitvoering

Uitvoering van de voorgestane profilering vergt een flankerende inzet op organisatie en samenwerking, promotie en marketing, bereikbaarheid en verbindingen, parkeren en het programma binnenstad.

4.1 Organisatie en samenwerking

Met het georganiseerd bedrijfsleven in de Binnenstad, de ontwikkelende partijen van de Centrale en het WTC gebied is afgesproken gezamenlijk vorm te geven aan de profilering en positionering, waarvan het stramien in deze visie is vastgelegd in de periode tot 2022. De winkeliersvereniging de Centrale en de betrokken ontwikkelaar zijn op dit moment met het BML en de Federatie in gesprek over gezamenlijke promotie en marketing van Centrale en Binnenstad. De ontwikkelaar van het WTC-gebied en WTC expo willen hierbij aansluiten.

Daarnaast kent Leeuwarden een Ondernemersfonds waaruit jaarlijks ondersteunende activiteiten bekostigd kunnen worden. Toedeling van budgetten vindt plaats door het LOF (Leeuwarder Ondernemers Fonds). Betrekkelijk recent is de Federatie van Ondernemersverenigingen opgericht om samenwerking tussen het georganiseerde bedrijfsleven en belangenbehartiging te bevorderen. Voor de Binnenstad worden de belangen behartigd door het Binnenstad Management Leeuwarden (BML), die ook het platform is van zeven winkeliersverenigingen in de binnenstad.

4.2 Promotie en marketing

In het kader van de aanloop naar Culturele Hoofdstad 2018 zijn de afgelopen jaren de marketinginspanningen van ondernemers, gemeente en regio geïntensiveerd. De marketing is gericht op het aantrekken van bezoekers op een uitvoerig programma en evenementen. Verbreding en afstemming van marketing, gerelateerd aan Binnenstad, Centrale en WTC gebied moet plaatsvinden. De eerste aanzet daartoe wordt gemaakt, zie ook de alinea hiervoor. Gemeente, Provincie, ondernemers en culturele instellingen zetten in op voortzetting van het bezoek aan Leeuwarden na afloop van (Culturele Hoofdstad) 2018 onder de aanpak "Agenda 2028". Dat betekent voortzetting van zichtbaarheid, evenementen en marketing in de komende jaren. Per 2018 is in Leeuwarden toeristenbelasting ingevoerd. De belastingopbrengst wordt teruggeploegd in voorzieningen voor toeristen en bezoekers en in ondersteuning van marketing en evenementen.

4.3 Bereikbaarheid en verbindingen

Met de verbetering van de externe autobereikbaarheid van Leeuwarden door de aanleg van de Haak om Leeuwarden is een pakket infrastructurele maatregelen uitgevoerd om de interne verbindingen binnen de stad met de ring van parkeergarages, de binnenstad en het WTC-gebied te verbeteren. Recentelijk zijn ook voorzieningen gerealiseerd ter verbetering van de bereikbaarheid van de Centrale. Punt van overleg met de Centrale is het opzetten van een pendeldienst tussen de Centrale en de Binnenstad. Bij de realisatie van de WTC gebiedsontwikkeling geldt dat de onderlinge verbinding tussen Centrale - Binnenstad en WTC - Binnenstad punt van aandacht is voor met name openbaar vervoer en fietsverbinding. Met de vestiging van een voetbalstadion is ook de verbinding met het trein en busstation van belang. In 2021 zal met het aflopen van de concessie van bus en streekvervoer een nieuwe routing van bussen door de stad aan de orde komen.

4.4 Parkeren

Rond het kernwinkel gebied in de binnenstad ligt een ring van (gemeentelijke) parkeergarages. Hier geldt een regiem van betaald parkeren. De Centrale heeft als private ontwikkeling gratis parkeren, waarbij de capaciteit geënt is op parkeernormen die gebaseerd zijn op de aanwezige voorzieningen. De laatste fase van de ontwikkeling is aanstaande (ca. 10.000m² bvo) en voor dat doel wordt gebouwd parkeren gerealiseerd. Hiermee wordt ruimschoots voldaan aan de parkeernormen. Het WTC gebied heeft in principe veel parkeer capaciteit in verband met de aanwezigheid van WTC expo. De plannen voor een nieuw stadion met commerciële voorzieningen betekenen in feite een herontwikkeling van het gebied waarbij functies worden toegevoegd en beursruimte wordt verminderd. Er is sprake van verschillende typen bezoekers die maken dat het gebied moet beschikken over 'piekcapaciteit' (grotere beurzen, evenementen, voetbalwedstrijden, schaatsevenementen, doelgericht bezoek detailhandel en bezoek aan leisure voorzieningen). Op het aangrenzende bedrijventerrein wordt een overloop parkeervoorziening ontwikkeld voor 500 plaatsen. Het parkeren wordt gratis voor kort bezoek. Voor grotere beurzen, evenementen en sportwedstrijden geldt betaald parkeren. De eigenaren in het gebied verstrekken een jaarlijkse bijdrage in de exploitatie van het parkeren

4.5 Programma Binnenstad

De gemeente voert reeds langere tijd een actief beleid om leegstand aan te pakken en bezoekers naar de Binnenstad te trekken (vgl. Binnenstad Boppe 2010, Culturele Hoofdstad 2018). Voor de periode vanaf 2019 wordt een nieuw programma voorbereid, waarvan het de bedoeling is dat het een gezamenlijk programma wordt met het BML. Met de constatering dat het bezoek aan de binnenstad veel meer vanuit recreatieve motieven gebeurt, is het doel bij te dragen aan een hoogwaardige kwaliteit van de openbare ruimte (hoge kwaliteit van historie, hoge kwaliteit bij inbreiding, hoog kwaliteitsniveau van onderhoud, actief leegstandsbeleid) in combinatie met een hoogwaardig cultureel programma voor de binnenstad.

