

# **Winkels: de motor van stad en wijk**

*Structuurvisie Detailhandel  
2006-2010*

*“Uit eigen onderzoek en uit het Nationaal Winkelmarktonderzoek 2004 blijkt (...) dat de inwoners van Zoetermeer tevreden zijn met de winkels in hun stad. We zien ook dat die tevredenheid niet vanzelf komt en dat de consument nu weer heel andere zaken belangrijk vindt dan 10 jaar geleden. Voor ons reden om de detailhandel te blijven monitoren en bij te sturen wanneer dat nodig is.”*

(wethouder Bé Emmens in een reactie op de positieve uitkomsten voor Zoetermeer van het Nationaal Winkelmarktonderzoek 2006)

## Inleiding

Geen stad zonder winkels. Ze worden omschreven als het ‘kloppend hart’ van de stad, als ‘de huiskamer’ van de wijk, als de ‘motor’ die het openbare leven gaande houdt. We hebben winkels dan ook hard nodig. Voor onze dagelijkse boodschappen, maar ook voor aankopen als kleren, een bankstel of een wasmachine. Winkels en winkelcentra zijn ook sociale ontmoetingsplekken. Mensen ontmoeten elkaar aan de kassa van de supermarkt, in de stoel bij de kapper, bij de drogist of op de hangplek – voor jongeren óf ouderen. Winkels en winkelcentra hebben dus – niet alleen door wat er te koop is - een grote aantrekkingskracht. Het is daarom niet vreemd dat zich in de omgeving van winkels ook andere bedrijvigheid vestigt. Denk aan het gezondheidscentrum, de advocatenpraktijk, de fysiotherapeut, de bibliotheek, de bank, de wijkpost, het café en het sociaal-cultureel centrum. Zo ontstaat een levendig netwerk van voorzieningen die elkaar over en weer in stand houden en bijdragen aan de werkgelegenheid, de veiligheid en de leefbaarheid in stad en wijk.

### Pas op voor motorpech

Het is belangrijk om dit complexe netwerk van voorzieningen in stand te houden. Gezonde en bloeiende detailhandel is daar een belangrijke factor in. Helaas constateren we verschillende ontwikkelingen die een bedreiging vormen voor het winkelaanbod in de wijken. Als we die niet aanpakken, staan we binnen afzienbare tijd met motorpech. Zo neemt het aantal inwoners in de wijken af. En de detailhandel zelf is aan drastische veranderingen onderhevig. Regelmatig veranderen branches en formules. Ook de aankleding van winkelcentra verandert snel. Wat vandaag in is, is

morgen uit. Daar moeten ondernemers, eigenaren van winkelpanden en wij als gemeente op inspelen. De ervaring leert dat er elke tien jaar geïnvesteerd moet worden in een winkelcentrum om het voor de bezoekers interessant te houden. Dat kan door het centrum uit te breiden of op te knappen. Of door het netwerk van voorzieningen te verbeteren of uit te breiden.

### Waarom een Structuurvisie?

De gemeente Zoetermeer doet regelmatig onderzoek naar consumentengedrag en nieuwe ontwikkelingen op detailhandelsgebied. Zo hoopt ze te weten te komen wat er nodig is om de detailhandel gezond te houden. Het gemeentelijk beleid voor de detailhandel wordt elke vijf jaar vastgelegd in de Structuurvisie Detailhandel. In de Structuurvisie die nu voor u ligt, geeft de gemeente aan welke ontwikkelingen nodig zijn tot 2010. Uitgangspunt daarbij is, dat de inwoners van Zoetermeer kunnen beschikken over een comfortabel voorzieningenniveau. Dat betekent ook dat alle winkels en winkelcentra goed bereikbaar en toegankelijk moeten zijn voor mensen met een beperking. Deze Structuurvisie is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met de detailhandel zelf. Daarbij is nadrukkelijk rekening gehouden met de detailhandelsvisies die de provincie en het gewest elke vijf jaar opstellen. Jaarlijks vindt er een evaluatie plaats in de vorm van een korte monitor die onder meer wordt besproken in het overleg met de

Detailhandelsvereniging Zoetermeer (DVZ) en de  
wethouder Economische zaken.

