



**Verdieping KSO 2018 t.b.v. detailhandelsbeleid
Provincie Zuid-Holland**



Droogh Trommelen en Partners (DTNP)

Adviseurs voor Ruimte en Strategie

Graafseweg 109

6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83

E info@dtnp.nl

W www.dtnp.nl

Opdrachtgever: Provincie Zuid-Holland

Contactpersoon: De heer F. Hendriksen

**Projectteam DTNP: De heer W. Frielink
Mevrouw E. van Rijen**

Projectnummer: 2023.0119

Datum: 27 augustus 2019

**Verdieping KSO 2018 t.b.v. detailhandelsbeleid
Provincie Zuid-Holland**

·dtnp·

Inhoudsopgave

0	Samenvatting	1	5	Duiding resultaten	25
1	Inleiding	4	5.1	Beleidsuitgangspunten	25
2	Reguliere detailhandelsstructuur	6	5.2	Provinciale hoofdwinkelstructuur	27
2.1	Winkelaanbod per gemeente	6	5.3	Evaluatie en doorkijk naar nieuw beleid	28
2.2	Aanbod in centra	7		Bijlagen	30
2.3	Winkelaanbod in centra met beleidsstatus	8	Bijlage 1	Winkelaanbod in m ² vvo per gemeente	31
2.4	Economisch functioneren	10	Bijlage 2	Winkelaanbod in m ² vvo van centra met een beleidsstatus	35
2.5	Regionale functie	14	Bijlage 3	Uitbreidingsruimte per gemeente	38
3	PDV/GDV-structuur	15			
3.1	Winkelaanbod	15			
3.2	Economisch functioneren	17			
4	Marktruimte	19			
4.1	Uitgangspunten	19			
4.2	Dagelijkse sector	20			
4.3	Niet-dagelijkse sector	21			
4.4	Doorkijk naar 2030	23			

0 Samenvatting

Detailhandelsbeleid Zuid-Holland

Het detailhandelsbeleid van de provincie Zuid-Holland richt zich op vitale, functioneel gemengde stads- en dorpsgebieden met een aantal krachtige en kwalitatief onderscheidende centra. In deze centra zijn diverse voorzieningen beschikbaar en goed bereikbaar. Nieuwe detailhandel kan zich volgens het provinciale beleid in de basis alleen binnen (bestaande) centra van steden, dorpen en wijken vestigen. Buiten de centra wordt door de provincie Zuid-Holland ruimte geboden aan specifieke branches, mits deze qua aard en omvang van de aangeboden goederen niet of niet goed inpasbaar zijn in centra.

In het huidige provinciale beleid zijn de centra in de provincie Zuid-Holland onderverdeeld in 'te versterken', 'te optimaliseren' en 'overige' centra. Hierin hebben de elf grootste centra de beleidsstatus 'te versterken'. Zij hebben de mogelijkheid hun positie te behouden en te versterken. 35 regionale en lokale centra zijn aangeduid als 'te optimaliseren'. Zij staan, afhankelijk van de lokale situatie, voor de ingrijpende opgave te transformeren tot

compacte winkelgebieden. De provincie geeft in haar beleid prioriteit aan deze centra, poest daar mee en neemt daarbij een stimulerende rol in. De overige centra bestaan veelal uit lokale (dorps-, wijk- en buurt)centra van beperkte omvang.

Ontwikkelingen van het aanbod

Het winkelaanbod in de provincie Zuid-Holland bestaat uit ruim 18.000 winkels en is in totaal bijna 5 miljoen m² winkelvloeroppervlak (wvo) groot. De afgelopen twee jaar nam het aantal winkels in Zuid-Holland af met circa 300 stuks, maar bleef het totale winkelvloeroppervlak zo goed als gelijk (+ ca. 1.800 m² wvo)*. Over de hele linie, van kleine tot grotere centra, nam het dagelijkse aanbod toe. In de niet-dagelijkse sector zijn echter grote verschillen te zien. Vooral in de grootste centra (Den Haag en Rotterdam) nam de omvang van het mode- en luxe-aanbod toe, in middelgrote centra nam het af en in de kleinere centra bleef het vaak stabiel. Met name de middelgrote centra functioneren in de niet-dagelijkse sector ondergemiddeld en hebben bovendien de afgelopen jaren hun functioneren achteruit zien gaan.

* Locatus (2016, 2018)

Op een groot deel van de PDV- en GDV-locaties is de leegstand de afgelopen twee jaar afgenomen of, als er in 2016 geen leegstand aanwezig was, geen leegstand ontstaan. Vooral op de grotere PDV- en GDV-locaties is het aanbod in en om het huis (woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra, elektronica) toegenomen en is leegstand ingevuld.

In de afgelopen twee jaar hebben veel PDV- en GDV-locaties zich hersteld en is de vloerproductiviteit gestegen. Een belangrijke nuancering hierbij is dat het economisch functioneren op veel locaties nog steeds veel te laag is. De belangrijkste oorzaak voor de stijging van de vloerproductiviteit is een sterk positieve ontwikkeling in de woninginrichtingsbranche de afgelopen jaren, als gevolg van het toegenomen aantal verhuizingen. Indien deze ontwikkeling stopt (en de eerste aanwijzingen daarvoor beginnen zich af te tekenen), dan leidt dat weer tot een (sterk) negatief beeld.

Marktruimte

In veel gemeenten is in de dagelijkse sector sprake van een beperkt overaanbod of een evenwichtssituatie. Dit beeld is afwijkend van het beeld uit 2016, toen in veel gemeenten sprake was van evenwicht of enige uitbreidingsruimte. De belangrijkste oorzaak is een veel

sneller ontwikkelende online dagelijkse markt dan destijds was voorzien.

In grote delen van de provincie is het niet-dagelijkse aanbod groter dan de vraag. Met name in de niet-dagelijkse sector is sprake van veel overaanbod. Er zou gewerkt moeten worden aan het terugbrengen van het winkelaanbod. Alleen in het centrale deel van de provincie (met name MRDH) is bij sommige gemeenten nog sprake van positieve marktruimte, voornamelijk doordat het aantal inwoners daar nog verder zal toenemen.

Opgave beleid

Het koopgedrag en de consumentenvoorkeuren wijzigen, met grote gevolgen voor de fysieke winkelstructuur. De consument richt zich nog meer dan in 2016 op de grootste binnensteden om te winkelen en/of als vrijetijdsbesteding en op de lokale dorp- en wijkcentra voor boodschappen. Niet-dagelijkse aankopen gaan weer (veel) meer via internet. De positie van de middelgrote centra komt verder onder druk te staan en ook sommige grotere centra krijgen het lastig.

Prioriteit: relevant houden van centrumgebieden

Om centrumgebieden aantrekkelijk en vitaal te houden, is het van belang ze relevant te houden voor (toekomstige) inwoners en ondernemers. Bezoekersaantallen en passantenstromen kunnen op peil gehouden worden door publiek-aantrekkelijke functies zoveel mogelijk te bundelen in compacte centra. Daarom zijn in beginsel geen nieuwe ontwikkelingen buiten bestaande winkelgebieden gewenst.

Buiten de gewenste structuur is afbouw/transitie van niet-levensvatbare winkellocaties gewenst, om marktpotenties zoveel mogelijk te bundelen. Dit geldt om dezelfde reden ook voor onnodige en verborgen plancapaciteit. Door de 'druk' (ruimtelijke schaarste) zoveel mogelijk te richten op winkelgebieden wordt de markt gefaciliteerd: investeringen op (complexe centrum)locaties worden eerder haalbaar.

Bundeling van winkelverkeer en verdichting van winkels en overige voorzieningen in, vanuit woongebieden, centraal gelegen centrumlocaties die goed door openbaar vervoer en fiets ontsloten zijn, draagt daarnaast positief bij aan het terugdringen van onnodig autoverkeer en de leefbaarheid van de woonomgeving.

Beleidsmatig inspelen op verdere positionering

Het is verstandig beleidsmatig in te (blijven) spelen op de verscherpte positionering van centra door de opgave die dit lokaal en regionaal met zich meebrengt optimaal te faciliteren. Een beperkt aantal grote centrumgebieden (en dan met name de meer centrale delen hierbinnen) hebben ook op de langere termijn goede kansen als regionale aankoopplaats voor niet-dagelijkse artikelen. Zij kunnen goed inspelen op de toenemende rol van beleving (passen, proeven, proberen en kopen) in centra en op de toenemende vraag naar mengvormen van winkels, horeca en vermaak. Bovendien sluit de keuze voor een beperkt aantal grote centrumgebieden aan bij de behoefte van retailorganisaties aan duurzaam drukke en attractieve winkelomgevingen.

Veel middelgrote en kleinere centra hebben in toenemende mate primair een functie voor de eigen inwoners van de gemeente, woonkern, stadsdeel of wijk. Met de afnemende bovenlokale rol en de afnemende belangstelling bij retailorganisaties in mode en overige niet-dagelijkse winkelbranches wordt boodschappen doen door de eigen inwoner belangrijker als basis voor veel hoofdcentra/stadsdeelcentra

(frequente lokale koopfunctie). Dit vraagt (op gemeentelijk niveau) bijzondere aandacht voor ruimtelijke inpassing van supermarkten als dé dragers (publiekstrekkingen) voor deze centra. De provincie Zuid-Holland heeft daarbij een toetsende rol, waarbij wij adviseren een duidelijke lijn te hanteren: winkels horen in centrum- en winkelgebieden. Supermarkten op perifere locaties worden, gelet op de onder druk staande winkelmarkt, niet toegestaan.

De veranderende rol van centra vraagt in veel gevallen om lokale keuzes ten aanzien van omvang en afbakening van winkelgebieden, de positie van deelgebieden hierbinnen en de noodzakelijke transitie van verouderd winkelvastgoed (en alternatief programma daarvoor). Deze lokale keuzes zijn uiteraard primair aan gemeenten. Vanwege de maatschappelijke urgentie en complexiteit hiervan is het aan te bevelen dit proces als provincie te stimuleren/faciliteren.

Continuering beleid uit 2016

In 2016 is op basis van de resultaten van het KSO 2016 geconcludeerd dat de destijds gehanteerde indeling min of meer hetzelfde kon blijven. Wel vond een beperkte verandering in

de omschrijving plaats. Daarvoor werden de volgende criteria gehanteerd:

- Omvang/kritische massa aanbod;
- Regionale functie (toevloeiing);
- Economisch functioneren (bestedingen/m² wvo);
- Bevolkingsprognose;
- Marktpotenties op basis van toekomstig bevolkingsdraagvlak en kooporiëntaties;
- Bijzondere onderscheidende attractiviteit/stedenbouwkundige/historische kwaliteit.

Gelet op trends uit het KSO 2018 (opgave, verdere positionering) is dergelijk beleidsmatig 'maatwerk' in hoofdlijnen nog altijd actueel. Sterker nog, gelet op de ontwikkelingen in de winkelmarkt en het consumentengedrag neemt het belang aan de helder gemaakte beleidskeuzes alleen maar toe. Doordat ruimtelijke ordening vooral vraagt om langetermijndenken en ruimtelijke keuzes op termijn onomkeerbare gevolgen kunnen hebben, is het in een tijd van grote veranderingen nog verstandiger en belangrijker niet mee te gaan met "de waan van de dag", maar vast te houden aan een duidelijk en consistent (ruimtelijk) beleidskader. Een consequente overheid voor de markt is gewenst en noodzakelijk om complexe herontwikkelingsprojecten van de grond te kunnen krijgen.

1 Inleiding

Aanleiding

Het vigerend ruimtelijk detailhandelsbeleid van de provincie Zuid-Holland is verankerd in de Omgevingsverordening. Het beleid, waaronder de indeling in 'te versterken', 'te optimaliseren' en 'overige' centra, is mede gebaseerd op het Randstad Koopstromenonderzoek 2016 en de op basis hiervan gemaakte rapportages 'Detailhandel Zuid-Holland (DTNP, 2017) en Discussienota Detailhandel Zuid-Holland 2017 (provincie Zuid-Holland, 2017). In 2018 is opnieuw een Randstad Koopstromenonderzoek uitgevoerd door I&O Research en DTNP, in opdracht van de provincies Zuid-Holland, Noord-Holland en Utrecht. DTNP is door de provincie Zuid-Holland gevraagd om te beoordelen of de resultaten van het KSO 2018, en in het bijzonder die voor Zuid-Holland, aanleiding zijn het vigerende detailhandelsbeleid voort te zetten, dan wel te overwegen dit op bepaalde punten bij te stellen.

Detailhandelsbeleid Zuid-Holland

In het huidige detailhandelsbeleid richt de provincie Zuid-Holland zich op vitale, functioneel gemengde stads- en dorpsgebieden met een aantal krachtige en kwalitatief onder-

scheidende centra. In deze centra zijn diverse voorzieningen beschikbaar en goed bereikbaar. Nieuwe detailhandel kan zich volgens het provinciale beleid in de basis alleen binnen (bestaande) centra van steden, dorpen en wijken vestigen. Buiten de centra wordt door de provincie Zuid-Holland ruimte geboden aan specifieke branches, mits deze qua aard en omvang van de aangeboden goederen niet of niet goed inpasbaar zijn in centra.

In het huidige provinciale beleid zijn de centra in de provincie Zuid-Holland onderverdeeld in 'te versterken', 'te optimaliseren' en 'overige' centra. Hierin hebben de elf grootste centra de beleidsstatus 'te versterken'. Deze centra zijn vetgedrukt weergegeven op de kaart op de volgende pagina. De te versterken centra kunnen hun positie behouden en versterken. 35 regionale en lokale centra zijn aangeduid als 'te optimaliseren'. Deze centra staan, afhankelijk van de lokale situatie, voor de ingrijpende opgave te transformeren tot compacte winkelgebieden. De provincie geeft in haar beleid prioriteit aan deze centra, poetst daar mee en neemt daarbij een stimulerende rol in. De overige centra bestaan veelal uit lokale (dorps-, wijk- en buurt)centra van beperkte omvang.

KSO 2018

Recentelijk zijn de resultaten van het Randstad Koopstromenonderzoek 2018 gepresenteerd. Het onderzoek laat zien dat de eerder ingezette ontwikkelingen van de winkelmarkt verder doorzetten. De online bestedingen van consumenten zijn opnieuw sterk toegenomen. In de dagelijkse sector (boodschappen) verdubbelde het marktaandeel van internet in twee jaar tijd van 1,6% naar 3,1%, in de niet-dagelijks sector groeide het marktaandeel van internet van 20,6% naar 24,2%. De centra van de grote steden kenden daarnaast een groei van bestedingen, onder andere door de toename van toerisme. Een groeiende groep middelgrote winkelcentra verloor daarentegen terrein, onder meer aan webwinkels.

Doelstelling

In dit rapport wordt een nadere analyse van de resultaten van het KSO 2018 uitgevoerd, toegespitst op de winkelgebieden in de provincie Zuid-Holland. De resultaten worden in perspectief gezet met de resultaten uit 2016 en de in de komende jaren te verwachten ontwikkelingen. Aan de hand hiervan worden de beleidsmatige uitgangspunten en keuzes in het provinciaal detailhandelsbeleid beoordeeld. Bijzondere aandacht krijgt de indeling van 'te versterken', 'te optimaliseren' en 'overige'

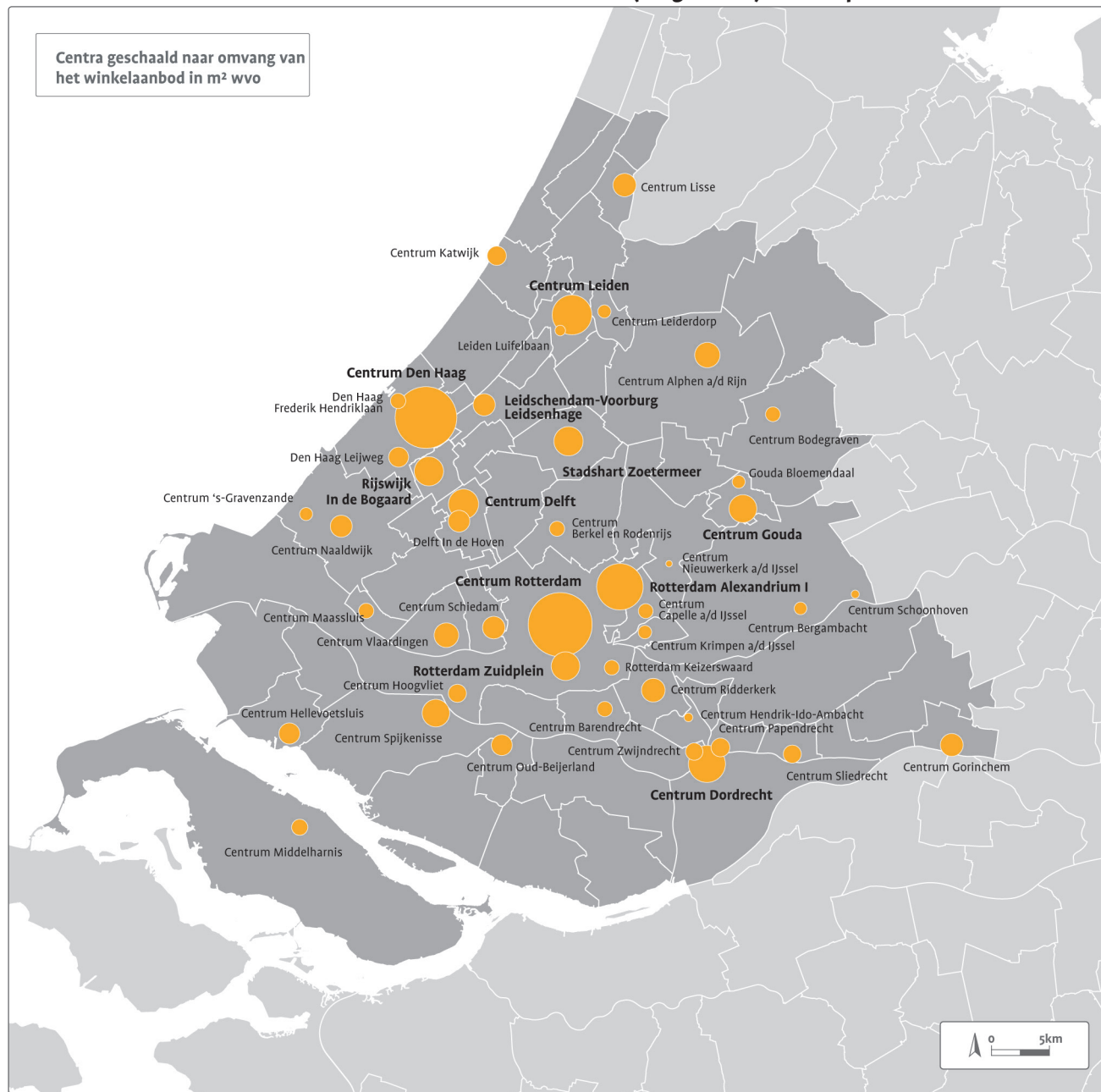
centra. Dit resulteert in aanbevelingen voor continuering, dan wel eventuele aanscherping of versoepeling van het provinciaal beleid. De volgende onderwerpen komen daarbij aan bod:

- Winkelaanbod, leegstand en economisch functioneren van verschillende winkelgebieden;
- De regionale functie van de centra in Zuid-Holland;
- Winkelaanbod, leegstand en economisch functioneren van PDV- en GDV-locaties;
- Verkenning van de marktruimte per gemeente voor de sectoren Dagelijks, Mode en luxe en In en om het huis.