Onderwerpen zullen zijn:

- Een sterke culturele infrastructuur met een aantrekkelijk samenhangend programma voor inwoners en (cultuur)toeristen. Hierbij wordt nauw samengewerkt tussen culturele instellingen en organisaties en ondernemers. (voorbeeld Mooie Zondagen)
- Een goed marketingprogramma gericht op de (cultuur)toerist met arrangementen voor Leeuwarden / Fryslân. Met adequate online en offline informatievoorziening.
- Optimaliseren parkeerbeleid in relatie tot tarieven, ontwikkeling fietsvoorzieningen en groen, dit in samenhang met het verblijfskarakter van verschillende onderdelen van de binnenstad en de combinatie met gebiedsprofilering en loopstromen/passanten;
- Compacte binnenstad: in termen van aanduiding waar functieverandering kan optreden, aansluiten bij binnenstedelijke gebiedsontwikkeling
- Faciliteren initiatieven op het gebied van deregulering
- Vergroening, ruimte voor ondernemersinitiatieven; tezamen met ontmoetingsplekken koppelen aan gebiedsprofilering;
- Wonen: stimuleren wonen in de binnenstad
- Aanpak leegstand: vastgoedmonitor, vastgoedadvies;
- Professionalisering ondernemerschap;
- Aantrekken van nieuwe winkel en horeca concepten, c.q. formules;

Bijlage 1 - Demografische & detailhandel gegevens Leeuwarden

Demografie

De gemeente Leeuwarden heeft in totaal 122.415 inwoners (1 januari 2018, CBS). In de stad zelf wonen inmiddels zo'n 92.000 inwoners. De belangrijkste andere kernen zijn Stiens: 7600 inwoners, Grou: 5700, Goutum: 3100, Wergae: 1700, Jirnsum: 1400, Wirdum: 1200, Mantgum: 1150 en Reduzum: 1100. Ten westen van Leeuwarden ligt als eerstvolgende grotere kern Franeker met 9400 inwoners

In vergelijking met het Nederlands gemiddelde zijn in de leeftijdsopbouw, door het aandeel van de studentenstad Leeuwarden, enkele verschillen te constateren. Het aandeel 15 tot 25 jarigen en 45-tot 65-jarigen is in de gemeente relatief groter dan in de provincie en in Nederland; 42% in de gemeente ten opzichte van 35% in de provincie Friesland en 37% in Nederland (2016). In Grou en Stiens is sprake van vergrijzing. Juist de oudere leeftijdsgroepen zijn hier sterk aanwezig.

Het inkomensniveau van de provincie Friesland ligt 8% onder het Nederlands gemiddelde. Het inkomensniveau van de gemeente Leeuwarden ligt circa 13% (Stiens 3%) onder het Nederlands gemiddelde, en dus zo'n 5% onder het Fries gemiddelde (Stiens 5 % boven het Fries gemiddelde).

In de gemeente Leeuwarden wonen 1,9 personen per huishouden. Het gemiddelde voor de provincie Friesland en voor Nederland ligt op 2,2 personen per huishouden. De gezinsgrootte is dus kleiner dan die van de rest van Nederland. In Grou ligt de gemiddelde huishoudgrootte op 2,1 en in Stiens op 2,4.

De conclusie is dat de stad Leeuwarden de komende decennia groeit qua inwoneraantal in een regio die krimpt. Ook de samenstelling van de bevolking (jonger) en de huishoudens (kleiner) is afwijkend.

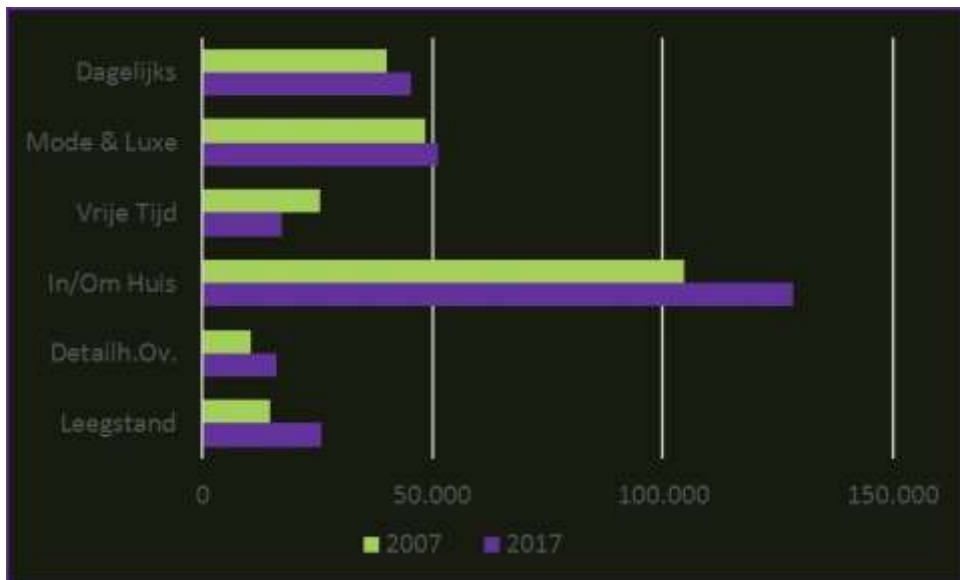
Detailhandel aanbod Leeuwarden

In de gemeente Leeuwarden bedraagt momenteel (september 2018) het totaal aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak (wvo) in de detailhandel 299.858, waarvan 266.392 in de stad en 15.404 in Stiens en 15.651 in Grou en Jirnsum. De leegstand omvat 24166 m² wvo (8%).