## Leeswijzer

In deze Structuurvisie zullen we antwoord geven op de vraag: hoe kunnen we een gezonde en aantrekkelijke detailhandelsstructuur waarborgen? Daarvoor zullen we in deze nota stilstaan bij de volgende onderwerpen:

1. Samenvatting pagina 5
2. Hoe functioneren de winkelcentra nu? Pagina 7
3. Welke ontwikkelingen doen zich voor in het consumentengedrag? Pagina 7
4. Hoe moeten wij daarop inspelen? Pagina 10
5. Wat moet er gebeuren met de perifere detailhandel? Pagina 13
6. Hoe zal de detailhandel over vier jaar functioneren? Pagina 15

## 1. Samenvatting

In de Structuurvisie Detailhandel die nu voor u ligt, geeft de gemeente aan welke ontwikkelingen tot 2010 nodig zijn om de detailhandel gezond te houden. Uitgangspunt daarbij is, dat de inwoners van Zoetermeer kunnen beschikken over een comfortabel voorzieningenniveau. Deze visie is tot stand gekomen in nauwe samenwerking met de detailhandel zelf en houdt nadrukkelijk rekening met de detailhandelsvisies die de provincie en het gewest elke vijf jaar opstellen. Alle detailhandelsplannen die vragen om een aanpassing van het bestemmingsplan worden ter advisering voorgelegd dan wel gemeld bij het Stadsgebied Haaglanden.

De kaarten voor een gezonde detailhandel liggen gunstig. De bevolking van Zoetermeer groeit de komende jaren nog en ook de kwaliteit van het huidige winkelaanbod is goed. Toch liggen gevaren op de loer. Zo zien we koopkracht wegvloeien naar winkelcentra in de regio. Binnen de gemeentegrenzen is sprake van stevige concurrentie tussen verschillende winkelcentra, en de positie van Zoetermeer als regionaal centrum is beperkt.

Om deze ontwikkelingen het hoofd te bieden, moeten we enerzijds een aantal winkelcentra uitbreiden. Anderzijds moeten we inzetten op kwaliteit door invloed uit te oefenen op aspecten als bereikbaarheid, veiligheid en uitstraling van onze winkelcentra. De gemeente stelt voor om de

stedelijke winkelcentra Stadshart, Woonhart en Dorpsstraat uit te breiden en te moderniseren. We hopen dat dit Zoetermeeders zal verleiden om hier meer te gaan 'funshoppen'. Ook hopen we met verschillende maatregelen consumenten te verleiden om niet-dagelijkse boodschappen meer in Woonhart, Dorpsstraat en Stadshart te doen. Voor een exacte beschrijving van de maatregelen per winkelcentrum verwijzen wij u naar onderdeel 4 van deze Structuurvisie.

Ook in de wijkwinkelcentra Vijverhoek, Noordhove, Leidsewallen, De Leyens en De Vlieger moet het een en ander gebeuren. Denk daarbij aan de verbetering van de winkelvoorzieningen, maar ook de komst van woningen of aanpassing van de openbare ruimte behoren tot de mogelijkheden. Het voorstel is te komen tot een concrete aanpak per winkelcentrum. Het college heeft hiervoor inmiddels een budget van € 400.000 beschikbaar gesteld. Dit bedrag is gereserveerd om het verbeteringsproces in kwetsbare winkelcentra van de grond te krijgen. Het is een eenmalige reservering, waarvan we verwachten dat deze als katalysator zal gaan werken op investeringen van derden in de winkelcentra. Indien meer geld van de gemeente nodig blijkt te zijn zal op dat moment een begrotingswijziging worden voorgelegd aan de gemeenteraad. Het is de bedoeling een projectgroep in te stellen die voor elk van deze winkelcentra een plan van aanpak opstelt. Voor meer informatie over de verbetering van wijkwinkelcentra verwijzen wij u

naar het project Verbetering wijkwinkelcentra en onderdeel 4 van deze Structuurvisie.