Leeswijzer

In hoofdstuk 2 wordt de ontwikkeling van de reguliere detailhandelsstructuur besproken per gemeente en voor de centra met een beleidsstatus. Hoofdstuk 3 gaat daarna in op de ontwikkeling van de provinciale PDV/GDV-structuur. De marktruimte per gemeente wordt behandeld in hoofdstuk 4. In hoofdstuk 5 wordt aan de hand van de in de eerdere hoofdstukken verzamelde gegevens het provinciaal detailhandelsbeleid in Zuid-Holland beoordeeld. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met conclusies en aanbevelingen voor continuering of bijstelling van het provinciale detailhandelsbeleid.

De centra in Zuid-Holland met beleidsstatus 'te versterken' (vetgedrukt) en 'te optimaliseren'



2 Reguliere detailhandelsstructuur

2.1 Winkelaanbod per gemeente

Het winkelaanbod in de provincie Zuid-Holland bestaat uit ruim 18.000 winkels en is in totaal bijna 5 miljoen m² winkelvloeroppervlak (wvo) groot. De afgelopen twee jaar nam het aantal winkels in Zuid-Holland af met circa 300 stuks, maar bleef het totale winkelvloeroppervlak zo goed als gelijk (+ ca. 1.800 m² wvo)*. Over de hele linie, van kleine tot grotere gemeenten, nam het dagelijkse aanbod toe. In de niet-dagelijkse sector zijn echter grote verschillen te zien.

In de helft van de gemeenten in Zuid-Holland (zie bijlage 1 voor grafieken) is de omvang van het winkelaanbod de afgelopen twee jaar gegroeid. Deze toename heeft vooral in de grotere gemeenten plaatsgevonden. Daar nam behalve het dagelijkse aanbod ook het mode- en luxe-aanbod toe.

* Locatus (2016, 2018)

Het zijn vooral de middelgrote en kleinere gemeenten die te maken hebben gehad met een afname van het winkelaanbod. Die afname wordt vooral veroorzaakt door een kleiner geworden mode- en luxe-aanbod. Doordat dat mode- en luxe-aanbod in kleinere gemeenten soms al relatief klein was, was daar soms ook relatief weinig te krimpen. De afname van mode- en luxe-aanbod werd daar dan in omvang opgevangen door de groei van het dagelijkse winkelaanbod. Per saldo is het aanbod in kleinere gemeenten daardoor niet altijd afgenomen. Omdat middelgrote gemeente meer te verliezen hadden, is daar ook vaker sprake van een afname van het aanbod.

Dit beeld sluit aan bij de trends in de winkelmarkt en de ontwikkelingen van het consumentengedrag. Grotere gemeenten met meer aanbod (en grotere centra) zijn in trek bij consumenten voor een dagje uit; middelgrote gemeenten bieden relatief weinig toegevoegde waarde ten opzichte van deze grotere gemeenten en worden daardoor minder vaak gebruikt voor niet-dagelijkse aankopen. Kleinere gemeenten blijven vooral een functie hebben voor de dagelijkse boodschappen.

In bijna tweederde van de gemeenten is de leegstand gedaald. Deze daling verdeelt zich

over verschillende grote, middelgrote en kleine gemeentes.

2.2 Aanbod in centra

Detailhandelsstructuur

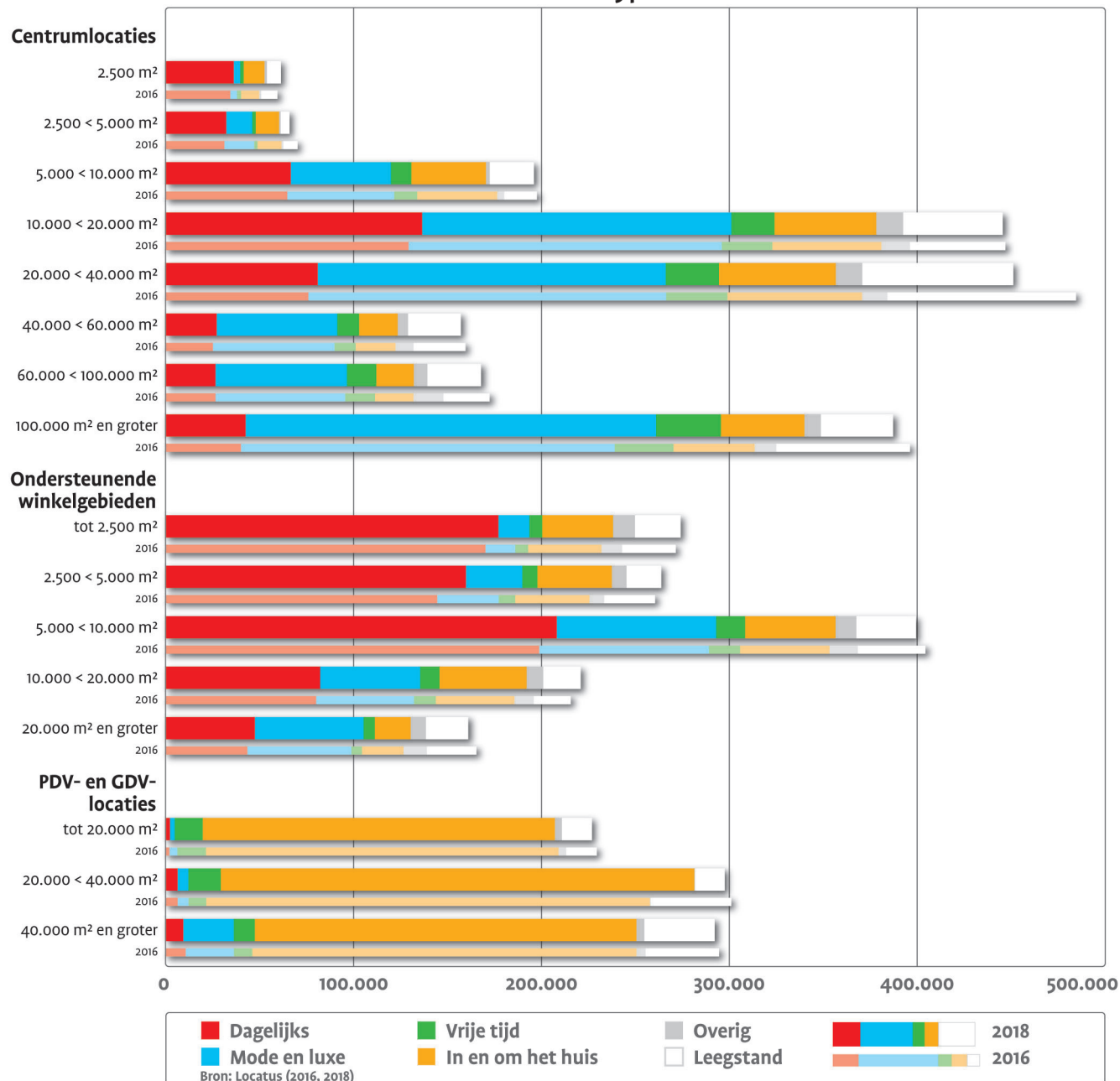
De detailhandelsstructuur van de provincie Zuid-Holland bestaat uit 128 centrumlocaties (de hoofdcentra van dorpen en steden) en 340 ondersteunende winkelgebieden (buurt-, wijk- en stadsdeelcentra). Een deel van de 128 hoofdcentra heeft in het provinciale beleid de status 'te versterken' of 'te optimaliseren'. In de reguliere detailhandelsstructuur (hoofdcentra en ondersteunende centra) zijn bijna 15.000 winkels gevestigd, met een gezamenlijke omvang van ruim 2,8 miljoen m² winkelvloeroppervlak (wvo). Buiten deze reguliere detailhandelsstructuur zijn nog circa 750 winkels gevestigd op een PDV/GDV-locatie. Die winkels hebben een gezamenlijke omvang van circa 770.000 m² wvo.

Aanvullend is er ook nog ruim 1,3 miljoen m² wvo aanbod, verspreid over bijna 3.000 winkels, gelegen buiten de centra van dorpen en steden en PDV/GDV-locaties.

Centrumlocaties

De afgelopen twee jaar is de omvang van het winkelaanbod op centrumlocaties over het algemeen licht gedaald (zie grafiek hiernaast). Vooral in centra van grotere dorpen en middelgrote centra (van 5.000 m² wvo tot 40.000

Winkelaanbod 2016 en 2018 in m² wvo naar type locatie



m² wvo) is het winkelvloeroppervlak afgenomen. Het betreft een afname van niet-dagelijks aanbod (met name Mode en luxe). Het dagelijkse (boodschappenaanbod) nam juist toe. In de middelgrote centra van 20.000 tot 40.000 m² wvo is ook de leegstand opvallend sterk gedaald.

Voor de binnensteden van Rotterdam en Den Haag (centrumlocaties boven de 100.000 m² wvo) zijn in omvang gegroeid, voornamelijk door het toegenomen winkelaanbod in Mode en luxe. De leegstand is in die twee centra als gevolg van het nieuwe aanbod afgenomen.

Ondersteunende centra

In de ondersteunende winkelgebieden is een lichte groei of stabilisatie te zien in de omvang van het winkelaanbod. Dit wordt voornamelijk veroorzaakt door de toename van het dagelijks aanbod (o.a. schaalvergroting supermarkten).

PDV- en GDV-locaties

Op PDV- en GDV-locaties is de leegstand afgenomen. Op locaties van 20.000 tot 40.000 m² wvo is het aanbod flink gestegen en is een deel van de leegstand ingevuld. Verder is het winkelaanbod in de sector Vrije tijd de afgelopen twee jaar gegroeid.

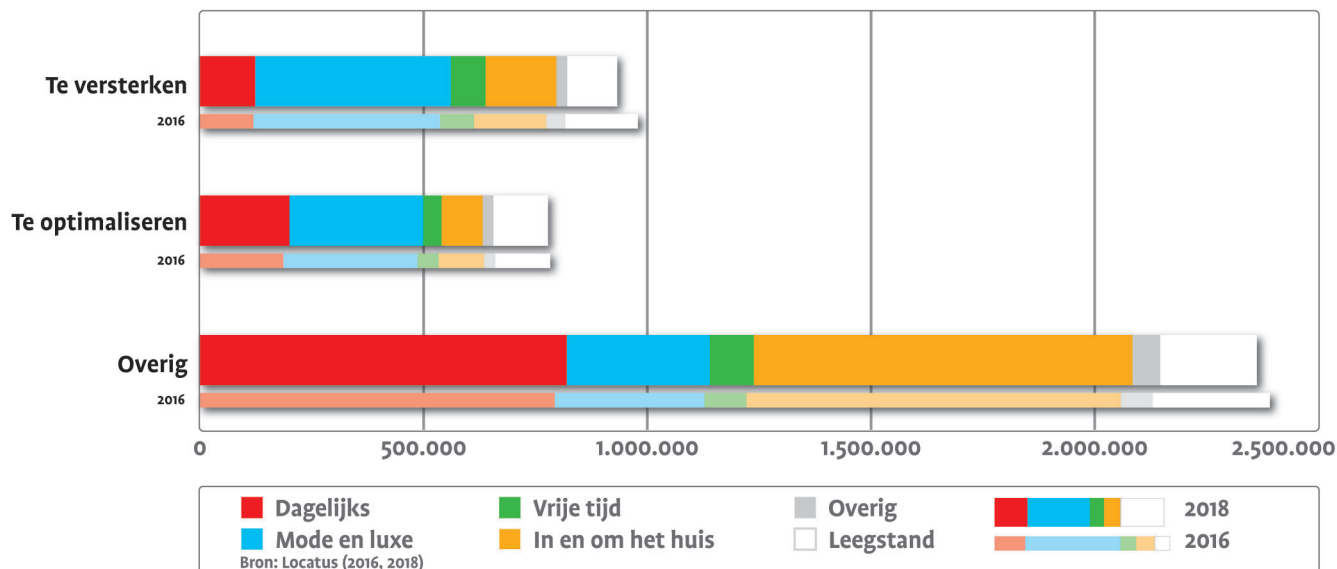
2.3 Winkelaanbod in centra met beleidsstatus

Winkelaanbod en ontwikkeling in centra met een beleidsstatus

Binnen de centra met een provinciale functie (beleidsstatus 'te versterken' of 'te optimaliseren') is de omvang van het winkelaanbod de afgelopen twee jaar nauwelijks gewijzigd (zie grafiek hieronder). Gelet op de korte tijd ten opzichte van het vorige koopstromenonderzoek uit 2016 is het ook logisch dat er op het totale aanbod in de centra slechts kleine wijzigingen optreden. Ondanks de korte tijd sinds het vorige

onderzoek is er wel sprake van een verschuiving van de samenstelling van het aanbod: in de te versterken centra is het mode- en luxe-aanbod toegenomen en het overige niet-dagelijkse aanbod afgenomen. Ook is de afname van de leegstand in deze centra opvallend. Er heeft duidelijk een transformatie naar andere functies plaatsgevonden. In de te optimaliseren centra is juist het dagelijkse aanbod beperkt toegenomen, ten koste van niet-dagelijks aanbod.

Winkelaanbod in m² wvo van centra met een beleidsstatus



Binnen de centra met een beleidsstatus heeft de groei van het winkelaanbod zich conform het provinciale beleid op de juiste locaties versterkt.

Het totale winkelaanbod in overige (meer lokaal functionerende) centra is beperkt toegenomen. De groei is voornamelijk het gevolg van een groter geworden dagelijkse sector (wat weer het gevolg is van vooral schaalvergroting van supermarkten). Het overige winkelaanbod is nauwelijks gewijzigd. Ook deze ontwikkeling is in lijn met het provinciale detailhandelsbeleid.

Te versterken centra

Over het algemeen is de omvang van het winkelaanbod binnen de te versterken centra relatief gelijk gebleven. In de helft van de centra neemt het aanbod toe, in de andere helft is een afname te zien (zie bijlage 2 voor grafieken met de aanbodontwikkeling per centrum). Met name de binnensteden van Rotterdam en Den Haag hebben een sterke toename van het aanbod gehad.

In 'negatieve zin' vallen de centra van Dordrecht, Delft, In de Boogaard en Leidsenhage op. Die centra hebben te maken gehad met een afname van het aanbod. Bij Leidsenhage is dit het gevolg van de herontwikkeling tot

Mall of the Netherlands; bij de andere centra is de oorzaak minder duidelijk.

In de meeste centra is de leegstand afgenomen. De centra Rotterdam Alexandrium, Rijswijk in de Bogaard en Stadshart Zoetermeer vormen hierop een uitzondering, hier is de leegstand gegroeid. Deze drie centra hebben als gemene deler dat zij planmatig ontwikkelde centra zijn in de nabijheid van de grote binnensteden van Rotterdam en Den Haag.

Te optimaliseren centra

In veel van de te optimaliseren centra, 20 van de 35, is de omvang van het winkelaanbod afgenomen ten opzichte van 2016. De centra waar de omvang van het winkelaanbod wel is toegenomen, zijn voornamelijk de kleinere en grotere centra. In de centra waar de omvang van het winkelaanbod is toegenomen, is in de meeste gevallen ook de leegstand afgenomen (herinvulling van leegstaand vastgoed).

In de meeste van de te optimaliseren centra is een toename in het dagelijks aanbod te zien. Soms is dat substantieel nieuw aanbod (zoals bij In de Hoven in Delft), meestal is sprake van een kleinere toename als gevolg van uitbreiding van het bestaande aanbod. De omvang van het aanbod Mode en Luxe is in weinig centra

toegenomen, maar wel in ruim de helft van de centra gedaald. Opvallend is dat het aanbod vooral in de kleinere centra toenam. Het gaat dan wel om beperkte uitbreidingen van meestal 'slechts' enkele honderden m² vvo.