Vanwege de vergelijking met deelgebieden worden de cijfers van het koopstromenonderzoek 2017 aangehouden. In 2017 was het totaal aantal vierkante meters winkelvloeroppervlak (wvo) in de detailhandel 283.635 (+ Stiens 15.404, tezamen 299.039),

Dit getal omvat alle winkels inclusief de leegstaande winkels. In vergelijking met 2007 (vorig koopstromenonderzoek) is het aanbod met bijna 40.000 m² wvo toegenomen. Hierin is voor zowel 2007 als 2017 het aanbod in de voormalige gemeente Boarnsterhim - voor zover het is toegevoegd aan Leeuwarden - opgenomen. Met deze omvang is het de gemeente met duidelijk het grootste aanbod in de provincie.

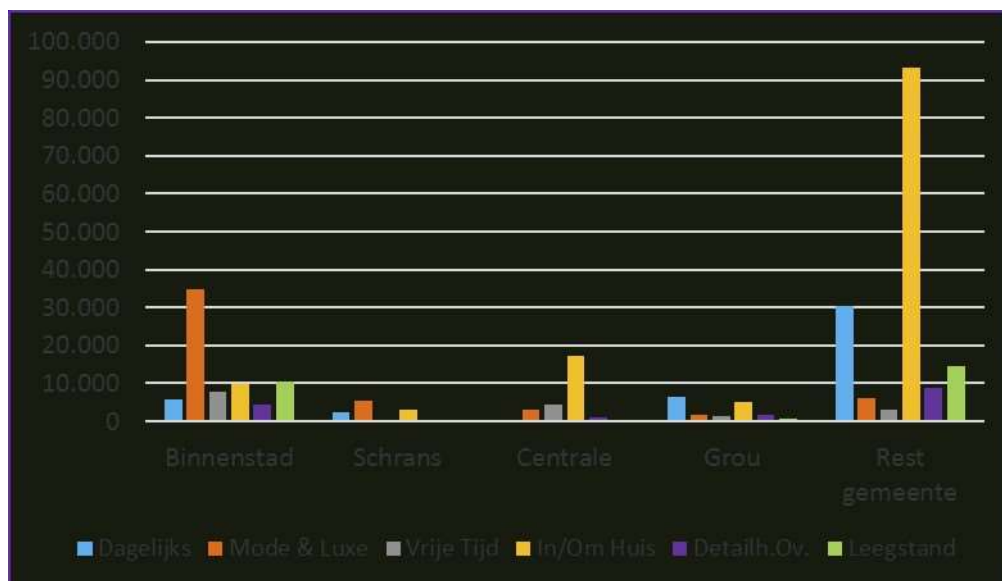
In figuur 1 is te zien, dat het detailhandelsaanbod in alle branches, met uitzondering van de branche Vrije Tijd, is toegenomen. De grootste groei heeft plaatsgevonden in de branche In/Om Huis. De Centrale heeft hiervan een deel voor haar rekening genomen. Ook de leegstand is groter geworden, van 14.767 m² vwo naar 25.934 m² vwo; per september 2018 is de leegstand volgens locatus online 23.444m². Dat betekent een lichte daling ten opzichte van de cijfers van 2017. Het ligt hiermee op het Fries en Nederlands gemiddelde van ca. 8% in 2017, alles gemeten als percentage m² detailhandel.



Figuur 1 Detailhandelsaanbod gemeente Leeuwarden in m² vwo, per groep, 2007 en 2017

Bron: Locatus Online mrt. 2017, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

In figuur 2 staat het aanbod over de verschillende winkelgebieden weergegeven (De Schrans is als winkelgebied opgenomen omdat het gebied ook in 2017 opgenomen is in het koopstromenonderzoek). Een aantal zaken springt in het oog. In de eerste plaats het grote aanbod Mode & Luxe in de binnenstad van Leeuwarden, zoals dat in alle binnensteden het geval is. Daarnaast neemt de Centrale een aanzienlijk deel van de groep In/Om Huis voor zijn rekening. Maar in de rest van de gemeente is een nog veel groter deel van deze groep te vinden (in en om huis is plant en dier, bruin en witgoed, auto en fiets, doe het zelf en wonen).



Figuur 2 Detailhandelsaanbod gemeente Leeuwarden in m² vvo, omvang per groep per locatie
Bron: Locatus Online mrt. 2017

In totaal zijn in de gemeente 883 winkels gevestigd, waarvan 808 in de kern Leeuwarden. In Stiens zijn 58 winkels gevestigd. Het aantal winkels in de gemeente Leeuwarden is tussen 2007 en 2017 gedaald van 945 naar 883. De daling betreft alle groepen met uitzondering van de groep Detailhandel Overig.



Figuur 3 Aantal verkooppunten per groep, gemeente Leeuwarden
Bron: Locatus Online nov. 2016, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Horeca aanbod Leeuwarden

Het horeca-aanbod in de gemeente Leeuwarden bestaat per 1 juli 2018 in totaal uit 366 gelegenheden (bron horeca DNA 2018), ofwel 29,9 bedrijven per 10.000 inwoners. In de Provincie Fryslan zijn dit 1923 horecabedrijven, ofwel 29,7 bedrijven per 10.000 inwoners.

De Nederlandse horeca kan in een aantal sectoren worden onderverdeeld: de dranken-, de fastservice-, de restaurant- en hotelsector. Ook de partycatering wordt als een aparte groep beschouwd (horeca DNA).