Voor de periferie hanteert de gemeente Zoetermeer het beleid om er in principe geen 'gewone' detailhandel toe te laten. Hierin volgt de gemeente het provinciale beleid. Niet tot de 'gewone' detailhandel worden drie categorieën detailhandel gerekend die bij voorkeur in de periferie gehandhaafd blijven: volumineuze of brand- en explosiegevaarlijke detailhandel (bijv. vuurwerk), niet-detailhandelsbedrijven met detailhandel als nevenbranche en bedrijventerreinen verkeersknooppunt-ondersteunende detailhandel. Voor de verschillende detailhandelsbranches binnen deze categorieën is in het kader van deze Structuurvisie onderzocht of de aanwezigheid in de periferie wenselijk is of niet. Een aantal van de aanbevelingen zal om planologische aanpassingen vragen. Een vrijstellingsprocedure op grond van artikel 19 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening (WRO) staat zo nodig (zie blz. 14) daartoe ter beschikking. Ook is het mogelijk om de aanvraag mee te nemen in een herziening van het bestemmingsplan. Voor een gedetailleerd overzicht van de plannen in de periferie, wordt verwezen naar onderdeel 2 van deze Structuurvisie.

En waar moeten al deze maatregelen in de detailhandel uiteindelijk toe leiden? We verwachten dat de omzetten, zowel in de boodschappenbranche als in de non-foodsector zullen stijgen. De koopkrachtbinding zal licht

toenemen. Mede door de verwachte bevolkingsgroei in Zoetermeer en de regio zal de detailhandel van Zoetermeer nog beter gaan functioneren.

## 2. Hoe functioneren de winkelcentra nu?

Verschillende factoren bepalen of we onze winkels en winkelcentra een succes mogen noemen of een 'uitdaging'. Denk aan kwalitatieve aspecten als de aankleding, de formule, de sfeer, de bereikbaarheid en de parkeergelegenheid in de omgeving. Maar ook kwantitatieve gegevens spelen een rol. Bijvoorbeeld de vloerproductiviteit van de winkelcentra en de omzetcijfers van individuele winkels. Maar laten we eerst eens kijken naar het totale winkelvloeroppervlak waarover Zoetermeer beschikt. We kunnen constateren dat het totale winkelvloeroppervlak na 2000 met ongeveer 25.000 m<sup>2</sup> is toegenomen. Een groot deel van die groei komt voor rekening van Spazio in het Stadshart en van de Praxis en de Groenrijk, die zich naast elkaar in Oosterheem hebben gevestigd.

Gestegen omzetten

Om te kunnen beoordelen of winkels rendabel zijn, hebben we de omzetcijfers over 1999-2004 bestudeerd. Daaruit blijkt, dat de omzet in de detailhandel flink onder druk heeft gestaan. Toch lijkt Zoetermeer het, ondanks de economische recessie, iets beter te hebben gedaan dan de rest van Nederland. Over de hele linie zagen we de omzet van de winkels stijgen. Met 8% in de non-foodbranche (met dank aan de grootschalige winkels, de bouwmarkten en de tuincentra), en 34% in de boodschappenbranche. Uit ons onderzoek blijkt, dat de formule van een

supermarkt grote invloed heeft op de omzet per m<sup>2</sup> (vloerproductiviteit) van een winkelcentrum, en daarmee op het succes ervan. Een hoge vloerproductiviteit is namelijk sterk afhankelijk van het prijsserviceniveau en de openingstijden van de supermarkt. De Digros, C1000 en Hoogvliet doen het op dat vlak heel goed.

### Wist u dat....

#### **...de voedingsspecialzaak steeds meer terrein verliest**

Kleinschalige winkels krijgen het steeds moeilijker. Het aantal groenteboeren en slagers in Nederland is de afgelopen tien jaar gehalveerd.

#### **...er koopkracht verloren is gegaan aan centra in de regio**

Daarbij gaat het vooral om centra die recentelijk hebben geïnvesteerd.