2.4 Economisch functioneren

Economisch functioneren

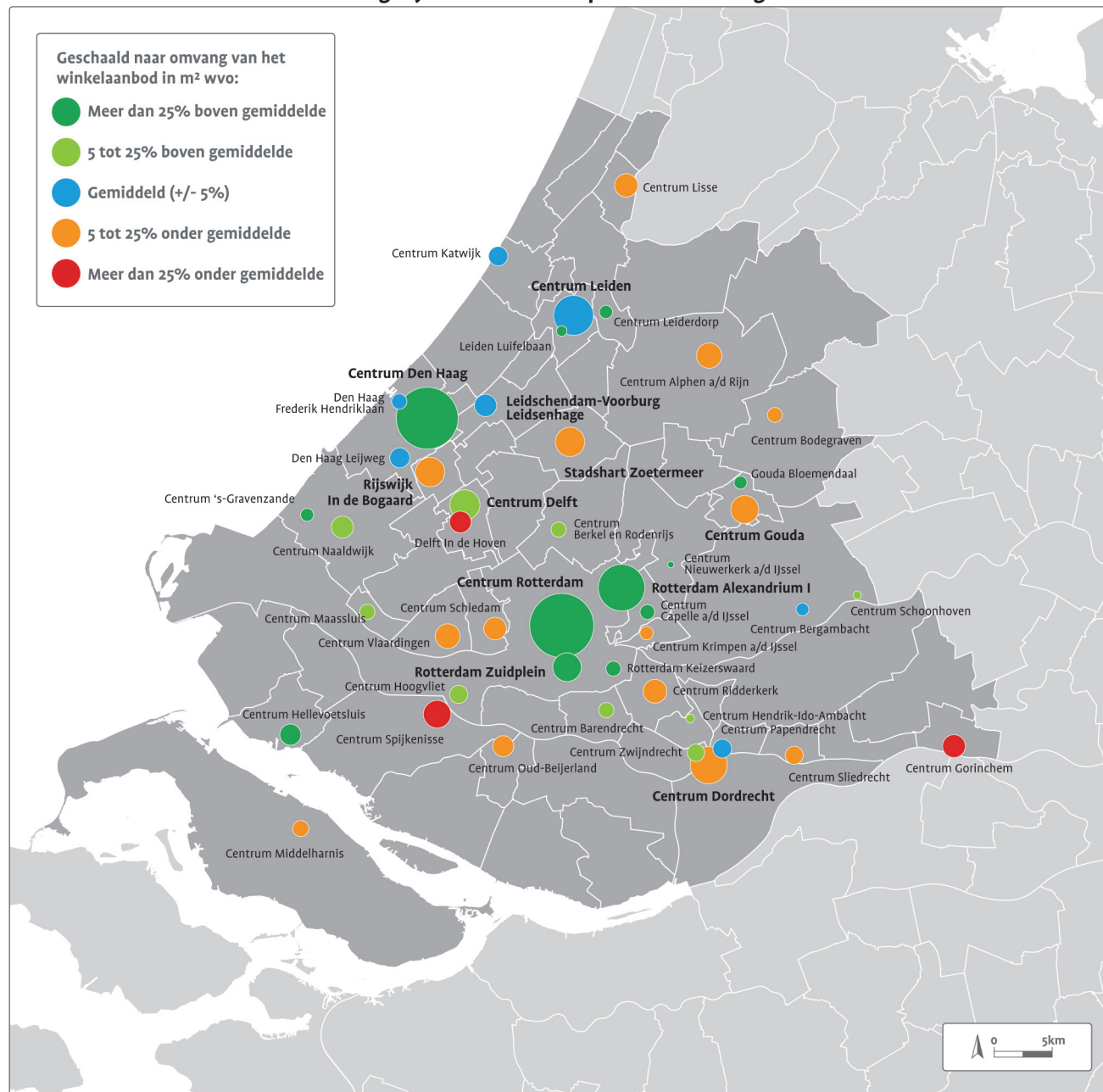
De gemiddelde omzet per m² wvo is een indicator voor het economisch functioneren van een centrum. Hoe hoger de gemiddelde omzet per m² wvo, hoe beter het centrum functioneert.

In de kaart hiernaast en op de volgende pagina is het economisch functioneren van de centra in de provinciale detailhandelsstructuur weergegeven. Aangegeven is of de centra een hoger of lager gemiddeld functioneren hebben dan het gemiddelde in de Randstad. Centrumlocaties zijn daarbij vergeleken met het gemiddeld economisch functioneren van centrumlocaties en ondersteunende winkelgebieden met het gemiddeld economisch functioneren van ondersteunende winkelgebieden.

Economisch functioneren dagelijkse sector

In de dagelijkse sector functioneren vooral de grotere te versterken centra relatief goed. Naar verwachting komt dit doordat het dagelijkse aanbod in die centra vooral gericht is op gemak (kleine gemakswinkels en mandjeswinkels). De marges liggen in die winkels vaak op een hoog niveau.

Economisch functioneren van de dagelijkse sector ten opzichte van het gemiddelde



De kleinere te versterken centra functioneren in de dagelijkse sector wat minder (o.a. Rijswijk In de Boogaard, Stadshart Zoetermeer, centrum Gouda en centrum Dordrecht).

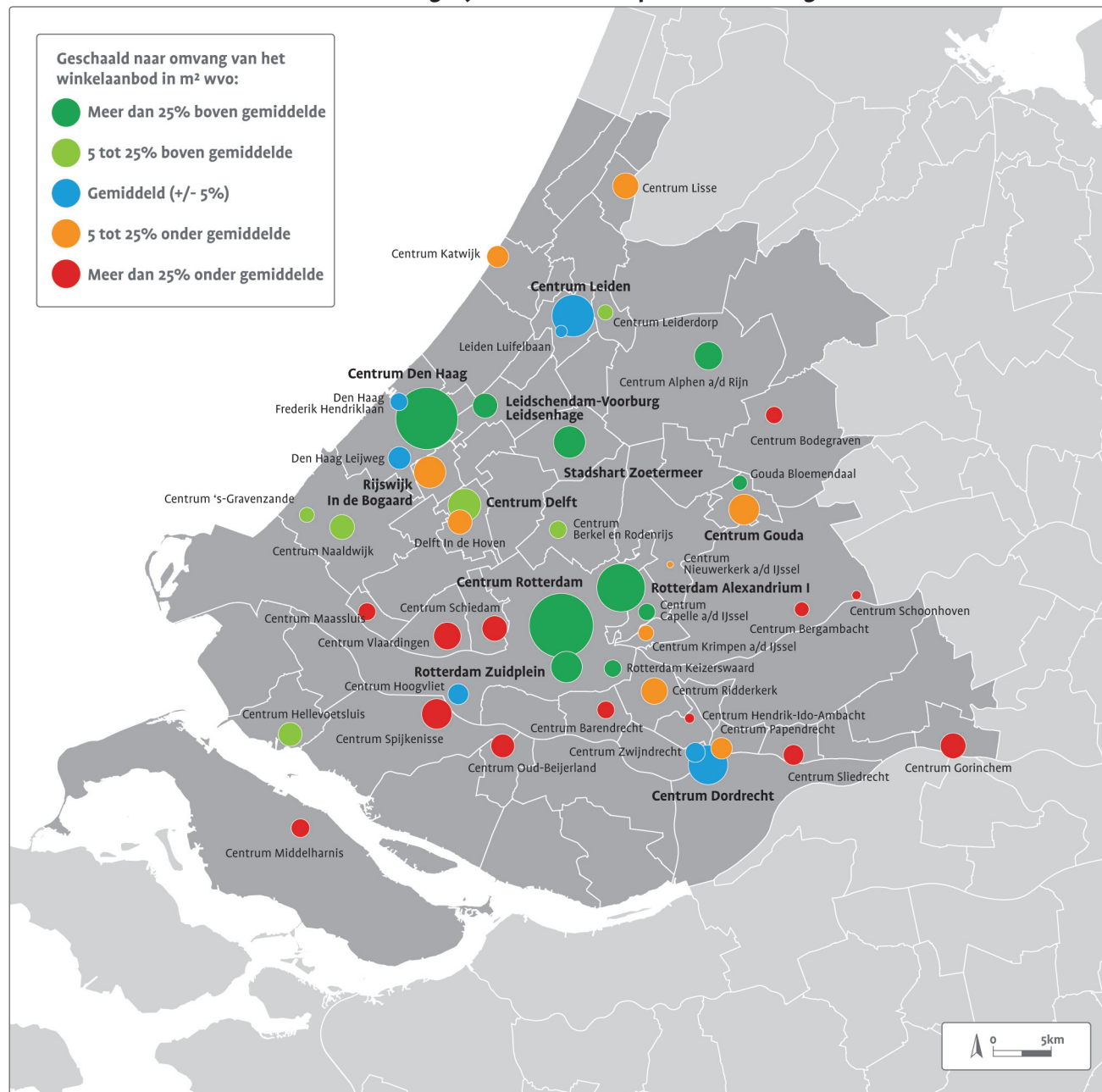
In de te optimaliseren centra functioneren relatief veel centra matig. Het zijn vaak centra van kleinere steden, waar ook sprake is van een ondersteunende buurt- en wijkstructuur met (uitgebreid) supermarktaanbod. Gecombineerd met een minder stedelijk karakter (minder interessant voor mandjeswinkels) en minder inwoners in de centra hebben deze centra een minder sterke uitgangspositie dan de grotere centra, terwijl zij gelet op trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt, wel een sterke dagelijkse basis nodig hebben.

Niet-dagelijkse sector ten opzichte van het gemiddelde

In de niet-dagelijkse sector functioneren de meeste te versterken centra zeer goed. Alleen het centrum van Gouda en het planmatige In de Bogaard functioneren economisch ondergemiddeld.

Dit beeld is volstrekt anders bij de te optimaliseren centra. Veel van die centra functioneren in de niet-dagelijkse sector ondergemiddeld. Vooral de centra in het

Economisch functioneren van de niet-dagelijkse sector ten opzichte van het gemiddelde



zuidelijk deel van de provincie functioneren veelal meer dan 25% onder gemiddeld.

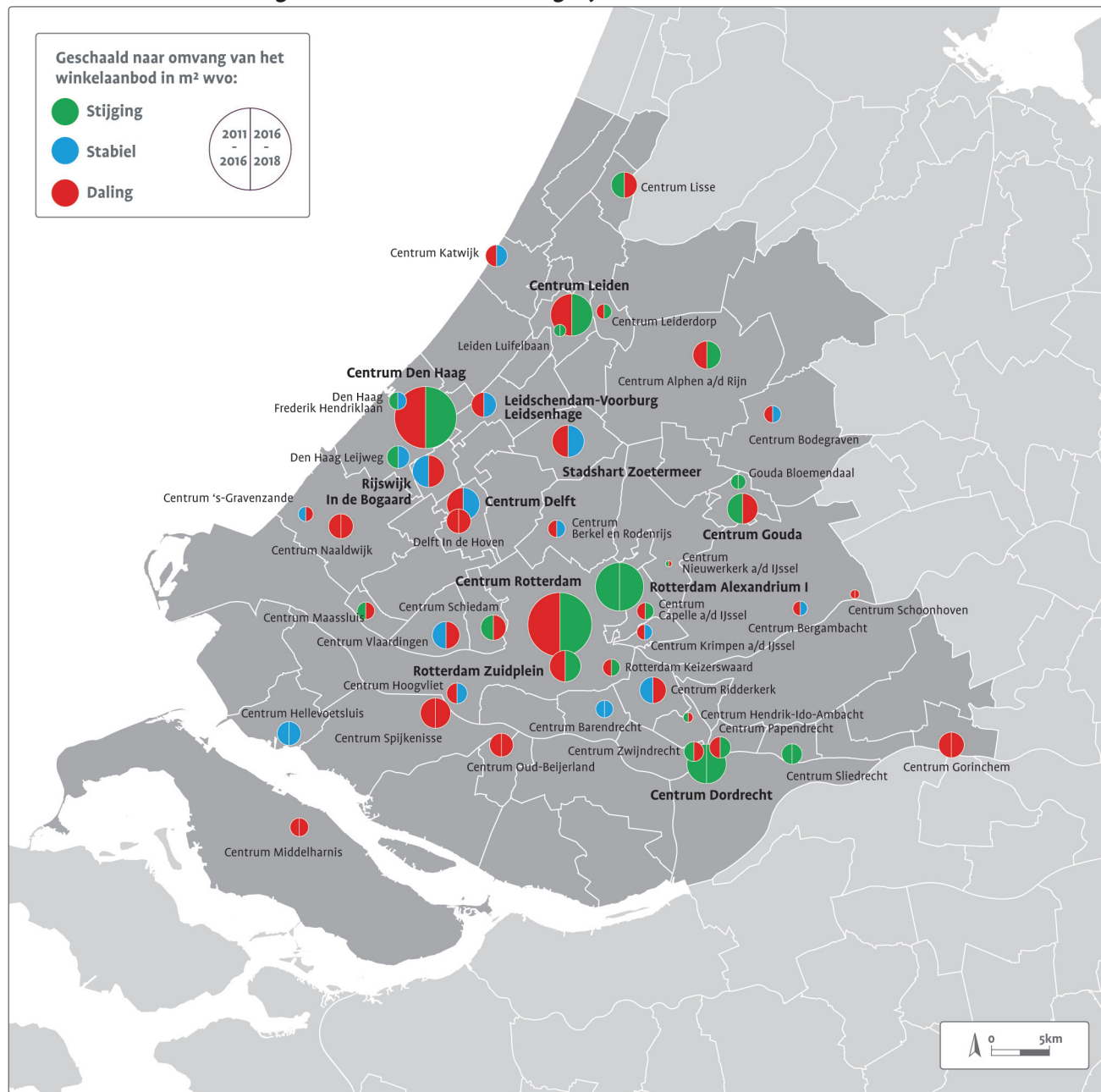
Ontwikkeling functioneren

Behalve het huidige economische functioneren is ook de ontwikkeling van het economisch functioneren een indicator voor het wel en wee van een centrum. In de kaart hiernaast en op de volgende pagina is de ontwikkeling van de gemiddelde omzet per m² wvo weergegeven; in de linkerhelft van de cirkels de ontwikkeling tussen 2011 en 2016, in de rechterhelft de ontwikkeling tussen 2016 en 2018.

Economische ontwikkeling in de dagelijkse sector

De kaart op deze pagina laat geen eenduidig beeld zien voor de economische ontwikkeling in de dagelijkse sector over de afgelopen acht jaar. In de afgelopen twee jaar zijn de centra met beleidsstatus 'te versterken' veelal gestabiliseerd of gestegen. Alleen in het centrum van Gouda en in Rijswijk in de Bogaard heeft een daling in de economische ontwikkeling plaatsgevonden. Dat zijn ook de centra die nu ondergemiddeld functioneren. In de te optimaliseren centra laten vooral de centra in het zuidelijk deel van de provincie een daling in de economische ontwikkeling over de afgelopen twee jaar zien.

Economische ontwikkeling 2011-2016 en 2016-2018 dagelijkse sector

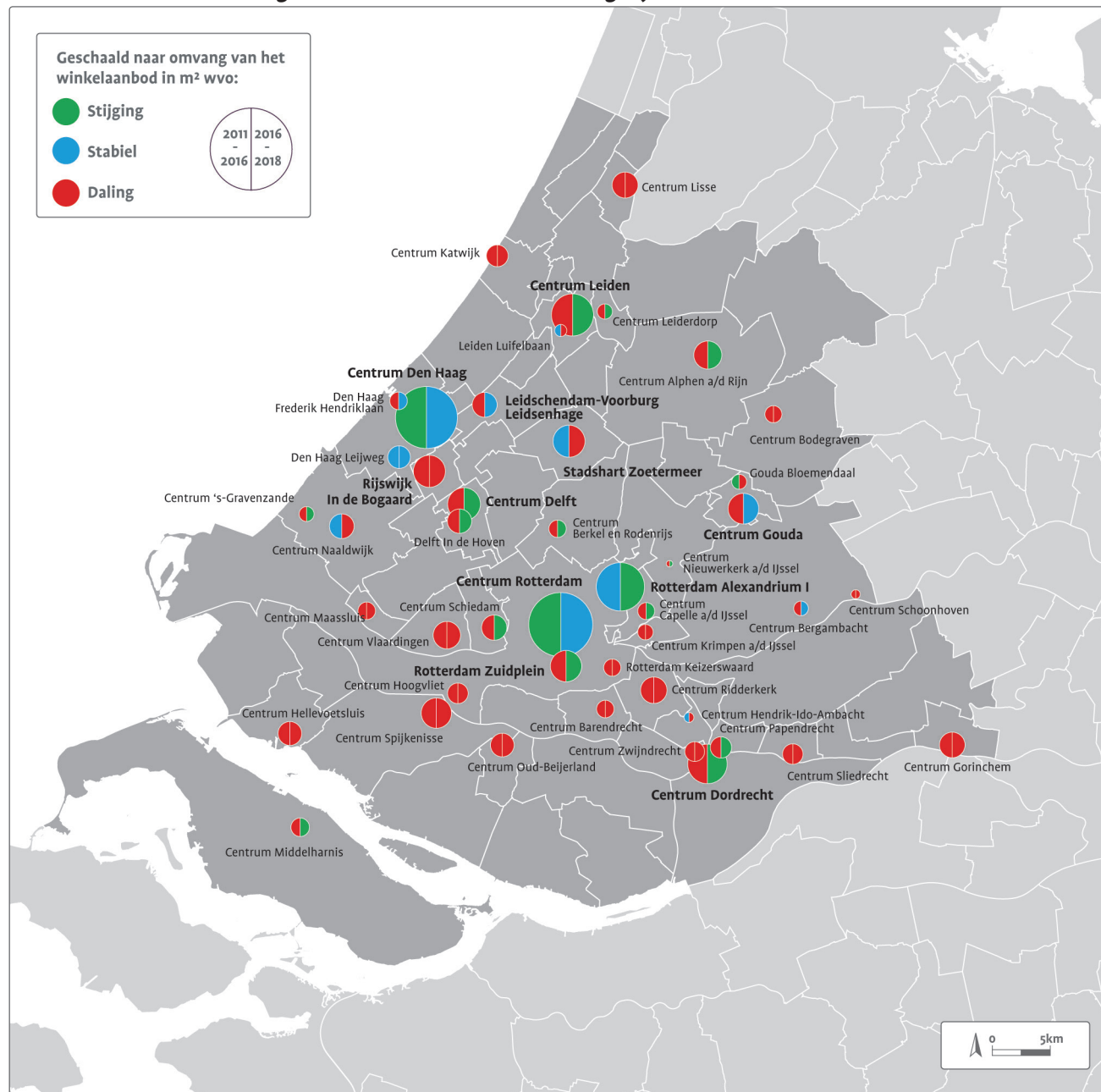


Ontwikkeling in de niet-dagelijkse sector

In de niet-dagelijkse sector hebben veel van de te versterken centra twee maal achter elkaar een positieve economische ontwikkeling doorgemaakt. Zij hebben hun positie verstevigd of gestabiliseerd. In sommige gevallen was sprake van een herstel (o.a. Leiden, Dordrecht, Delft) ten opzichte van de ontwikkeling tussen 2011-2016. Rijswijk in de Bogaard en Stadshart Zoetermeer laten daarentegen een daling zien over 2016-2018. Beide lieten ook in de voorgaande periode geen groei zien.

De meeste te optimaliseren centra lieten in de periode 2011-2016 een daling zien van de gemiddelde omzet per m² wvo en hebben zich de afgelopen twee jaar niet weten te herstellen. Sterker nog, tweederde van de centra heeft een negatieve economische ontwikkeling doorgemaakt over 2016-2018. Het aantal centra dat 'onder druk' staat, is hierdoor gegroeid. Met name in het zuidelijk en noordelijk deel van de provincie hebben veel te optimaliseren centra de daling over 2011-2016 doorgezet in 2016-2018 (dubbel rood). Ook grotere centra zoals Spijkenisse en Vlaardingen maken hier deel van uit.