Ontwikkeling van het aantal horecabedrijven per sector, 2003, 2008, 2013, 2018 Gemeente Leeuwarden

	2003	2008	2013	2018	Fryslan
Drankensector, totaal	137	140	148	161	791
Fastservicesector, totaal	78	75	73	85	378
Restaurantsector, totaal	74	83	79	86	431
Hotelsector, totaal	16	15	17	20	258
Partycatering	1	8	13	14	65
Horecabedrijven, totaal	306	321	331	366	1923
Verkoopoppervlakte, totaal [m2]	45.211	79.496	97.458	103.773	
Horecabedrijven per 10.000 inwoners	26,2	27,1	27,2	29,9	29,7

Bron: HorecaDNA

Twee derde van de horecagelegenheden zijn in de binnenstad (in 2017 178 gelegenheden) van Leeuwarden te vinden. Verder zijn in de wijken van de stad ca 100 locaties aanwezig, en in Grou 23 en in Stiens/Jelsum 11 (2017). In de wijken is het horeca aanbod met 12 vestigingen gegroeid, voor de overige locaties is het aanbod stabiel gebleven. Tussen 2017 en september 2018 is het aantal horecavestigingen in de binnenstad toegenomen tot 188

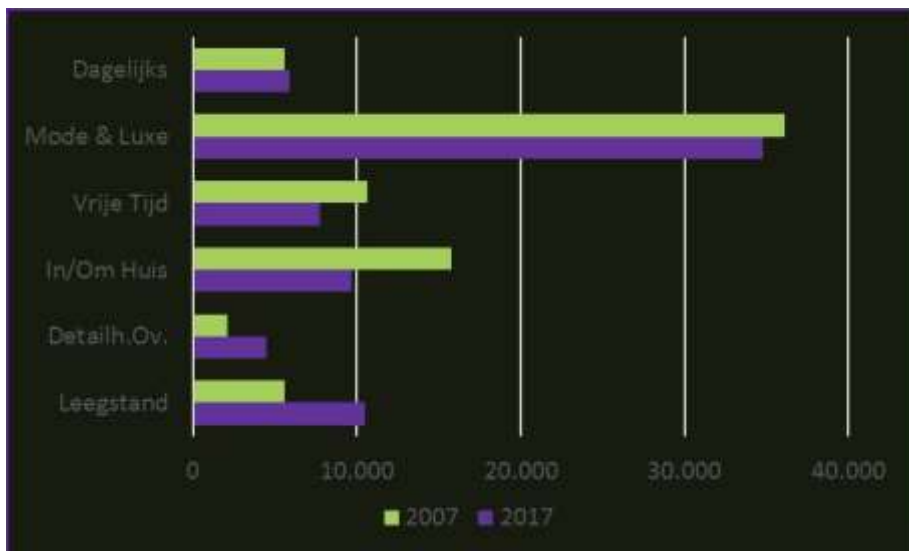
Slechts een beperkt deel van alle horecavestigingen is aan te merken als dag horeca, ter ondersteuning van de detailhandel, en overdag geopend. Lunchrooms, ijssalons en koffiesalons vallen onder de definitie dag horeca. Hotels en een groot deel van de cafés en restaurants vallen daar niet onder. Maar er zijn verschillende voorbeelden van restaurants, die ook 's middags open zijn voor de lunch. Eveneens zijn er detaillisten met een horecafunctie voor de consumenten overdag, zoals bijvoorbeeld een bakker met een lunchroom. Horeca bij deze detaillisten is in de data van Locatus en Koninklijke Horeca Nederland (KHN) echter niet terug te vinden Met de interpretatie van de cijfers dient dan ook voorzichtig te worden omgegaan.

Detailhandel-aanbod binnenstad

In het centrumgebied van Leeuwarden zijn de meeste winkels te vinden aan het Zaailand, de Wirdumerdijk, het Ruiterskwartier, de Nieuwestad, de Kleine Kerkstraat, het Naauw, de Kelders, Over de Kelders, De Oude en Nieuwe Oosterstraat en de Voorstreek. In de Leeuwarder binnenstad zijn veel grote trekkers van naam aanwezig. Genoemd kunnen worden Zara, Hema, Coolcat, The Sting, C&A, en H&M met meerdere vestigingen. Daarnaast bestaat het aanbod uit een grote schakering van diverse winkels in allerlei branches.

De grote Leeuwarder warenmarkt vindt iedere vrijdag plaats van 9 tot 17 uur op het Wilhelminaplein. In en rond het centrum van Leeuwarden kan tegen betaling in diverse parkeergarages geparkeerd worden.

Het totale winkelvloeroppervlak (2017) van de kern Leeuwarden bedraagt 266.680 m² wvo, waarvan in het centrum 73.061 m². In 2007 bedroeg het totale aanbod in het centrum 75.848 m² wvo, bijna 2.800 m² meer. Net als nu was ook in 2007 het aanbod in de branche Mode & Luxe verreweg het grootst. Vooral het aanbod in de groep In/Om Huis en in de Vrije Tijd in de binnenstad is afgenomen.



Figuur 4 Aanbod detailhandel Leeuwarden-centrum per groep, in m² wvo
Bron: Locatus Online nov. 2016, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Het totale winkelvloeroppervlak in de detailhandel in Leeuwarden-centrum bedraagt 73.061 m²; het centrum vervult een functie voor de hele stad en regio. Als we het aanbod in Leeuwarden als totaal (bijna 267.000 m² wvo) vergelijken met dat van andere grote steden is het aanbod groter dan het Nederlands gemiddelde voor zowel kernen in de groep 50.000 tot 100.000 inwoners als voor kernen in de groep 100.000 tot 175.000 inwoners. Deze bedragen namelijk circa 160.000 m², respectievelijk 250.000 m² wvo.