## 3. Welke ontwikkelingen doen zich voor in het consumentengedrag?

De winkels in Zoetermeer drijven vooral op de eigen inwoners. De groei van het aantal inwoners vertaalt zich dan ook rechtstreeks door in de omzetten van de winkeliers. De afgelopen vijf jaar is de bevolking van Zoetermeer met 6000 inwoners toegenomen. Dat lijkt gunstig, maar het is bijna 9000 inwoners minder dan verwacht. Dit komt door de vertraging die we hebben opgelopen bij de ontwikkeling van de wijk Oosterheem. Ook de twee Stadshartuitbreidingen, Spazio en Cadenza



(Centrum Oost), zijn vertraagd. Gunstig is, dat het inwonertal in de bestaande wijken minder snel terugloopt dan verwacht. En dat is weer goed voor de bestaande wijk- en buurtcentra. Hun omzet is langzamer teruggelopen dan in 2000 werd voorspeld. In feite is de bevolkingsgroei van Zoetermeer vijf jaar achterop geraakt. Pas in 2010 zal onze stad tegen de 125.000 inwoners huisvesten. Dan zal het inwonertal in totaal met 8% zijn toegenomen.

#### Trends in de komende jaren

De komende jaren gaat het nodige veranderen in de detailhandel. Bij het boodschappen doen zal dat minder opvallen dan bij het winkelen. De fijnmazige boodschappenstructuur houdt stand omdat solitaire supermarkten de komende vijf jaar geen kans krijgen. Wel zal het aantal speciaalzaken afnemen, zullen de winkels groter worden en zal de branchevervaging toenemen. Bij het winkelen verandert meer. Internet en category killers als Media Markt laten de centra van kleur verschieten. Traditionele speciaalzaken verdwijnen en nieuwe formules vullen de gaten op. De klant moet wat kunnen beleven en funshoppen blijft daarom een speerpunt. Historie, verrassende voorzieningen, fraaie aankleding, bereikbaarheid en parkeren zijn de sleutel tot succes.

#### De waardering neemt af

De kaarten lijken gunstig te liggen. Niet alleen de bevolking van Zoetermeer zal de komende jaren

nog groeien, ook de kwaliteit van het huidige winkelaanbod is goed. Iedere inwoner van Zoetermeer kan voor de dagelijkse boodschappen in de buurt terecht. En de 'funshoppers' vinden bijna alles van hun gading in het centrum. Onalledaagse aankopen als meubels kunnen in het Woonhart en de winkelcentra worden gedaan. Voor wasmachines kan de consument ook in de winkelcentra terecht. Met de komst van de Praxis en de Groenrijk is het bouwmarkt- en tuincentrumaanbod nu bijna op orde. Bovendien heeft Zoetermeer geen last van problemen zoals die zich in de oudere steden voordoen. Daar kampen kleine, slecht bereikbare winkelcentra met leegstand en rentabiliteitsproblemen. Maar we moeten op onze hoede zijn. Uit onderzoek blijkt, dat de waardering voor ons winkelaanbod is gezakt van een ruime voldoende naar een voldoende. Het is lastig een vinger te leggen op de precieze oorzaak ervan. Wel is het een teken dat we actie moeten ondernemen om de waardering en de bereidheid van de consument om in Zoetermeer te blijven winkelen, terug te winnen.

#### **Wist u dat.....**

#### **...de meeste winkelcentra in Zoetermeer gedaald zijn in de waardering van de consument**

De consument geeft aan dat het vooral minder is geworden met de stallingsmogelijkheden voor fietsen, het uiterlijk van de centra en de sfeer. De consument zelf wordt steeds kritischer.

**...een wijkwinkelcentrum het beter doet naarmate de supermarkt langer open is**

Openingstijden en prijsniveau van een winkelcentrum bepalen mede het succes ervan. Vooral de supermarkten drukken hun stempel op die twee factoren.

**...centra als Dorpsstraat, Stadshart en Meerzicht lager scoren tijdens hun opknapbeurt**

Het opknappen van winkelcentra leidt uiteindelijk tot beter functioneren. Maar tijdens de verbouwingswerkzaamheden loopt de omzet terug.