Economische ontwikkeling 2011-2016 en 2016-2018 niet-dagelijkse sector



3 PDV/GDV-structuur

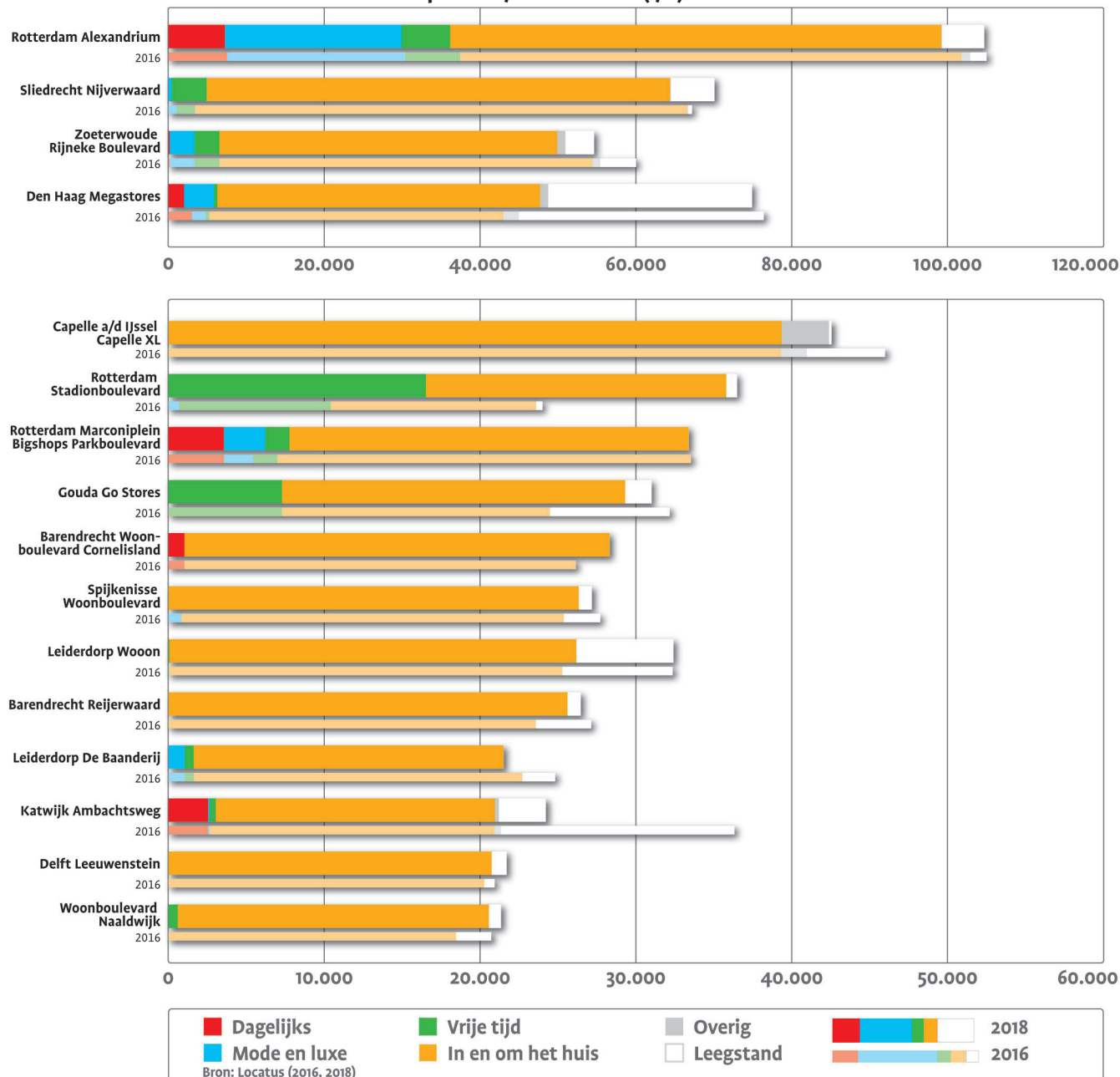
3.1 Winkelaanbod

Aanvullend aan de reguliere detailhandelsstructuur (hoofdstuk 2) bestaat de provinciale detailhandelsstructuur ook uit locaties met (vooral) grootschalige detailhandel: PDV-(perifere detailhandelsvestigings)locaties en GDV-(grootschalige detailhandelsvestigings-)locaties*.

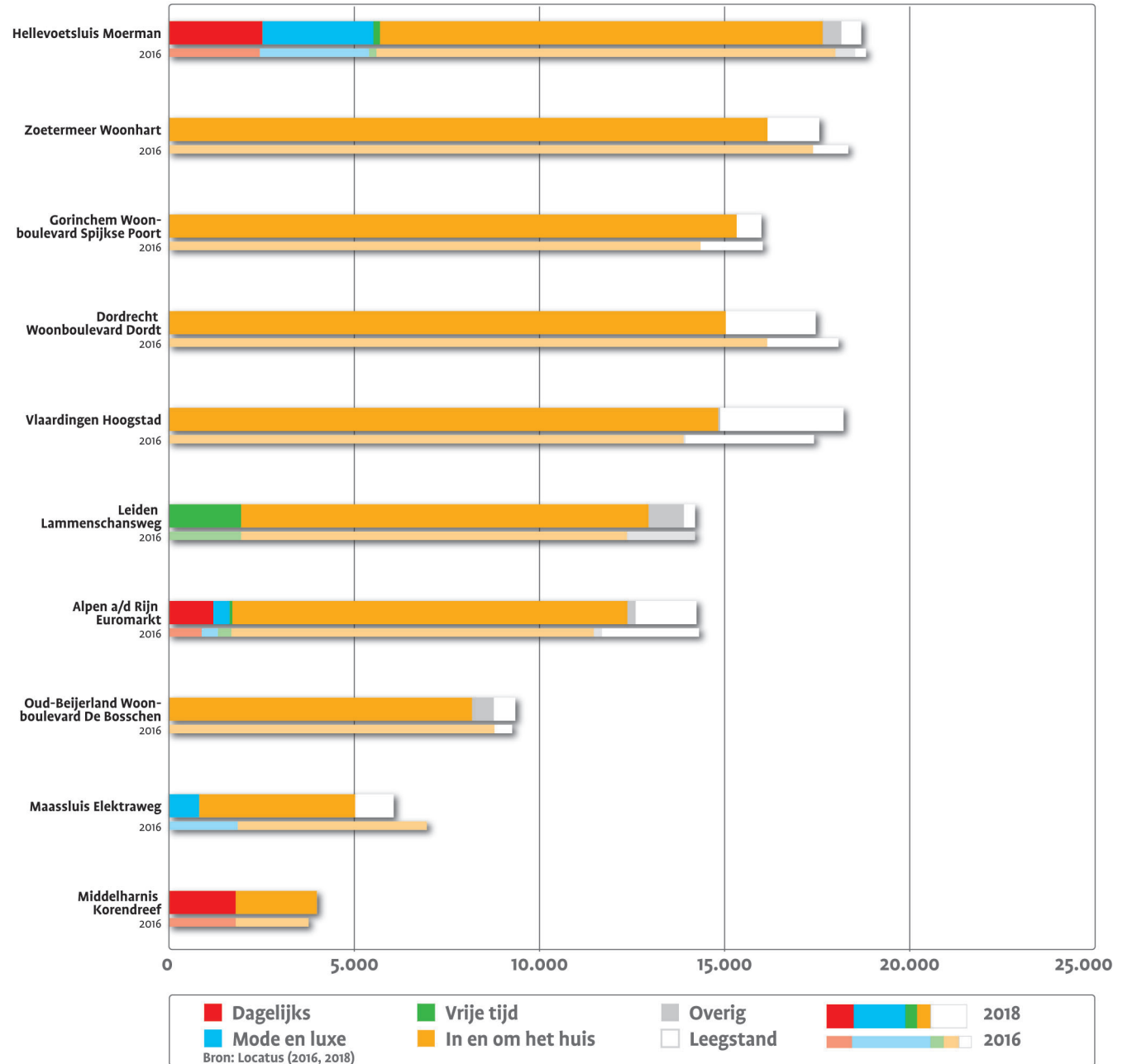
Op een groot deel van de PDV- en GDV-locaties is de leegstand de afgelopen twee jaar afgenomen of, als er in 2016 geen leegstand aanwezig was, geen leegstand ontstaan (zie grafiek hiernaast en op de volgende pagina). Vooral op de grotere PDV- en GDV-locaties (maar niet de grootste) is het aanbod in en om het huis (woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra, elektronica) toegenomen en is leegstand ingevuld.

* Het Kolkplein in Spijkenisse is ook een PDV-locatie in het provinciale beleid, maar daar is geen separate data voor beschikbaar. De locatie maakt deel uit van het centrum van Spijkenisse, zowel in het KSO2016 en KSO2018, als in de data van Locatus.

Winkelaanbod in m² wvo per PDV/GDV-locatie (1/2)



Winkelaanbod in m² wvo per PDV/GDV-locatie (2/2)



3.2 Economisch functioneren

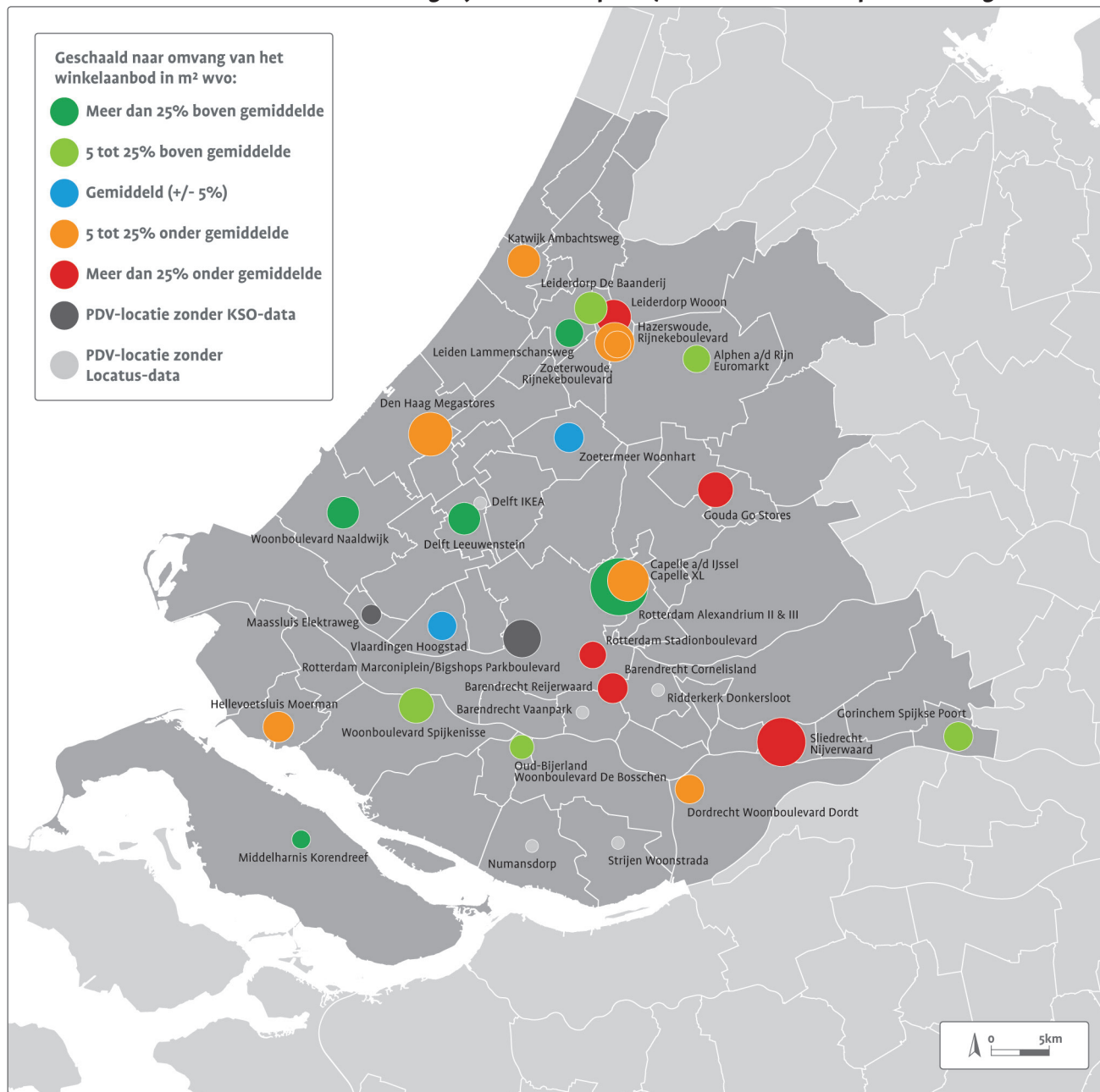
Huidig functioneren

Op de kaart hiernaast is het gemiddelde economische functioneren van PDV- en GDV-locaties in de provincie weergegeven. Daarbij is aangegeven in welke mate de gemiddelde omzet per m² wvo afwijkt van het gemiddeld economisch functioneren op PDV- en GDV-locaties in de Randstad. Dit is alleen gedaan voor de niet-dagelijkse sector (dagelijks aanbod is nagenoeg afwezig op PDV/GDV-locaties).

Het economisch functioneren van de PDV- en GDV-locaties laat een sterk wisselend beeld zien. De locaties die economisch bovengemiddeld functioneren hebben vaak een duidelijk eigen verzorgingsgebied, liggen in een dichtbevolkte omgeving of hebben een bescheiden omvang, met vooral laagdrempelig aanbod.

Het sterk ondergemiddeld functioneren op andere locaties lijkt te worden veroorzaakt door specifieke lokale omstandigheden, zoals een slechte functioneel-ruimtelijke structuur, de nabijheid van andere locaties en de bereikbaarheid of vindbaarheid van de PDV/GDV-locatie.

Economisch functioneren van de niet-dagelijkse sector op PDV/GDV-locaties ten opzichte van gemiddelde



Economische ontwikkeling

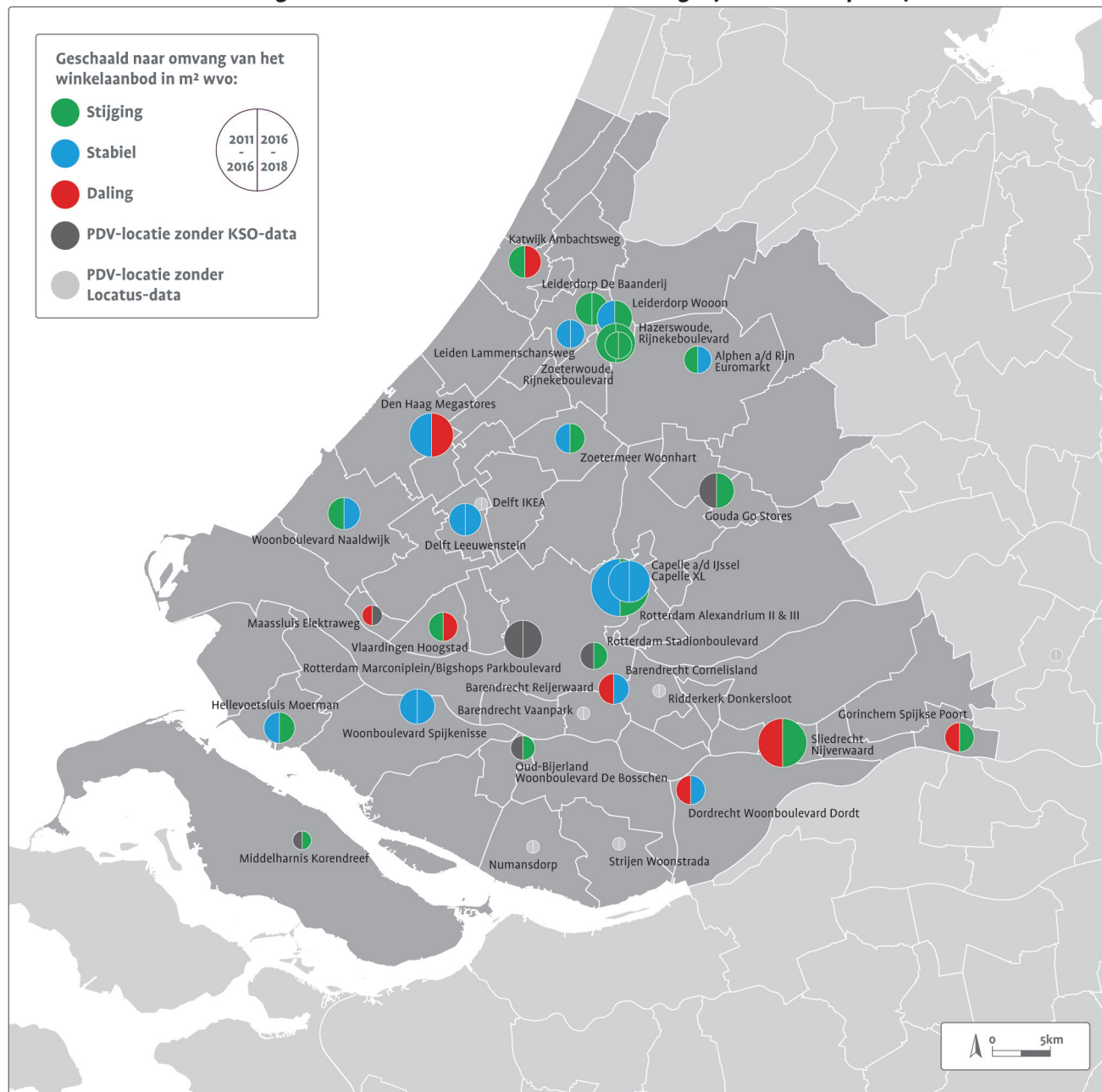
In de kaart hiernaast is de ontwikkeling van de gemiddelde omzet per m² vwo weergegeven: in de linkerhelft van de cirkel de ontwikkeling tussen 2011 en 2016, in de rechterhelft de ontwikkeling tussen 2016 en 2018.

In de afgelopen twee jaar hebben veel PDV- en GDV-locaties zich hersteld en is de vloerproductiviteit gestegen. Dit beeld is veel positiever dan bijvoorbeeld in centrumlocaties. Een belangrijke nuancering hierbij is dat het economisch functioneren op veel locaties nog steeds veel te laag is.