Per 1.000 inwoners is in Leeuwarden 2.928 m² aan detailhandel beschikbaar, hetgeen ook ruim boven het gemiddelde van kernen in de genoemde inwonersgroepen (ruim 2.200 m² respectievelijk 1.900 m²) ligt. Het verschil met het gemiddelde zit voor Leeuwarden met name in de groep In/Om Huis, en in mindere mate in de groep Mode & Luxe.

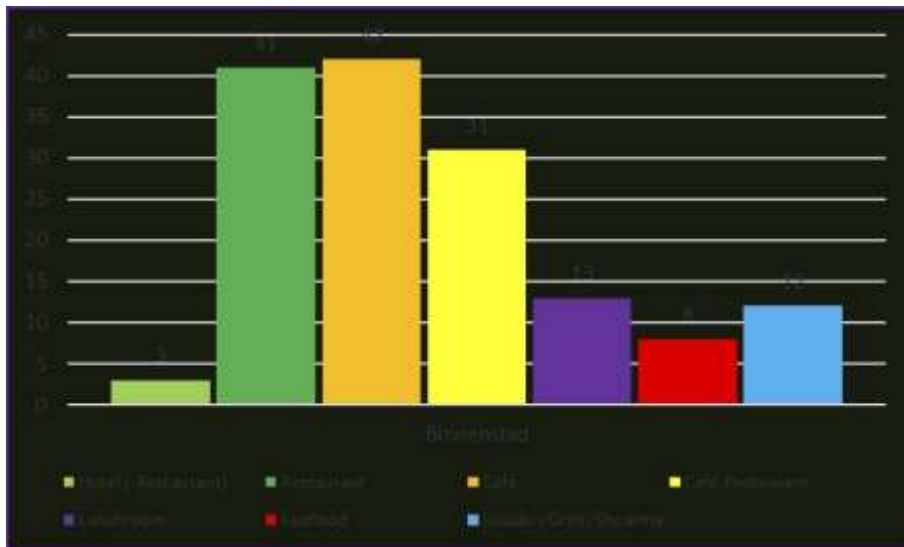
Het aantal winkels in Leeuwarden-centrum is gedaald van 475 naar 408. In de branche Mode & Luxe is de afname van het aantal winkels het grootst; de afname in In/Om Huis is eveneens relatief groot. Het aantal leegstaande panden is toegenomen van 52 naar 73. Het leegstandspercentage in de binnenstad van Leeuwarden bedraagt 10,1% (Sneekcentrum 7,9%, Drachtencentrum 11,4%, Heerenveencentrum 9,8%); in de stad Leeuwarden is het 6,4%. Per september 2018 is het leegstandspercentage in de binnenstad gedaald naar 9,5%.

Voor nadere gegevens over koopkrachtontwikkeling, economisch functioneren, bezoekgedrag en motieven voor de Binnenstad wordt verwezen naar bijlage 1

Horeca-aanbod binnenstad

Het horeca-aanbod in de binnenstad van Leeuwarden is vrij uitgebreid.

Figuur 6 geeft een beeld van de horeca in de verschillende categorieën weer.

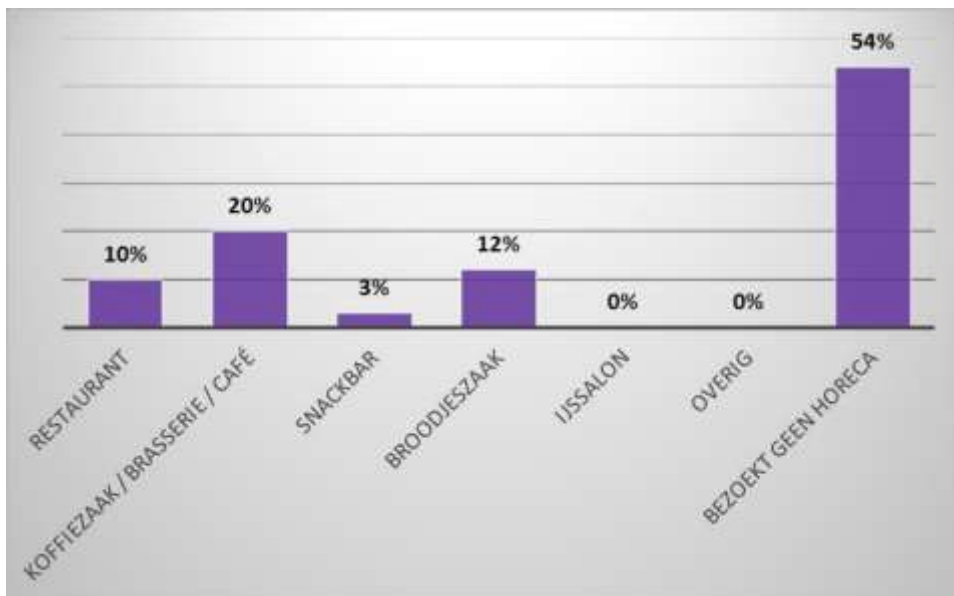


Figuur 5 Horeca aanbod uitgesplitst in categorieën

Bron: Locatus Online nov. 2016, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Het overgrote deel van de horeca wordt ingenomen door café's en café-restaurants, maar ook in de categorieën lunchrooms, fastfood en ijssalons, grillrooms en shoarma-gelegenheden is er voor de consument het nodige te kiezen.

Bijna de helft van de bezoekers aan de binnenstad Leeuwarden bezoekt een horecagelegenheid tijdens het winkelen; het betreft dan meestal een koffiezaak, maar ook broodjeszaken en restaurants worden genoemd.



Figuur 6 Bezoek horecagelegenheid Leeuwarden-centrum tijdens winkelen

Bron: Broekhuis Rijs Advisering

De beoordeling van het horeca-aanbod in de binnenstad van Leeuwarden bedroeg een 7,1. Dit is in vergelijking met andere kernen een hoge waardering.

Van de bezoekers geeft 87% aan geen bepaald type horecagelegenheid te missen. Wanneer men wel aangeeft iets te missen gaat het vooral om een koffiezaak/brasserie of café.

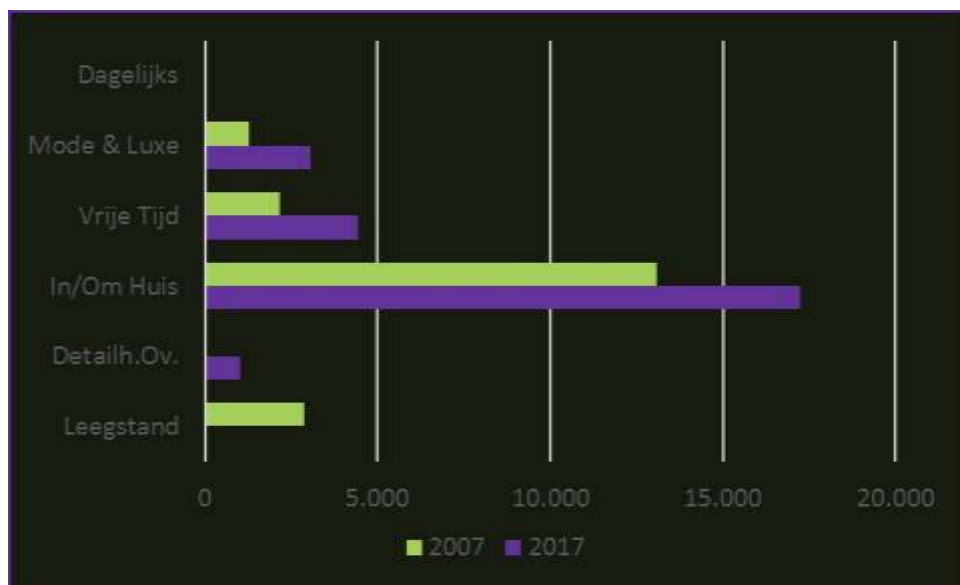
De Centrale

Detailhandel

Winkelpark de Centrale is begin 90-er jaren ontwikkeld als een Grootschalige Detailhandels Vestigingslocatie (GDV) & Perifere Detailhandel Vestiging.

In het winkelpark is inmiddels een grote hoeveelheid algemene winkels met aansprekende namen gevestigd. Het gaat dan onder andere om de Mediamarkt, BCC, Decathlon, Blokker, Casa (voorheen Xenos), Big Bazar, Toys XL, Sports World en Bristol. Daarnaast zijn op het winkelpark meerdere aanbieders in de woninginrichtingsbranche aanwezig, waaronder LeenBakker, Brugman, Carpet Right, Swiss Sense, Kwantum en Beddenreus. Gratis parkeren kan op het plein tussen de winkels en aan de oostzijde van de winkels ligt een parkeerplaats.

Het totale winkelvloeroppervlak van Leeuwarden-Centrale bedraagt afgerond 35.000 m² in 2017, evenals in 2007 zonder dagelijks aanbod. In 2007 bedroeg het totale aanbod 19.437 m² wvo, ruim 6.000 m² minder.



Figuur 7 Aanbod detailhandel Leeuwarden-Centrale, per groep, in m² wvo

Bron: Locatus Online nov. 2016, bewerkt door Broekhuis Rijs Advisering

Het aantal winkels op de Centrale is gestegen van 16 naar 22. Vooral in de branche In/Om Huis is het aantal winkels toegenomen; er zijn geen leegstaande panden.

Voor nadere gegevens over koopkrachtontwikkeling, economisch functioneren en bezoekgedrag en motieven voor de Centrale wordt verwezen naar bijlage 1

Horeca

Het horeca-aanbod op het Winkelpark de Centrale is beperkt. Er is sprake van twee detailhandel-ondersteunende horecazaken, te weten Croissanterie Paris en lunchroom Any Time Central park. En recentelijk is een KFC geopend. Er geldt een maximum aan horecameters van in totaal 2850 m² bvo.

Ontwikkeling WTC gebied

Detailhandel en leisure

Medio 2017 heeft de gemeenteraad van Leeuwarden onder voorwaarden ingestemd met de ontwikkeling van het WTC gebied op basis van een opgestelde businesscase. In 2015 is door de gemeente aangegeven welke de functionele ontwikkelingsmogelijkheden kunnen zijn (zie hierovfor bijlage 3). De gebiedsontwikkeling Cambuur voorziet in de ontwikkeling van afgerond 18.900 m2 vvo aan detailhandel, waarvan 4845 m2 dagelijks (levensmiddelen en persoonlijke verzorging) en 14055 m2 niet dagelijkse detailhandel (bouwmaterialen, sport en spel) en 35785 m2 aan leisure voorzieningen, waarvan 23.615 m2 bestaande evenementen/expo ruimte, 4250 m2 bioscoop en 7920m2 aan leisuredome (sport en spel). Daarnaast is er ruimte voor maatschappelijke functie, zorg en commerciële dienstverlening; de totale ontwikkeling bedraagt 85.000m2 aan functies. De dagelijkse en niet dagelijkse detailhandel betreft overwegend metrages die verplaatst worden van de detailhandel locatie aan de Snekertrekweg in Leeuwarden.