De belangrijkste oorzaak voor het positieve beeld op de kaart hiernaast is een sterk positieve ontwikkeling in de woninginrichtingsbranche de afgelopen jaren als gevolg van het toegenomen aantal verhuizingen. Indien deze ontwikkeling stopt (en de eerste aanwijzingen daarvoor beginnen zich af te tekenen), dan leidt dat weer tot een (sterk) negatief beeld.

PDV/GDV-locaties die ondanks de positieve ontwikkeling van de woningmarkt toch te maken kregen met een afnemend functioneren zijn Den Haag Megastores, Vlaardingen Hoogstad en Katwijk Ambachtsweg.

Economische ontwikkeling 2011-2016 en 2016-2018 van de niet-dagelijkse sector op PDV/GDV-locaties



4 Marktruimte

4.1 Uitgangspunten

De voorgaande hoofdstukken laten zien dat de winkelmarkt in Zuid-Holland aan het veranderen is en onder druk staat. Er is dan ook voldoende aanleiding om te veronderstellen dat er eerder behoefte is aan minder dan aan meer winkelaanbod. Om hier meer kwantitatief inzicht in te verkrijgen is op basis van actuele koopstromen voor elke gemeente en per branchegroep een berekening gemaakt van het potentieel haalbare winkelaanbod. Na aftrek van het nu aanwezige winkelaanbod geeft dat inzicht in het teveel aan winkelaanbod of de uitbreidingsruimte (marktruimte). Voor de berekeningen zijn per gemeente de volgende uitgangspunten gebruikt:

- Primos bevolkingsprognose (2019) voor 2025;
- Gemiddelde winkelomzet per inwoner per branche in fysieke winkels en de gemiddelde winkelomzet per m² wvo in 2017 (meest actueel beschikbare data; INretail/Panteia/DTNP et al, 2018);
- Correctie op winkelomzet per inwoner o.b.v. gemiddeld inkomen per gemeente 2017 (meest actueel beschikbare data; CBS);

- Koopkrachtbinding en -toevloeiing o.b.v. KSO 2018;
- Huidig winkelaanbod (dezelfde cijfers als in KSO 2018);
- Lineaire extrapolatie van bestedingsaandeel van internet o.b.v. resultaten KSO 2016 en KSO 2018 (en een vergelijking daarvan met de ontwikkeling tussen KSO 2011 en 2018) (zie onderstaande tabel)*;
- Evenredige verdeling van de groei van het marktaandeel internet over de koopkrachtbinding aan eigen en -afvloeiing naar andere gemeenten;
- Geen modelmatige vertaling van eventuele ambities of plannen in ophoging van huidige

* Er is bij voorspellingen voor de toekomst veel onzekerheid over de snelheid waarmee internet in marktaandeel wint. Enerzijds kan, gelet op de grafiek op pagina 5, uitgegaan worden van een versnellende ontwikkeling, anderzijds kan ook worden uitgegaan van een verzadiging en daarmee afvlakkende ontwikkeling. Vanwege de onzekerheid is uitgegaan van een lineaire extrapolatie.

	Marktaandeel internet 2018 in Zuid-Holland	Toename marktaandeel internet in Zuid-Holland in %-punt per jaar tussen 2016 en 2018	Extrapolatie toename marktaandeel internet in Zuid-Holland in %-punt tot 2025 (7 jaar)	Marktaandeel internet 2025 in Zuid-Holland waarmee gerekend is
Dagelijks	3,1%	0,8%	5,9%	9,1%
Mode en luxe	28,3%	2,2%	15,7%	44,0%
Vrije tijd	30,5%	1,4%	9,7%	40,2%
In en om het huis	19,7%	1,4%	10,1%	29,8%
Overig	25,0%	1,8%	12,5%	37,5%

koopkrachtbinding en/of -toevloeiing (niet 'rijk rekenen' met toekomstige koopstromen).

Harde en zachte plannen voor uitbreiding van het winkelaanbod zijn (in verband met alle onzekerheden) niet in de berekeningen meegenomen. In bijlage 3 zijn per gemeente de specifieke resultaten van de marktruimteberekening opgenomen. In dat overzicht zijn de harde en zachte plannen wel gepresenteerd.

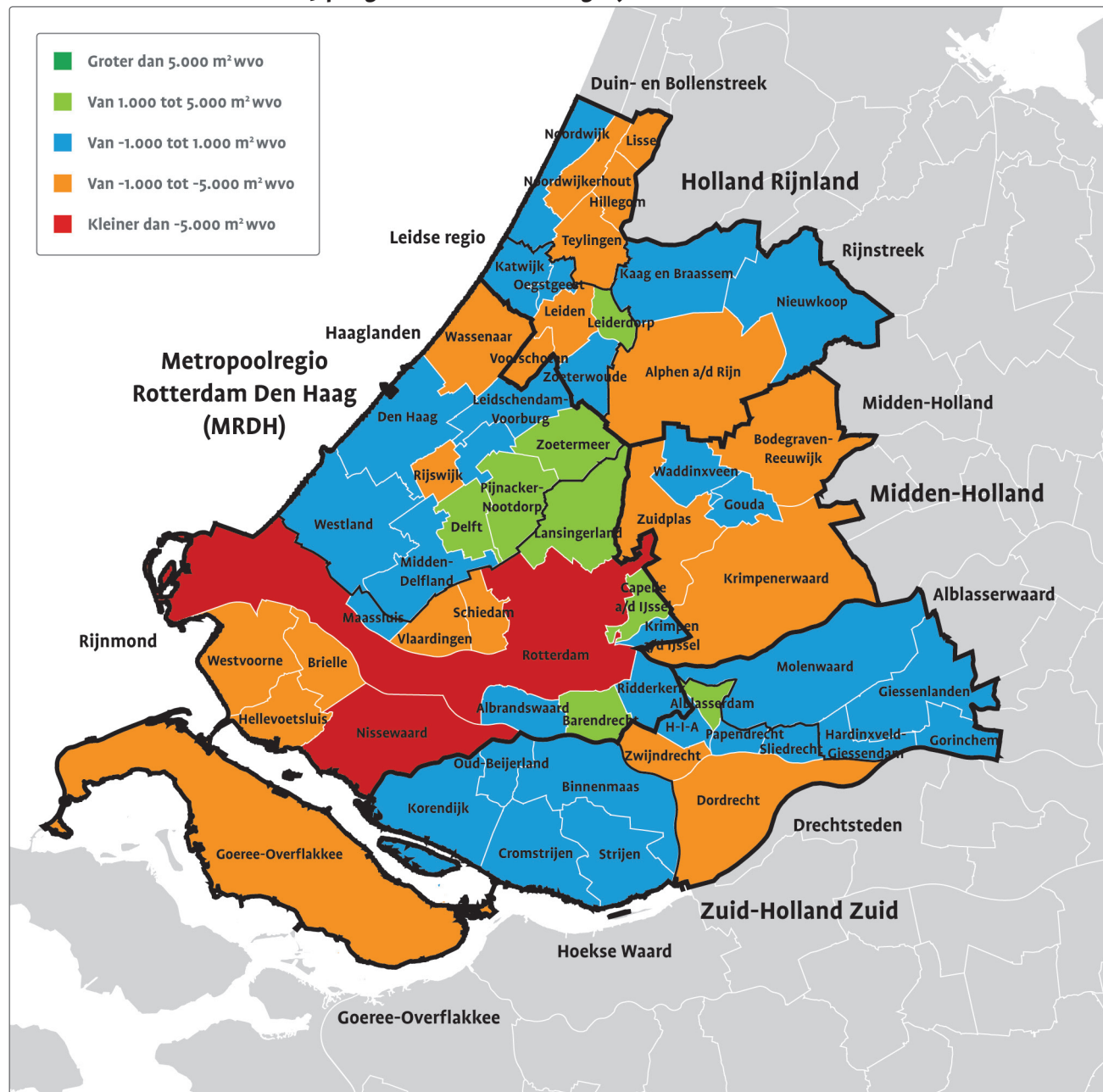
Let op: de marktruimteberekeningen die in de volgende twee paragrafen volgen, zijn indicatief. Op basis van deze berekeningen kan niet zonder meer geconcludeerd worden dat een willekeurige ontwikkeling wel of niet gewenst is. Een dergelijke afweging dient breder te worden gezien.

4.2 Dagelijkse sector

De kaart hiernaast geeft op basis van de uitgangspunten per gemeente de marktruimte voor de dagelijkse sector (supermarkten, versspecialzaken, persoonlijke verzorging) in Zuid-Holland voor 2025 weer. Achterliggende cijfers per (sub)regio zijn in bijlage 3 opgenomen.

In veel gemeenten is sprake van een beperkt overaanbod of een evenwichtssituatie. Dit beeld is afwijkend van het beeld uit 2016, toen in veel gemeenten sprake was van evenwicht of enige uitbreidingsruimte. De belangrijkste oorzaak van het verschil is dat in 2016 werd gerekend met een veel lagere inschatting van de ontwikkeling van internet in de dagelijkse sector. Die inschatting blijkt anno 2019 te behoudend te zijn geweest. Het marktaandeel van internet bedroeg in 2018 al veel meer (3,1%) dan waar eerder mee werd gerekend voor 2022 (2,1%). Dit vertaalt zich daarmee ook in andere marktruimte voor 2025. In totaal is op termijn in de hele provincie sprake van circa 65.000 m² wvo overaanbod in de dagelijkse sector. Per gemeente blijft het overaanbod meestal beperkt. Met name in Rotterdam is, net als in 2016, te veel aanbod.

Indicatie marktruimte in 2025 per gemeente voor de dagelijkse sector

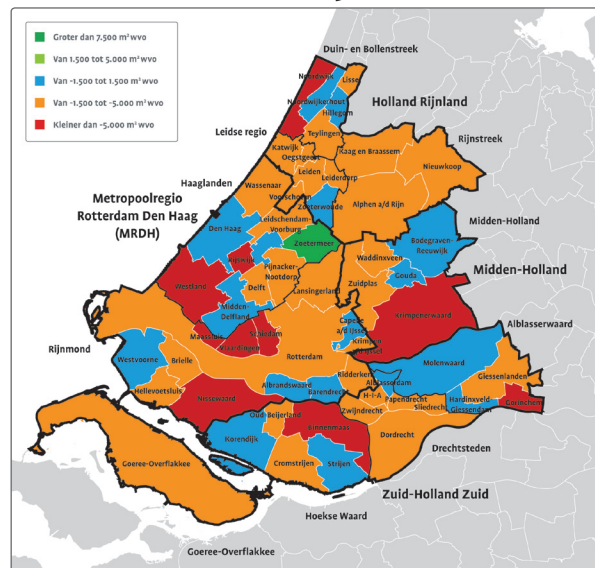


In grote delen van de provincie is het aanbod groter dan de vraag en zou gewerkt moeten worden aan het terugbrengen van het winkel-aanbod. Alleen in het centrale deel van de provincie (met name MRDH) is bij sommige gemeenten nog sprake van positieve marktruimte, voornamelijk doordat het aantal inwoners daar nog verder zal toenemen.

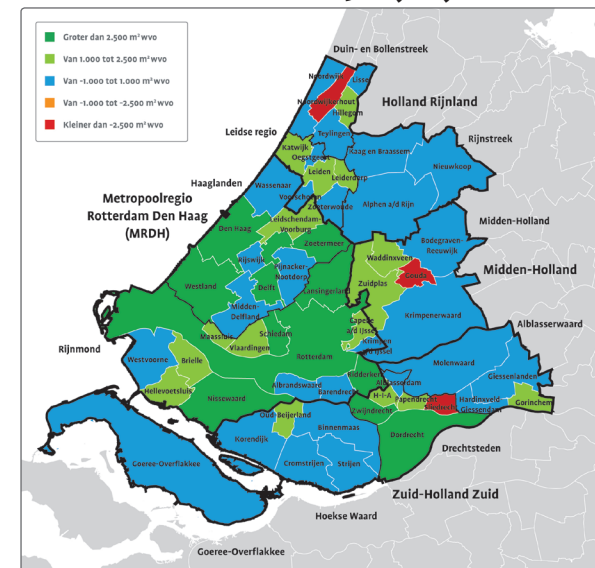
De kaart op de vorige pagina is een optelsom van de marktruimte voor de vier niet-dagelijkse branches: Mode en luxe, Vrije tijd, In en om het huis en Overig (zie de kaarten hiernaast). Op provinciaal niveau is het overaanbod het grootst in de branche Mode en luxe (ca. 130.000 m² wvo). Op Zoetermeer na is in alle gemeenten sprake van een evenwichtstoestand of overaanbod in deze branche. Een belangrijke reden daarvoor is de internetgevoeligheid van deze branche.

Voor de overige branches is er gemiddeld genomen meer marktruimte aanwezig voor uitbreiding van het aanbod. Grofweg moet geconstateerd worden dat in de MRDH relatief weinig aanbod en daarbuiten juist relatief veel aanbod is, en er dus sprake is van een onevenwichtige verdeling van het aanbod over de provincie.

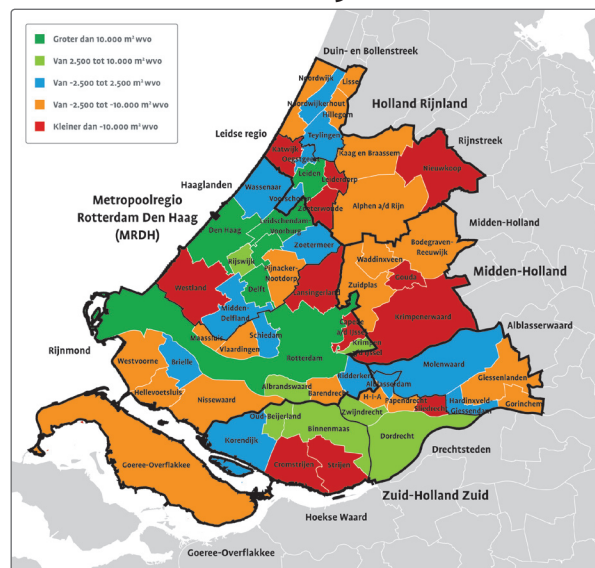
Indicatie marktruimte 2025 Mode en luxe



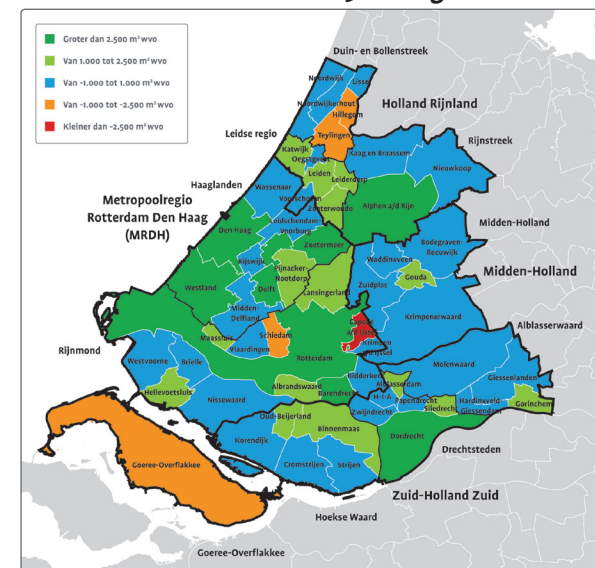
Indicatie marktruimte 2025 Vrije tijd



Indicatie marktruimte 2025 In en om het huis



Indicatie marktruimte 2025 Overig



4.4 Doorkijk naar 2030

De berekeningen van marktruimte in de vorige twee paragrafen zijn gericht op 2025, zes jaar in de toekomst (en zeven vanaf het KSO 2018). De resultaten van het KSO 2018 laten (wederom) zien dat de detailhandelssector dynamisch is en in korte tijd snel kan veranderen. Berekeningen van marktruimte voor 2030 zijn dan ook niet zinvol te maken. Wel kan op basis van trends en ontwikkelingen en de marktruimte-berekeningen voor 2025 een kwalitatief beeld worden geschetst van de te verwachten ontwikkelingsrichting van marktruimte.

Doorkijk naar 2030 voor dagelijkse sector

Aan de vraagzijde is het verstandig ervan uit te gaan dat de fysieke dagelijkse winkelmarkt niet sterk meer gaat groeien na 2025. De bevolking in Zuid-Holland neemt weliswaar verder toe en op dit moment wint 'food' nog steeds aan populariteit, maar het KSO 2018 laat zien dat internet onmiskenbaar ook in de dagelijkse sector invloed gaat hebben. Online boodschappen- en maaltjedservices, en bezorgservices vanuit de horeca gaan een veel grotere rol spelen dan nu het geval is. De grote transitie in de niet-dagelijkse sector zal naar verwachting uiteindelijk ook in de dagelijkse sector plaatsvinden. In welke mate is echter uiterst onzeker,

maar dat er een drukkend effect vanuit gaat op de bestedingen in fysieke winkels is waarschijnlijk.

Aan de aanbodzijde zien we dat in veel Zuid-Hollandse gemeenten (harde en zachte) plannen bestaan voor verdere uitbreiding van het dagelijkse aanbod. Als alle plannen (hard en zacht) ontwikkeld zouden worden, dan zou in 2025 sprake zijn van een fors overschot aan meters. De realisatie van alle plannen is echter onzeker.

Aanvullend aan de plannen zien we dat de dagelijkse sector in de afgelopen jaren onder andere is gegroeid door de schaalvergroting van supermarkten. Veel supermarkten hebben een schaal sprong gemaakt naar een omvang van 1.200 à 1.500 m² wvo. Uiteraard zijn er ook nog veel supermarkten die die schaal sprong nog niet hebben gemaakt, maar dat op termijn wel willen doen. Het ligt echter niet in lijn der verwachting dat, mede gelet op de verwachte ontwikkeling van de vraagzijde, er een volgende schaalvergrotingssprong zal plaatsvinden naar nog grotere supermarkten. Sterker nog, er zal mogelijk weer meer behoefte ontstaan aan kleinere supermarkten waarin het assortiment meer bestaat uit verse, voorbewerkte producten en minder uit houdbare bulkgoederen. Daarbij zou het mogelijk kunnen zijn dat naar een (nog)

fijnmaziger netwerk van winkels wordt gestreefd door marktpartijen (nog dichterbij de klant). Het dagelijkse winkellandschap wordt diverser.

Gelet op het voorgaande lijkt er voor de periode na 2025 op provinciaal niveau weinig reden te bestaan om het dagelijkse winkelaanbod kwantitatief verder uit te breiden en lijkt het er meer op dat ook daar op termijn het aanbod minder groot zal kunnen zijn. Dit laat onverlet dat in specifieke lokale situaties wel marktruimte kan bestaan.