Horeca

Aan horeca wordt voorzien in 5185 m2 vvo in verschillende vormen, ondersteunende horeca, een sportcafé, fastfood en eethoreca

Samengevat huidige profilering

Kijkend naar de samenstelling per groep is de Binnenstad vooral sterk in mode & luxe, in en om huis, vrije tijd, detailhandel overig en horeca. De Centrale heeft zich vooral ontwikkeld in de categorie In/om huis en vrije tijd . WTC wil zich profileren op vrije tijd (leisure) en sport.

Bijlage 2 - WTC-ontwikkeling

De relevantie van de gebiedsontwikkeling WTC schuilt in de eerste plaats in de afronding van een ontwikkeling van enkele decennia in dit deel van Leeuwarden waarin een transitie heeft plaatsgevonden van functies die ooit een plek hebben gevonden aan de periferie van de stadsrand zoals vuurwerkfabrieken en 'de veemarkt' naar een beurscomplex met omringende voorzieningen als kantoren, hotel en congresvoorzieningen en een casino, dat door recente investeringen in bereikbaarheid extern en binnen de stad zeer goed bereikbaar is. Ander belangrijk constituerend element is de ontwikkeling van een nieuwe ijshal (400 meterbaan, ten behoeve van recreatief schaatsen; o.a. voor 165 basisscholen in Fryslân)

In de tweede plaats verbetert de gebiedsontwikkeling het perspectief op continuïteit en transitie van het WTC als beurs en event-complex. Er ontstaat ruimte voor meer leisure en ondersteunende voorzieningen op het gebied van horeca en retail die ten goede komen aan bezoekersstromen en intensiteit van het gebruik van het WTC-complex. Ook leidt de synergie van voorzieningen tot het aantrekken van nieuwe doelgroepen van bezoekers

Met de privaat-publieke ontwikkeling van het WTC-gebied worden in de derde plaats bestaande functies versterkt, wordt meer massa gemaakt in het aanbod en wordt synergie gegenereerd tussen bestaande en nieuwe functies (beurzen x events x leisure, uitbreiding verblijfsmogelijkheden met bioscoop, leisure dome, actieve en passieve sportbeleving, koppeling leisure en sport met educatie).

Daarmee wordt het bestaande aanbod sterker van belang voor bezoek vanuit de regio en wordt de verscheidenheid in doelgroepen versterkt.* Voor de sportfaciliteiten is de herkomst van de bezoekers bekend (noord en midden Fryslân), idem voor het beurs- en congresbezoek (noord Nederland), Holland Casino (noord Nederland). Nieuw is de combinatie met leisure en horeca en de vergroting van het aanbod dat ontstaat in de combinatie van faciliteiten. Het leisure dome van ruim

20.000m² mikt op een bezoekersmarkt tot een afstand van ca. 1 uur reistijd. In de formule zit een bioscoop, bowling, minigolf, arcadehal, indoor speelparadijs, trampolinepark, indoor skihal en lasergame. Dat betekent meer familie- en gezinsbezoek en groepen. Het complex zal gaan fungeren als een elk weer-voorziening; een nadrukkelijke toevoeging op de Friese recreatieve kaart.

In economische termen levert de gebiedsontwikkeling een Investeringsimpuls op van ruim 100.- miljoen euro (inclusief spin-off), onder meer bestaande uit retail, horeca en leisure en een voetbal stadion, met een werkgelegenheidsimpuls van per saldo ca. 200 fte's structureel en 700 arbeidsjaren incidenteel. Bijgevoegde factsheet geeft een overzicht van enkele kwantitatieve en kwalitatieve effecten.

* Zie bijlage 4 Factsheet; voor de werkgelegenheidseffecten is een raming opgesteld door E&E advies.

Bijlage 3 – Functionele mogelijkheden WTC e.o.

(Bijlage bij brief College van B&W Leeuwarden aan SC Cambuur van 12 mei 2015)

LOCATIE WTC NIET TOELAATBAAR EN NIET WENSELIJK	LOCATIE WTC TOELAATBAAR NA AANPASSING BESTEMMINGSPLAN DOOR RAAD ¹⁾	OPMERKINGEN
	Groothandel	Op grond van het huidige bestemmingsplan is groothandel in een deel van het plangebied toegestaan. Bezien moet worden of een te vestigen groothandelsfunctie passend is binnen de beoogde nieuwe structuur van het gebied.
Detailhandel - voeding- en genotsmiddelen - persoonlijke verzorging - warenhuizen - kleding en mode - juweliers - optiek - schoenen en lederwaren - huishoudelijke en luxe artikelen - speelgoed - media - bruin- en witgoed /elektronicawinkels - restpartijen/outletshop - hobby - woninginrichting	Detailhandel - kampeerartikelen - outdoor - fietsen - auto- en autoaccessoires - sport en spel - supermarkt mits verplaatsing - een foodmarket manifesteert zich doorgaans als een luxe soort supermarkt en is alleen toegestaan als het gaat om verplaatsing - bouwmarkten en doe het zelf - keukens en sanitair - grootschalige tuincentra en dierenwinkels	Het bovenste blok niet toelaatbaar is ook op die wijze opgenomen in bestemmingsplan De Centrale en spoort met verordening Romte provincie. Het tweede blok niet toelaatbare branches zijn branches die nu op De Centrale voorkomen en daarvoor gereserveerd blijven om De Centrale goed af te kunnen bouwen. (nog ca. 10.000 m ² ruimte). Wel toelaatbaar is detailhandel t.a.v. sport, vrije tijd etc. en de al in het gebied voorkomende bouwmarkten etc. die niet specifiek een "Centrale-profiel" hebben. Supermarkt alleen via verplaatsing + hieraan