Doorkijk naar 2030 voor niet-dagelijkse sector

In grote delen van de provincie is voor 2025 al geen marktruimte voor uitbreiding van het niet-dagelijkse winkelaanbod. Mede gelet op een groot marktaandeel van internet in de toekomst, de bevolkingsontwikkeling en de harde en zachte plannen zal er voor de periode 2025 tot 2030 op provinciaal niveau naar verwachting geen kwantitatieve behoefte bestaan voor uitbreiding van het niet-dagelijkse winkelaanbod. Net als voor de dagelijkse sector geldt ook voor de niet-dagelijkse sector: in specifieke gevallen kan er lokaal voor specifieke branches wel marktruimte aanwezig zijn.

Dit laat onverlet dat de dynamiek in de sector onverminderd door zal gaan. Verouderde

concepten en minder courante locaties zullen verdrongen blijven worden door sterkere. Op basis van thans te voorziene ontwikkelingen kan dit ook op termijn, met name in grote binnensteden, leiden tot additionele behoefte, terwijl gelijktijdig sprake is van overschot elders in dezelfde gemeente. Ook opnieuw wijzigend winkelgedrag kan leiden tot wijzigingen in kwalitatieve behoefte aan winkelvastgoed. Op dit moment is er per saldo voor (na) 2030 echter geen aanleiding uit te gaan van een kwantitatieve groei van de behoefte aan winkels. Afhankelijk van de mate waarin dan reeds transitie heeft plaatsgevonden, ligt eerder een overschot voor de hand.

Waar naar verwachting wel een toenemende behoefte aan bestaat is logistiek vastgoed (bijvoorbeeld distributiecentra en e-fulfilmentcentra). Door de toename van het aantal pakketjes dat naar consumenten wordt verzonden, ontstaat er meer, maar ook een andere vraag naar logistieke centra. Locatie en grootschaligheid worden steeds belangrijker, evenals snelle internetverbindingen. Bestaand logistiek vastgoed voldoet lang niet altijd meer.



Toenemende vraag naar logistiek vastgoed



5 Duiding resultaten

5.1 Beleidsuitgangspunten

Doel

Doel van het provinciale beleid zijn krachtige, vitale, aantrekkelijke en goed bereikbare centra in steden en dorpen. Daar versterken kantoren, horeca, woningen, detailhandel en culturele voorzieningen elkaar. Detailhandel vormt een belangrijke pijler binnen centra en de voorzieningenstructuur als geheel, en daarmee voor het totale woon- en leefklimaat in de provincie. Vitale centra zijn daarnaast van belang als 'imagodragers' van dorp en stad en voor het vestigingsklimaat voor andere sectoren (o.a. wonen, bedrijventerreinen, kantoren).

Opgave

Het koopgedrag en de consumentenvoorkeuren wijzigen, met grote gevolgen voor de fysieke winkelstructuur. De consument richt zich nog meer dan in 2016 op de grootste binnensteden om te winkelen en/of als vrijetijdsbesteding, en op de lokale dorp- en wijkcentra voor boodschappen. Niet-dagelijkse aankopen gaan weer

(veel) meer via internet. De positie van de middelgrote centra komt verder onder druk te staan en ook sommige grotere centra krijgen het lastig.

De opgave is om optimaal in te blijven spelen op het zich wijzigende consumentengedrag, rekening houdend met:

- Demografische ontwikkelingen (in sommige regio's groei, in andere krimp; vergrijzing, kleinere huishoudens, diverse leefstijlen);
- Technologische ontwikkelingen (innovatie en toenemende schaal(voordelen) web-winkels en logistiek bestellen/leveren);
- Groeiende kennis/informatie/mobiliteit van consument, inclusief vitale(re) ouderen, stelt hogere eisen aan kwaliteit winkelgebieden;
- Wijzigende vestigingsvoorkeuren en -gedrag van retailorganisaties en investeringskansen voor vastgoedpartijen voor winkelvastgoed;
- Leegstand en uitblijven van investeringen op locaties als gevolg van positieverlies als winkelgebied en daarmee transitieopgave;
- (Toenemende) druk en kansen investeringen op andere locaties als gevolg van sterkere positie als winkelgebied en/of wens behoud van positie/belangen;

- (Toenemende) behoefte aan duurzaam en intensief ruimtegebruik en tegengaan van onnodige mobiliteit.

Prioriteit: relevant houden van centrumgebieden

Om centrumgebieden aantrekkelijk en vitaal te houden, is het van belang ze relevant te houden voor (toekomstige) inwoners en ondernemers. Bezoekersaantallen en passantenstromen kunnen op peil gehouden worden door publiek-aantrekkelijke functies zoveel mogelijk te bundelen in compacte centra. Daartoe zijn in beginsel geen nieuwe ontwikkelingen buiten bestaande winkelgebieden gewenst.

Buiten de gewenste structuur is, om marktpotenties zoveel mogelijk te bundelen, afbouw/transitie van niet-levensvatbare winkellocaties gewenst. Dit geldt om dezelfde reden ook voor onnodige en verborgen plancapaciteit. Door de 'druk' (ruimtelijke schaarste) zoveel mogelijk te richten op winkelgebieden wordt de markt gefaciliteerd: investeringen op (complexe centrum)locaties worden eerder haalbaar.

Bundeling van winkelverkeer en verdichting van winkels en overige voorzieningen in, vanuit woongebieden, centraal gelegen centrumlocaties die goed door openbaar vervoer en fiets ontsloten zijn, draagt daarnaast positief bij

aan het terugdringen van onnodig autoverkeer en de leefbaarheid van de woonomgeving.

Duurzaam ruimtegebruik

Afhaalpunten en andere 'nieuwe' vormen van detailhandel waarbij een consument zich naar een fysieke locatie buiten de woning verplaatst, zijn net als winkels gewenst in de bestaande centra. Dergelijke functies vormen een extra drager (behoud publiek) voor reeds gevestigde centrumvoorzieningen. Het niet op perifere of solitaire locaties toestaan van afhaalpunten, showrooms, etc. voorkomt bovendien het ontstaan van nieuwe vormen van detailhandel op bedrijventerreinen. Onnodige automobiliteit door een grotere spreiding van voorzieningen, overlast voor (niet-publiekgerichte) bedrijven en onveiligheid door consumentenverkeer op bedrijventerreinen kunnen zo bovendien worden voorkomen. Hiermee wordt duurzaam ruimtegebruik, zowel in centra als op bedrijventerreinen, gestimuleerd.

Beleidsmatig inspelen op verdere positionering

Het is verstandig beleidsmatig in te (blijven) spelen op de verscherpte positionering van centra door de opgave die dit lokaal en regionaal met zich meebrengt optimaal te faciliteren. Een beperkt aantal grote centrumgebieden (en dan met name de meer centrale

delen hierbinnen) hebben ook op de langere termijn goede kansen als regionale aankoopplaats voor niet-dagelijkse artikelen. Zij kunnen goed inspelen op de toenemende rol van beleving (passen, proeven, proberen en kopen) in centra en op de toenemende vraag naar mengvormen van winkels, horeca en vermaak. Bovendien sluit de keuze voor een beperkt aantal grote centrumgebieden aan bij de behoefte van retailorganisaties aan duurzaam drukke en attractieve winkelomgevingen.

Veel middelgrote en kleinere centra hebben in toenemende mate primair een functie voor eigen inwoners van de gemeente, woonkern, stadsdeel of wijk. Met de afnemende bovenlokale rol en de afnemende belangstelling bij retailorganisaties in mode- en overige niet-dagelijkse winkelbranches wordt boodschappen doen door de eigen inwoner belangrijker als basis voor veel hoofdcentra/stadsdeelcentra (frequente lokale koopfunctie). Dit vraagt (op gemeentelijk niveau) bijzondere aandacht voor ruimtelijke inpassing van supermarkten als dé dragers (publiekstrekking) voor deze centra. De provincie Zuid-Holland heeft daarbij een toetsende rol, waarbij wij adviseren een duidelijke lijn te hanteren: winkels horen in centrum- en winkelgebieden. Supermarkten op

perifere locaties worden, gelet op de onder druk staande winkelmarkt, niet toegestaan.

De veranderende rol van centra vraagt in veel gevallen om lokale keuzes ten aanzien van omvang en afbakening van winkelgebieden, de positie van deelgebieden hierbinnen en de noodzakelijke transitie van verouderd winkelvastgoed (en alternatief programma daarvoor). Deze lokale keuzes zijn uiteraard primair aan gemeenten. Vanwege de maatschappelijke urgentie en complexiteit hiervan is het aan te bevelen dit proces als provincie te stimuleren/faciliteren.

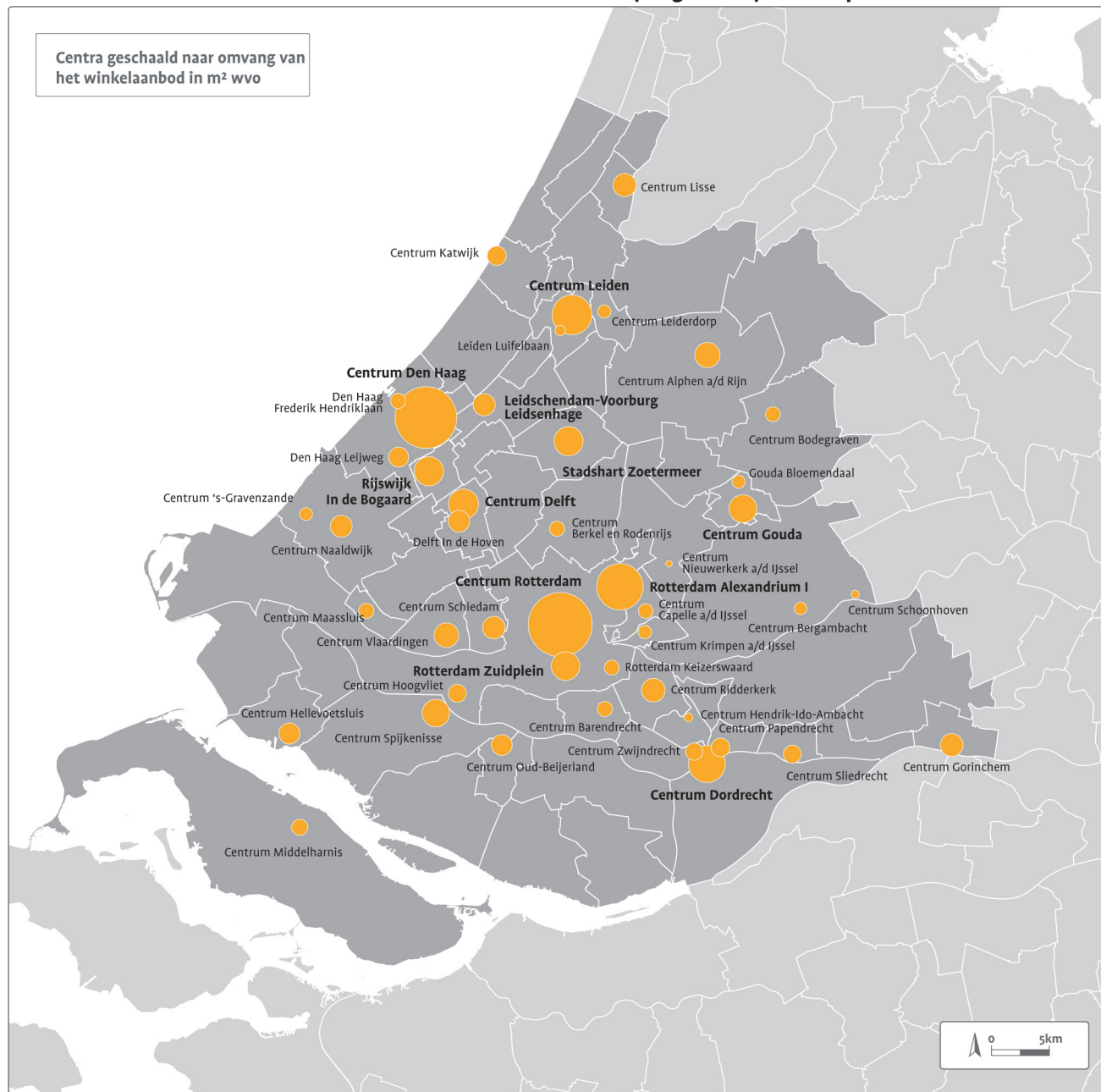
5.2 Provinciale hoofdwinkelstructuur

In het beleid uit 2017 (zie kaart) is voor de winkelstructuur gekozen voor een driedeling:

1. 11 te versterken (boven)regionale centra: faciliteren in versterking van hun (boven-) regionale positie (inbreiding in bestaand stedelijk gebied), kwantitatieve én kwalitatieve versterking mogelijk (binnen marktruimte);
2. 35 te optimaliseren regionale en lokale centra: inzetten op compacte winkelgebieden en faciliteren van transitie van randgebieden (centrumvisie), in principe geen kwantitatieve versterking;
3. Overige lokale (dorps-, wijk- en buurt-) centra: faciliteren in behoud van lokaal-verzorgende functie, mogelijk herzien positie binnen lokale detailhandelsstructuur.

Met dit beleid heeft de provincie Zuid-Holland een stringent, maar progressief beleid gevoerd dat marktpartijen zekerheid bood en de weg opende voor investeringen op dure centrumlocaties. Het heeft in Zuid-Holland geleid tot een robuuste winkelstructuur met relatief goed functionerende centra, waarin zowel binnen- als buitenlandse retailorganisaties succesvol een plek konden vinden.

De centra in Zuid-Holland met beleidsstatus 'te versterken' (vetgedrukt) en 'te optimaliseren'



5.3 Evaluatie en doorkijk naar nieuw beleid

Duidelijkheid en structuur nog steeds gewenst

In 2016 is op basis van de resultaten van het KSO 2016 geconcludeerd dat de destijds gehanteerde indeling min of meer hetzelfde kon blijven. Wel vond een beperkte verandering in de omschrijving plaats. Daarvoor werden de volgende criteria gehanteerd:

- Omvang/kritische massa aanbod;
- Regionale functie (toevloeiing);
- Economisch functioneren (bestedingen/m² wvo);
- Bevolkingsprognose;
- Marktpotenties op basis van toekomstig bevolkingsdraagvlak en kooporiëntaties;
- Bijzondere onderscheidende attractiviteit/stedenbouwkundige/historische kwaliteit.

Gelet op trends uit het KSO 2018 (opgave, verdere positionering) is dergelijk beleidsmatig 'maatwerk' in hoofdlijnen nog altijd actueel (zie kader). Sterker nog, gelet op de ontwikkelingen in de winkelmarkt en in het consumentengedrag neemt het belang aan helder gemaakte beleidskeuzes alleen maar toe. Doordat ruimtelijke ordening vooral vraagt om lange-termijndenken en ruimtelijke keuzes op termijn onomkeerbare gevolgen kunnen hebben, is het

Conclusies KSO 2018 voor Zuid-Holland

Het koopstromenonderzoek 2018 laat zien dat de eerder ingezette ontwikkelingen van de winkelmarkt verder doorzetten. De belangrijkste conclusies zijn:

- De online bestedingen van consumenten zijn opnieuw sterk toegenomen: in de dagelijkse sector (boodschappen) verdubbelde het marktaandeel van internet in twee jaar tijd van 1,6% naar 3,1%, in de niet-dagelijks sector groeide het marktaandeel van internet van 20,6% naar 24,2%.
- De meeste middelgrote centra hebben zich de afgelopen twee jaar niet weten te herstellen. Sterker nog: de groep middelgrote centra die onder druk staan is groter geworden. Hier zijn nu ook grotere middelgrote centra als Spijkenisse, Zoetermeer en Vlaardingen bij gekomen. Centra die het nog wel goed doen en hun positie verstevigen behoren tot de grootste centra (o.a. Den Haag, Rotterdam, Leiden).
- De afgelopen paar jaar was sprake van hoogconjunctuur. Bedacht moet worden dat binnen enkele jaren weer een laagconjunctuurtijd kan aanbreken. Veel

centra in Zuid-Holland hebben zelfs in een tijd van hoogconjunctuur te maken gehad met afnemende bestedingen. Dit betekent dat de transitie van de winkelmarkt een nog grotere impact zal hebben in een periode van laagconjunctuur: het functioneren van centra zal nog verder onder druk komen te staan.

De analyse van de specifieke Zuid-Hollandse cijfers laten zien dat:

- De Zuid-Hollandse situatie niet substantieel afwijkt van de situatie in de hele Randstad;
- Er een duidelijk verschil is in de ontwikkeling van de centra die door de provincie zijn aangeduid als 'te versterken' en 'te optimaliseren'.
- De te versterken centra zich in de meeste situatie ook daadwerkelijk hebben versterkt: zowel in aanbod als in (niet-dagelijks) economisch functioneren;
- De te optimaliseren centra het vaak nog lastig hebben, met name in de niet-dagelijkse sector;
- Het beleid van de provincie daarmee in hoofdlijnen gevolgd is.

in een tijd van grote veranderingen nog verstandiger en belangrijker niet mee te gaan met “de waan van de dag”, maar vast te houden aan een duidelijk en consistent (ruimtelijk) beleidskader. Een consequente overheid voor de markt is gewenst en noodzakelijk om complexe herontwikkelingsprojecten van de grond te kunnen krijgen.

Monitoring blijft nodig

Twee jaar terug signaleerden we met name voor de centra Dordrecht en Gouda enige achteruitgang in hun functioneren. Dordrecht lijkt zich (deels) te hebben hersteld en de situatie in Gouda lijkt te stabiliseren. Ook zijn er signalen dat het In de Boogaard in Rijswijk de afgelopen twee jaar minder goed gaat. Deze signalen leiden niet tot de conclusie dat het provinciale beleid op korte termijn bijgesteld moet worden, maar laten wel zien dat monitoring van de centra nodig blijft. Eventuele betekenisvolle ontwikkelingen kunnen dan tijdig worden opgemerkt en er kan dan, indien nodig, naar gehandeld worden.

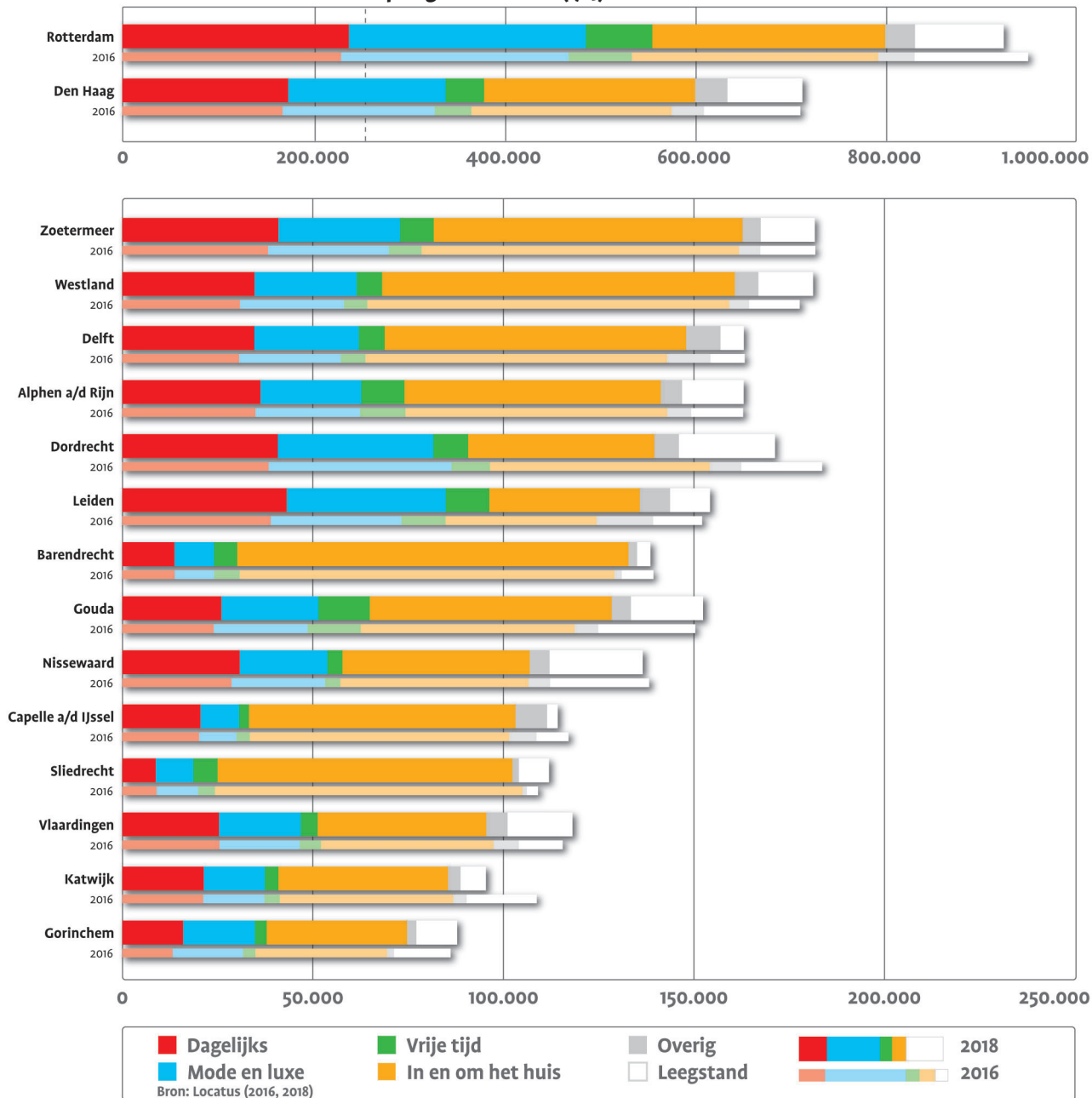


Bijlagen

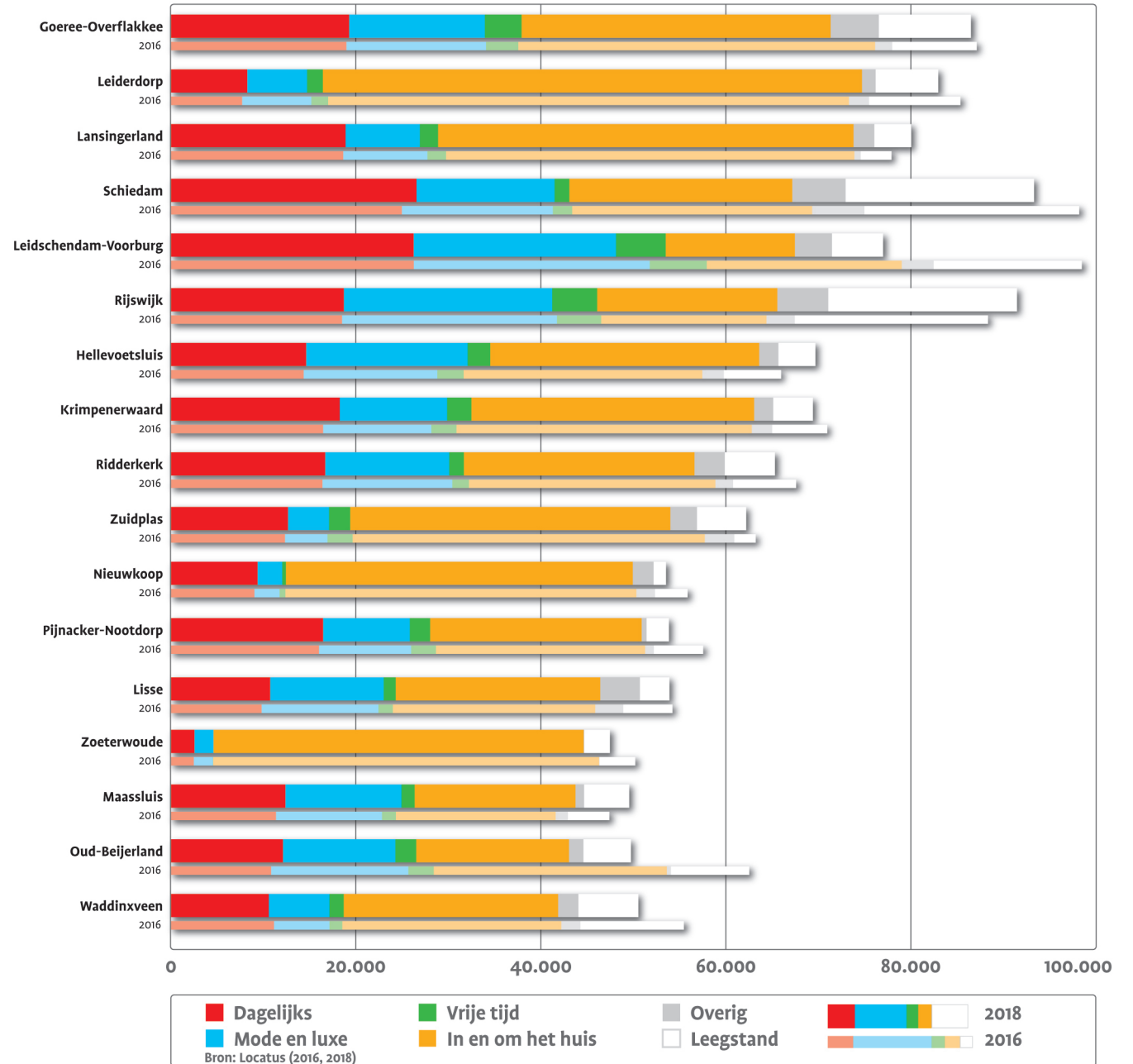
Bijlage 1

Winkelaanbod in m² wvo per gemeente

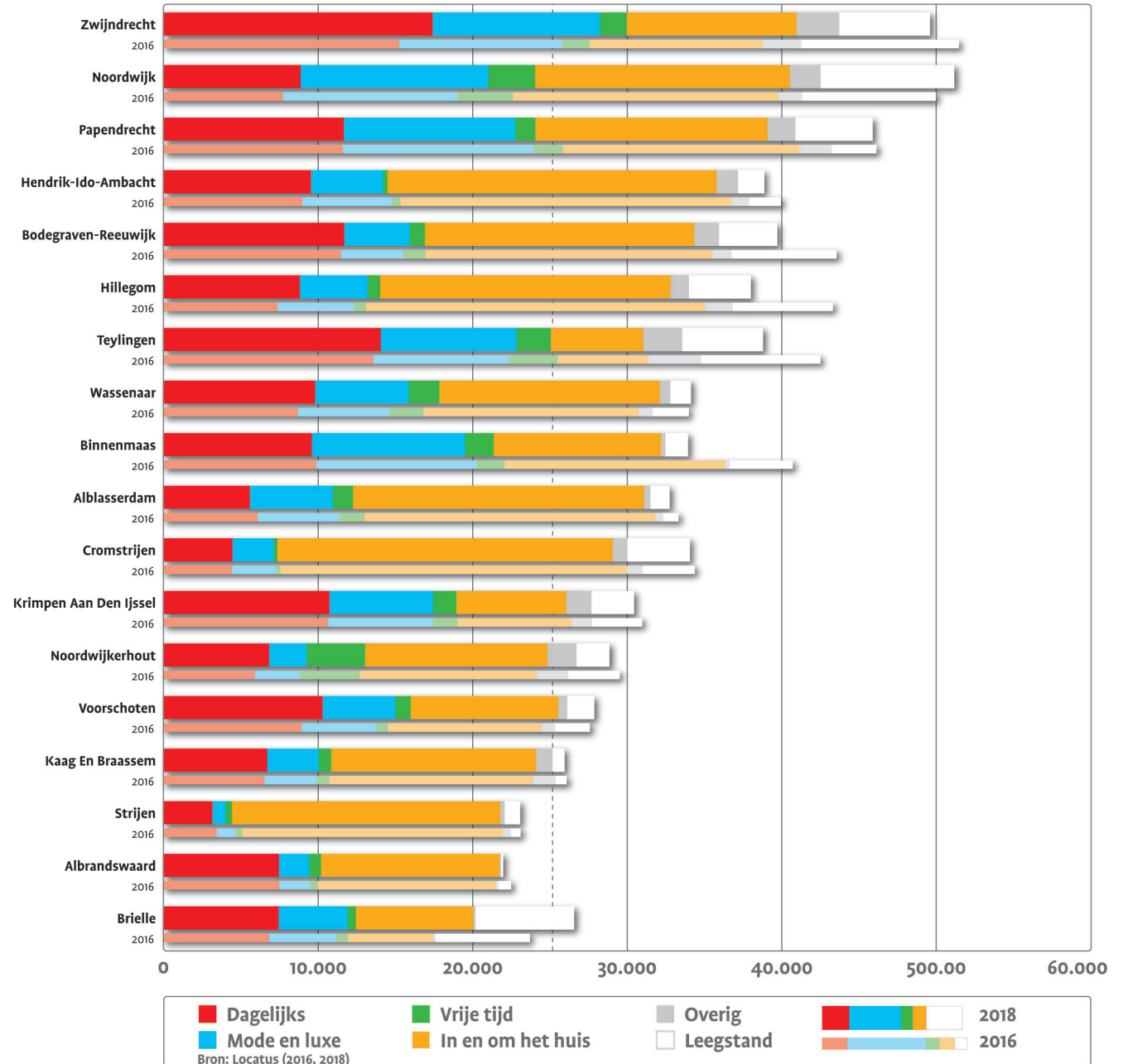
Winkelaanbod in m² wvo per gemeente in (1/4)



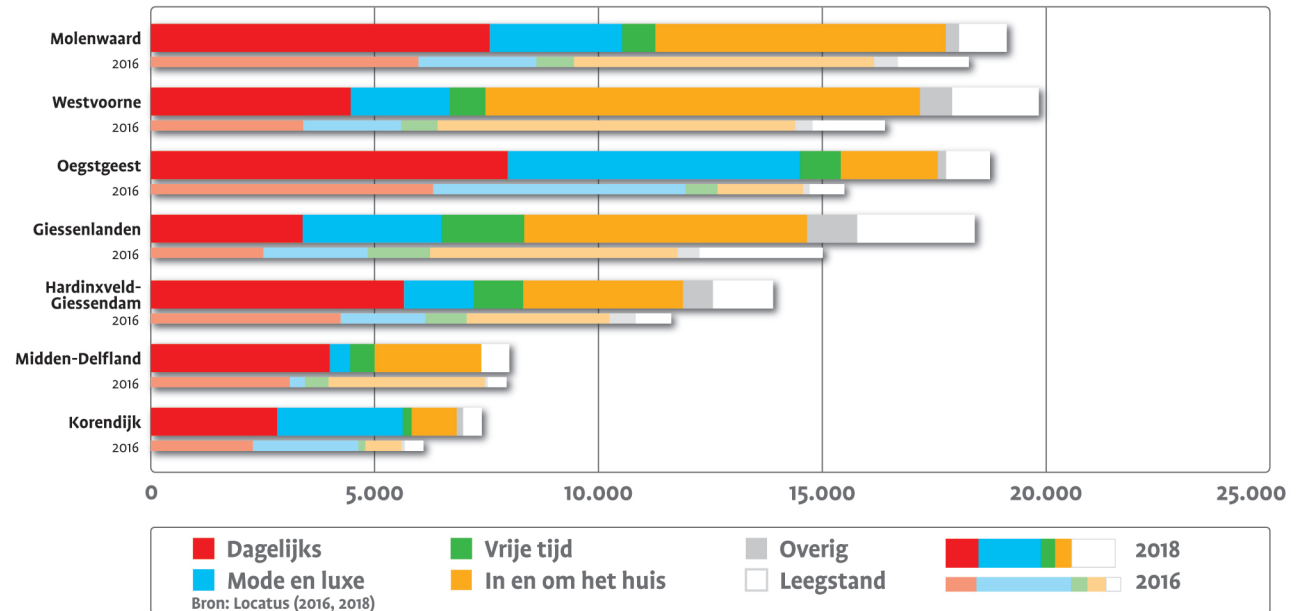
Winkelaanbod in m² wvo per gemeente in (2/4)



Winkelaanbod in m² wvo per gemeente in (3/4)

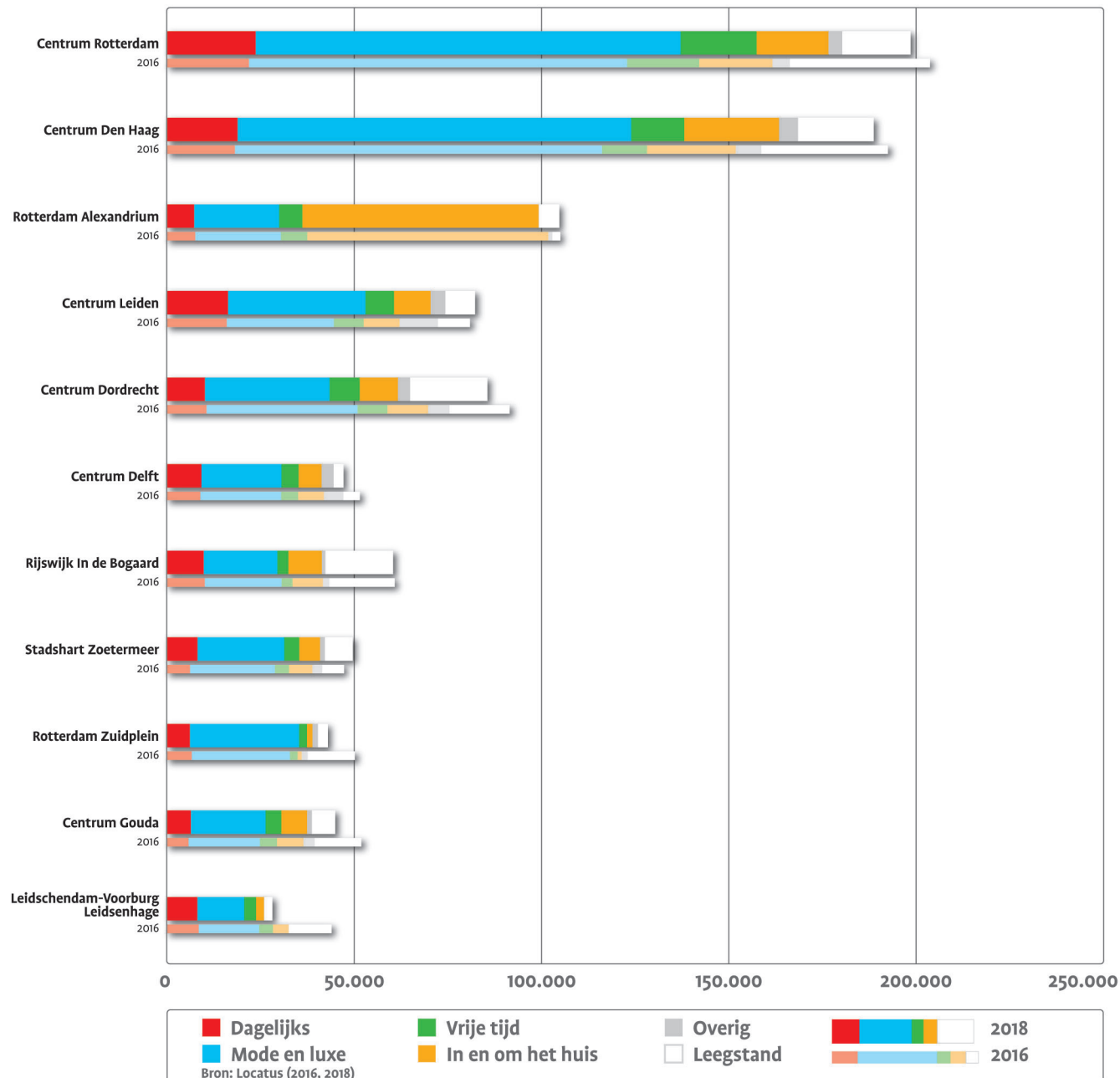


Winkelaanbod in m² wvo per gemeente in (4/4)