		gestelde voorwaarden.
Leisure - amusementshal	Leisure - indoor sporten als karten, paintball, soccer, skatebaan, squash , ski etc. - kinderspeelparadijs - sauna / wellness - bioscoop - bowlingbaan - fitness - ijsbaan - tennisbaan - wielersbaan - lasergame	Verplaatsing of nieuwvestiging van een bioscoopfunctie is alleen toelaatbaar indien dat niet ten koste gaat van de aantrekkingskracht van de binnenstad. Vanwege uitwisseling met bezoek cafés, restaurants etc. is behoud van commerciële bioscoopfunctie in de binnenstad gewenst. Functies kunnen worden toegestaan omdat dit in de regel grootschalige en veelal overdekte Leisure functies zijn die niet passen in het centrum van de stad.
Horeca - reguliere cafés , restaurants etc. - nachthoreca (= binnenstad)	Horeca - casino - partycentrum / evenementen - sportcafé - fastfood - wokpaleizen en andere grootschalige eetconcepten	De binnenstad blijft het hoofd-uitgaansgebied.
Kantoren + Dienstverlening - reguliere kantoren - zakelijke dienstverlening - call center (wordt doorgaans gevestigd in een reguliere kantoorruimte en is daarmee concurrerend met al bestaande kantoorruimte)	Kantoren + Dienstverlening - sportscholen - fysiotherapie etc. - rijscholen - Praktijkruimten, een (para)medisch centrum en dagopvang ouderen/ kinderen	Er is nog enige planologische ruimte voor reguliere kantoren op de Leyten-locatie aan de Heliconweg (9000 m²) Kunnen worden toegestaan als er sprake is van een functionele relatie met de overige functies in het WTC –gebied, zoals een sportmedisch centrum.

Onderwijs - algemeen MBO of HBO	Onderwijs - praktijkopleidingen op gebied sport, beveiliging etc. LBO-MBO-HBO	Vanuit synergie geschikt voor praktijkopleidingen, passend bij het gebiedsprofiel.
Wonen		

¹⁾ De beoordeling of een nieuw gebruik dat afwijkt van het geldende bestemmingsplan planologisch toelaatbaar is, vindt plaats in vier stappen:

Stap 1: concurrentie t.o.v. de binnenstad

Het instandhouden en versterken van de binnenstad van Leeuwarden als primaire locatie voor functies als detailhandel en horeca is een hoofdafweging. Verplaatsing of nieuwvestiging van functies is alleen toelaatbaar indien dat niet ten koste gaat van de aantrekkingskracht van de binnenstad. Een uitzondering geldt voor die functies die vanwege milieuaspecten (geluid, trilling etc.), verkeer of ruimtegebruik in de binnenstad niet inpasbaar zijn.

Stap 2: afstemming op wijkwinkelcentra en winkelpark De Centrale

De verdeling van detailhandel over de stad is recent vastgelegd in de Detailhandelsstructuurvisie Leeuwarden 2014. Uitgangspunten zijn prioriteit voor de binnenstad, afronding van De Centrale en het instandhouden van buurt- en wijkwinkels voor dagelijkse boodschappen. Nieuw vestiging van detailhandel op de locatie WTC e.o. moet hier rekening mee houden.

Verplaatsing van supermarkten naar de locatie WTC e.o. is alleen mogelijk indien wordt voldaan aan de in het detailhandelsbeleid verbonden voorwaarden aan verplaatsing van bestaand supermarktvolume.

Geen vestiging van primair aan De Centrale gerelateerde detailhandel zolang deze nog niet is afgerond.

Stap 3: synergie nieuwe functies met beoogde gebiedsprofiel

De locatie WTC e.o. heeft de potentie om naast de Binnenstad en De Centrale een gebied te worden met een grote aantrekkingskracht voor zowel de bezoekers als de bewoners van Leeuwarden. Het gebiedsprofiel is gericht op leisure, sport en evenementen. Voorzieningen op het gebied van leisure, detailhandel en horeca die hierop aansluiten, zijn passend op deze locatie (grote bezoekersaantallen of specifieke sportprofilering) .

Stap 4: toets praktische inpasbaarheid

Individuele functies maken deel uit van een totaalprogramma van het plangebied dat als geheel goed moet kunnen functioneren. Specifieke aandachtspunten in dit gebied zijn veiligheid, parkeren en verkeersafwikkeling. Van belang voor veiligheid is een goede afwikkeling van supportersstromen. Bij parkeren wordt vooral gekeken naar de mogelijkheden van dubbelgebruik door een spreiding in de tijd van de parkeerbelasting van de nieuw te vestigen functies.

In de tabel is als illustratieve uitwerking van bovengenoemde stappen een overzicht gegeven van toelaatbare en niet toelaatbare functies op de WTC-locatie. Voor elke nieuwe functie geldt dat de uiteindelijke goedkeuring is voorbehouden aan de gemeenteraad waarbij ook derden in het kader van inspraak bestemmingsplan een zienswijze kunnen indienen.

In het kader van de planologische procedure zal ook een toets moeten plaatsvinden op relevante milieuaspecten met voor deze locatie als specifieke aandachtspunten bodemonderzoek en externe veiligheid (gasleiding en vuurwerkfabriek). Ook kunnen in de planologische procedure de specifieke bevoegdheden van de provincie een rol spelen.

Tenslotte zal bij een herziening van het bestemmingsplan de economische uitvoerbaarheid moeten worden aangetoond.