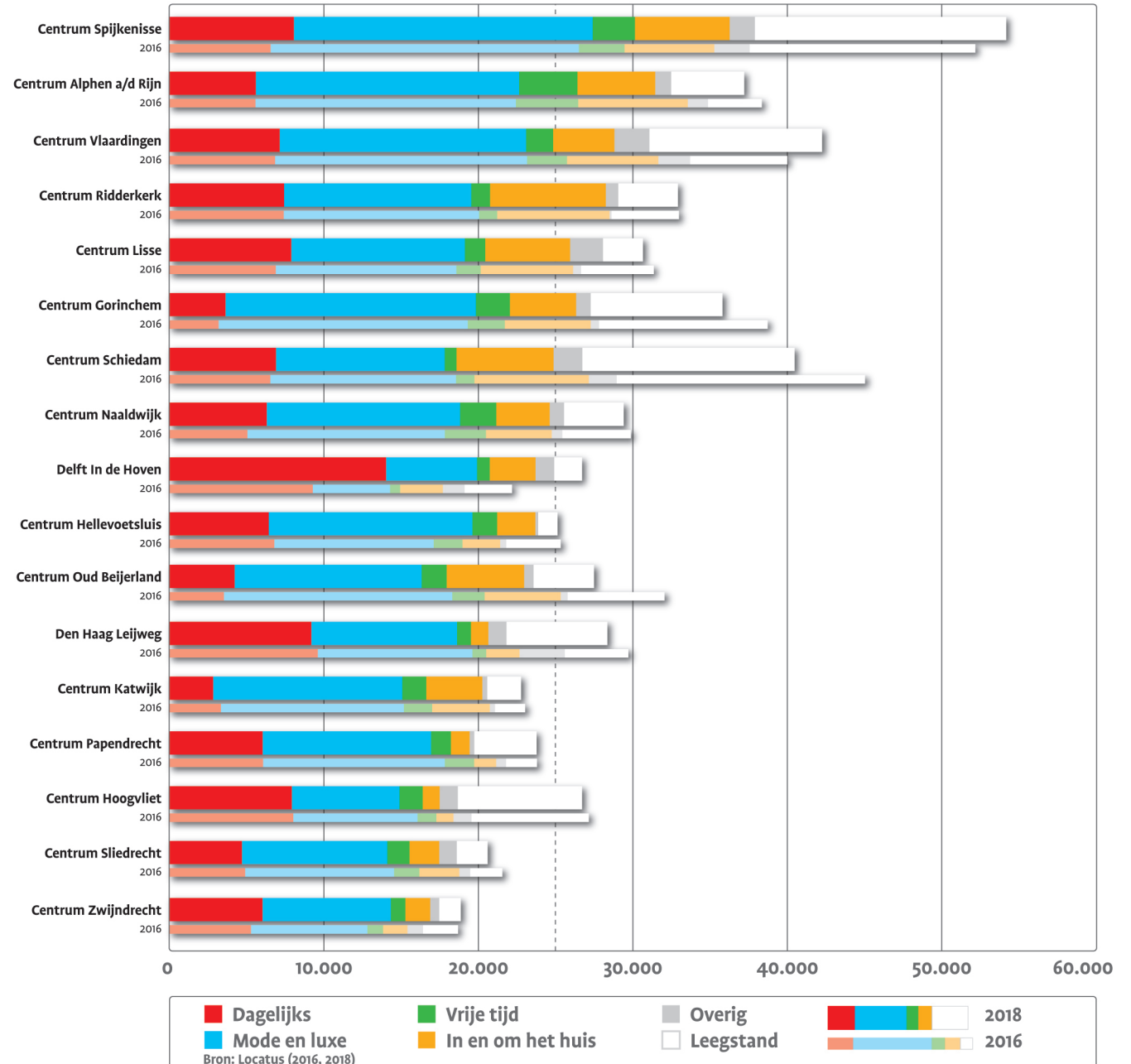


Bijlage 2 Winkelaanbod in m² wvo van centra met een beleidsstatus

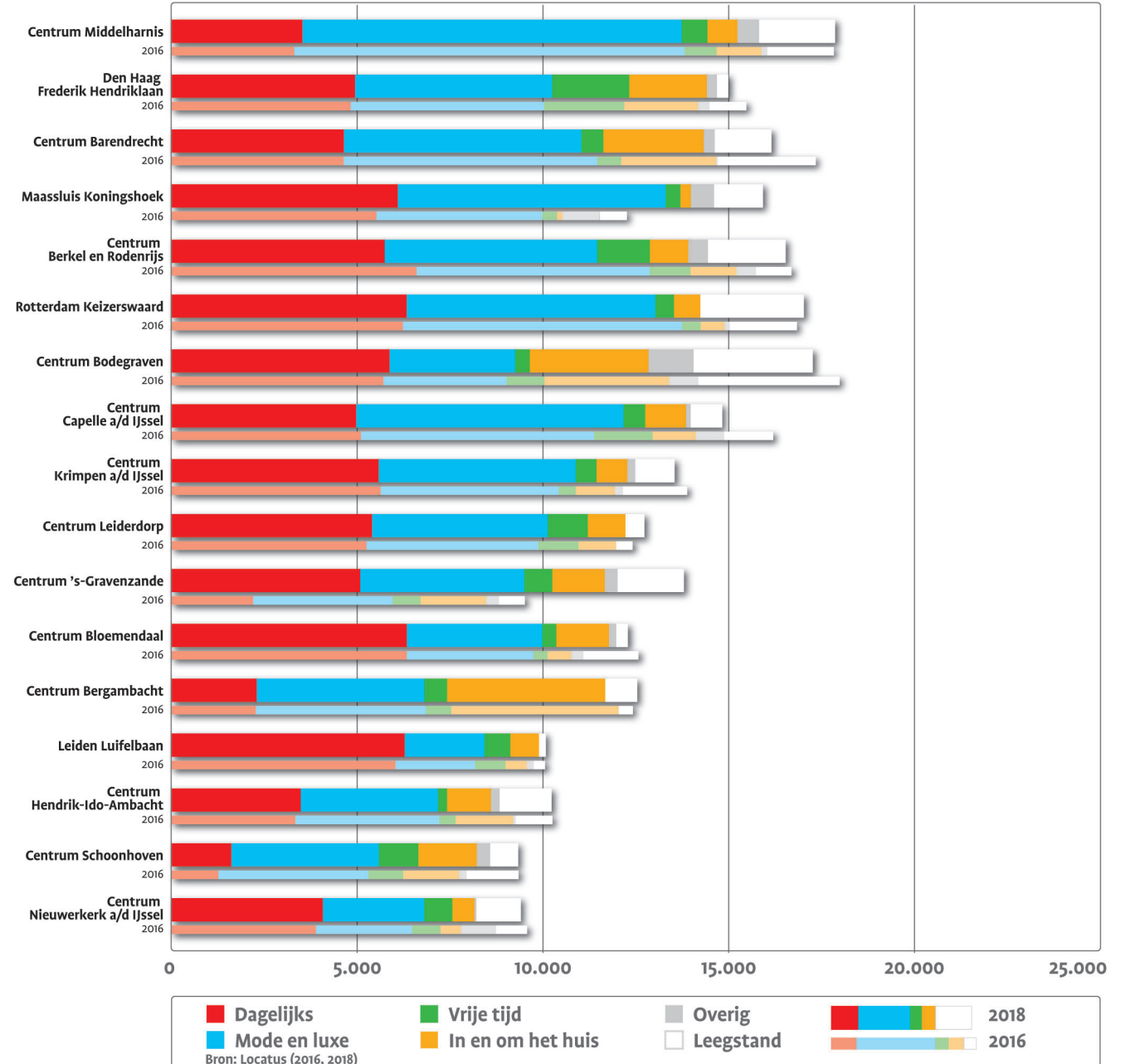
Winkelaanbod in m² wvo van centra met beleidsstatus 'te versterken'



Winkelaanbod in m² wvo van centra met beleidsstatus 'te optimaliseren' (1/2)



Winkelaanbod in m² wvo van centra met beleidsstatus 'te optimaliseren' (2/2)



Bijlage 3 Uitbreidingsruimte per gemeente

Gebied	Uitbreidingsruimte in m ² wvo in 2025 voor realisatie harde en zachte plannen						Harde en zachte plannen in m ² wvo (zie bijlage 2)		Uitbreidingsruimte in m ² wvo in 2022 na realisatie harde en zachte plannen	
	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig	Som niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
MRDH										
<i>Haaglanden</i>										
Delft	1.400	5.400	4.400	89.650	7.450	106.900	6.150	1.450	-4.750	105.450
Leidschendam-Voorburg	-1.000	-4.700	1.950	11.250	700	9.200	1.800	22.150	-2.800	-12.950
Midden-Delfland	300	-50	350	-600	250	-50	1.300	13.450	-1.000	-13.500
Pijnacker-Nootdorp	2.950	-3.050	900	-6.250	1.700	-6.700	1.250	2.400	1.700	-9.100
Rijswijk	-1.400	-6.050	950	9.200	-800	3.300	4.150	8.050	-5.550	-4.750
's-Gravenhage	850	850	21.950	56.650	13.100	92.550	8.900	29.950	-8.050	62.600
Wassenaar	-2.000	-2.650	-350	-1.900	700	-4.200	0	0	-2.000	-4.200
Westland	800	-5.400	5.400	-15.600	2.850	-12.750	4.500	0	-3.700	-12.750
Zoetermeer	2.400	17.450	7.300	200	8.850	33.800	3.250	7.200	-850	26.600
<i>Totaal Haaglanden</i>	<i>4.300</i>	<i>1.800</i>	<i>42.850</i>	<i>142.600</i>	<i>34.800</i>	<i>222.050</i>	<i>31.300</i>	<i>84.650</i>	<i>-27.000</i>	<i>137.400</i>
<i>Rijnmond</i>										
Albrandswaard	-50	-450	600	7.000	1.450	8.600	0	0	-50	8.600
Barendrecht	2.900	-600	-400	-9.300	5.800	-4.500	1.150	1.100	1.750	-5.600
Brielle	-1.100	-2.650	1.200	-1.700	650	-2.500	200	0	-1.300	-2.500
Capelle aan den IJssel	2.200	1.650	2.300	-23.500	-3.200	-22.750	2.450	2.550	-250	-25.300
Hellevoetsluis	-1.300	-4.050	1.800	-6.000	1.650	-6.600	550	1.250	-1.850	-7.850
Krimpen aan den IJssel	-50	-2.300	400	4.400	-100	2.400	4.400	4.350	-4.450	-1.950
Lansingerland	1.700	-1.050	2.500	-14.500	1.100	-11.950	15.300	1.600	-13.600	-13.550

Gebied	Uitbreidingsruimte in m ² wvo in 2025 voor realisatie harde en zachte plannen						Harde en zachte plannen in m ² wvo (zie bijlage 2)		Uitbreidingsruimte in m ² wvo in 2022 na realisatie harde en zachte plannen	
	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig	Som niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
Maassluis	700	-5.200	1.950	-4.150	1.250	-6.150	350	0	350	-6.150
Nissewaard	-5.150	-7.650	2.950	-4.150	450	-8.400	13.250	1.350	-18.400	-9.750
Ridderkerk	-550	-2.100	3.000	-2.150	200	-1.050	0	0	-550	-1.050
Rotterdam	-28.250	-4.100	16.300	106.000	33.450	151.650	19.450	91.300	-47.700	60.350
Schiedam	-2.250	-5.000	4.250	1.500	-2.200	-1.450	1.250	750	-3.500	-2.200
Vlaardingen	-2.400	-7.100	1.500	-7.150	-650	-13.400	0	0	-2.400	-13.400
Westvoorne	-1.000	-1.450	-200	-5.050	-250	-6.950	0	0	-1.000	-6.950
<i>Totaal Rijnmond</i>	<i>-34.600</i>	<i>-42.050</i>	<i>38.150</i>	<i>41.250</i>	<i>39.600</i>	<i>76.950</i>	<i>58.350</i>	<i>104.250</i>	<i>-92.950</i>	<i>-27.300</i>
Totaal MRDH	-30.300	-40.250	81.000	183.850	74.400	299.000	89.650	188.900	-119.950	110.100

Zuid-Holland Zuid										
<i>Alblasserswaard</i>										
Giessenlanden	-550	-2.500	-750	-2.800	-700	-6.750	0	0	-550	-6.750
Gorinchem	700	-5.550	1.050	-8.600	1.600	-11.500	0	0	700	-11.500
Hardinxveld-Giessendam	-50	50	-50	1.500	0	1.500	0	0	-50	1.500
Molenwaard	-700	-950	600	200	550	400	0	0	-700	400
<i>Totaal Alblasserswaard</i>	<i>-600</i>	<i>-8.950</i>	<i>850</i>	<i>-9.700</i>	<i>1.450</i>	<i>-16.350</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>-600</i>	<i>-16.350</i>

<i>Drechtsteden</i>										
Alblasserdam	1.750	-1.250	0	-1.250	1.450	-1.050	0	550	1.750	-1.600
Dordrecht	-3.650	-4.050	2.700	7.700	3.450	9.800	3.250	1.500	-6.900	8.300
Hendrik-Ido-Ambacht	-450	-2.200	1.300	-7.550	0	-8.450	0	0	-450	-8.450
Papendrecht	-550	-3.850	1.600	-4.750	150	-6.850	1.950	0	-2.500	-6.850
Sliedrecht	-450	-4.550	-3.800	-40.450	1.750	-47.050	600	66.800	-1.050	-113.850

Gebied	Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2025 voor realisatie harde en zachte plannen						Harde en zachte plannen in m² wvo (zie bijlage 2)		Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 na realisatie harde en zachte plannen	
	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig	Som niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
Zwijndrecht	-3.400	-3.500	2.550	3.250	-400	1.900	2.000	2.800	-5.400	-900
<i>Totaal Drechtsteden</i>	<i>-6.750</i>	<i>-19.400</i>	<i>4.350</i>	<i>-43.050</i>	<i>6.400</i>	<i>-51.700</i>	<i>7.800</i>	<i>71.700</i>	<i>-14.550</i>	<i>-123.400</i>

<i>Goeree-Overflakkee</i>										
Goeree-Overflakkee	-2.850	-4.700	350	-9.400	-1.900	-15.650	0	0	-2.850	-15.650
<i>Totaal Goeree-Overflakkee</i>	<i>-2.850</i>	<i>-4.700</i>	<i>350</i>	<i>-9.400</i>	<i>-1.900</i>	<i>-15.650</i>	<i>0</i>	<i>0</i>	<i>-2.850</i>	<i>-15.650</i>

<i>Hoekse Waard</i>										
Hoekse Waard	-2.850	-8.900	3.850	-14.350	3.800	-15.600	1.100	3.100	-5.700	-31.250
<i>Totaal Hoekse Waard</i>	<i>-2.850</i>	<i>-8.900</i>	<i>3.850</i>	<i>-14.350</i>	<i>3.800</i>	<i>-15.600</i>	<i>1.100</i>	<i>3.100</i>	<i>-5.700</i>	<i>-31.250</i>
Totaal Zuid-Holland Zuid	-13.050	-41.950	9.400	-76.500	9.750	-99.300	8.900	74.800	-23.600	-183.800

Holland Rijnland										
<i>Duin- en Bollenstreek</i>										
Hillegom	-1.350	-1.400	450	-6.650	150	-7.450	0	0	-1.350	-7.450
Lisse	-1.500	-1.700	1.600	-8.650	-1.650	-10.400	0	0	-1.500	-10.400
Noordwijk	-550	-7.550	-250	-3.550	-250	-11.600	1.600	1.600	-2.150	-13.200
Noordwijkerhout	-2.300	-800	-2.650	-1.400	-850	-5.700	0	0	-2.300	-5.700
Teylingen	-2.950	-3.750	700	350	-1.150	-3.850	0	0	-2.950	-3.850
<i>Totaal Duin- en Bollenstreek</i>	<i>-8.650</i>	<i>-15.200</i>	<i>-150</i>	<i>-19.900</i>	<i>-3.750</i>	<i>-39.000</i>	<i>1.600</i>	<i>1.600</i>	<i>-10.250</i>	<i>-40.600</i>

<i>Leidse regio</i>										
Katwijk	50	-4.150	2.250	-10.500	1.100	-11.300	4.900	8.000	-4.850	-19.300
Leiden	-3.800	-4.350	2.000	11.350	1.850	10.850	6.350	7.900	-10.150	2.950

Gebied	Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2025 voor realisatie harde en zachte plannen						Harde en zachte plannen in m² wvo (zie bijlage 2)		Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 na realisatie harde en zachte plannen	
	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig	Som niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
Leiderdorp	1.850	-1.950	1.150	-27.950	1.350	-27.400	3.700	17.900	-1.850	-45.300
Oegstgeest	500	-3.750	450	1.000	550	-1.750	100	17.000	400	-18.750
Voorschoten	-2.700	-1.700	500	-1.250	500	-1.950	0	150	-2.700	-2.100
Zoeterwoude	-650	-1.200	900	-11.900	2.100	-10.100	1.600	5.200	-2.250	-15.300
Totaal Leidse regio	-4.750	-17.100	7.250	-39.250	7.450	-41.650	16.650	56.150	-21.400	-97.800

<i>Rijnstreek</i>										
Alphen aan den Rijn	-1.900	-1.350	-700	-4.150	2.950	-3.250	3.400	7.200	-5.300	-10.450
Kaag en Braassem	-250	-2.050	550	-7.500	-400	-9.400	2.050	3.250	-2.300	-12.650
Nieuwkoop	-650	-1.550	1.000	-19.100	-750	-20.400	0	0	-650	-20.400
Totaal Rijnstreek	-2.800	-4.950	850	-30.750	1.800	-33.050	5.450	10.450	-8.250	-43.500
Totaal Holland Rijnland	-16.200	-37.250	7.950	-89.900	5.500	-113.700	23.700	68.200	-39.900	-181.900

Midden-Holland										
<i>Midden-Holland</i>										
Bodegraven-Reeuwijk	-2.250	-1.250	950	-6.850	-300	-7.450	0	0	-2.250	-7.450
Gouda	500	-800	-4.400	-19.450	2.050	-22.600	6.750	1.300	-6.250	-23.900
Krimpenerwaard	-2.900	-5.200	500	-10.200	450	-14.450	2.050	0	-4.950	-14.450
Waddinxveen	700	-1.150	2.350	-9.650	-200	-8.650	0	0	700	-8.650
Zuidplas	-1.100	-1.450	2.000	-8.350	-300	-8.100	0	0	-1.100	-8.100
Totaal Midden-Holland	-5.050	-9.850	1.400	-54.500	1.700	-61.250	8.800	1.300	-13.850	-62.550

Totaal Zuid-Holland	-64.600	-129.300	99.750	-37.050	91.350	24.750	131.100	333.200	-197.300	-318.150
----------------------------	----------------	-----------------	---------------	----------------	---------------	---------------	----------------	----------------	-----------------	-----------------



Droogh Trommelen en Partners (DTNP) - Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109, 6512 BS Nijmegen | T 024 - 379 20 83 | E info@dtnp.nl | W www.dtnp.nl