Koopkracht vloeit beperkt weg naar de regio

Zoetermeer houdt elke twee jaar een enquête onder consumenten over hun koopgedrag. Daaruit blijkt dat de koopkrachtbinding iets afneemt, zowel voor de dagelijkse boodschappen als voor de niet-dagelijkse goederen. Voor de boodschappen kampen we bijvoorbeeld met concurrentie van Leidschenveen, waar een grote noodwinkel van de Digros is gevestigd. En we zien dat 'onze' consumenten voor de niet-dagelijkse goederen ook wel naar Rotterdam, Rijswijk en Leidschendam uitwijken. Daar is het winkelaanbod aanzienlijk verbeterd. In de Boogaard (Rijswijk) en Leidsenhage (Leidschendam) blijven de belangrijkste concurrenten voor het Stadshart. Alexandrium (Rotterdam) is daar bijgekomen.

Toch lukt het deze centra niet het koopgedrag van de Zoetermeeders substantieel te veranderen.

Vooral concurrentie binnen de gemeentegrenzen

We mogen dan een beetje koopkracht verliezen aan winkelcentra in de ons omringende gemeenten, de grootste concurrentie vindt nog altijd plaats binnen onze eigen gemeentegrenzen. In de boodschappenbranche zagen we de afgelopen vijf jaar de volgende stijgers: noodwinkelcentrum Oosterheem, Croesinckplein, Noordhove, Rokkeveen en De Vlieger. Dit is ten koste gegaan van winkelcentra als Stadshart en Seghwaert/Leidsewallen. Deze verschuivingen hebben te maken met de ontwikkeling van het inwonertal in de wijken, de komst van nieuwe winkels en veranderingen in het koopgedrag van de consument.

Als we kijken naar de niet-alledaagse goederen, dan zien we dat de twee belangrijkste winkelcentra daarvoor (Stadshart en Dorpsstraat) klanten hebben verloren aan aankoopplaatsen elders in Zoetermeer. Vooral aan grootschalige winkels in de periferie en het Woonhart. Centra met een beperkte 'funfactor', zoals De Leyens, Rokkeveen en Buytenwegh hebben zich staande gehouden of zelfs enige winst geboekt.

Beperkte regionale functie

Zoetermeer heeft een beperkte regionale verzorgingsfunctie. Dit komt voornamelijk door de ligging van de stad. De bevolkingsdichtheid er

omheen is gering en steden van hogere orde, zoals Den Haag en Rotterdam zijn relatief gemakkelijk te bereiken. De regionale positie wordt uitgedrukt in het percentage van de winkelomzet dat afkomstig is van buiten Zoetermeer: de koopkrachttoevloeiing. Uit onderzoek blijkt, dat die koopkrachttoevloeiing voor een middelgrote stad aan de lage kant is. De cijfers variëren van 27% in het Stadshart tot 5% in de meeste buurt- en wijkwinkelcentra.

#### **4. Hoe moeten wij op deze ontwikkelingen inspelen?**

Wat moet er nu gebeuren om de hierboven geschetste ontwikkelingen het hoofd te bieden? Om die vraag te beantwoorden hebben we onderzoek gedaan en brainstormsessies belegd met winkeliers, ondernemersorganisaties en betrokken vastgoedeigenaren. Daaruit blijkt, dat er geen aanleiding bestaat om het aantal winkelcentra in onze stad de komende jaren uit te breiden of in te krimpen. Wel is het raadzaam om enkele centra uit te breiden om beter aan de vraag van de consument te voldoen. Het besluit om een winkelcentrum uit te breiden wordt niet lichtvaardig genomen. Het heeft namelijk altijd effect op het functioneren van omliggende centra. Met andere woorden: wat voor de één een kans is, is voor de ander een bedreiging. Daarom vindt de gemeente het belangrijk om de effecten van uitbreidingen goed in beeld te brengen. Zowel centra die veel meer omzet realiseren dan nodig is om rendabel te functioneren, als centra die meer

omzet kunnen gebruiken kunnen in aanmerking komen voor uitbreiding.

#### **Wist u dat....**

##### **...gevoelens van onveiligheid geen reden zijn om een winkelcentrum links te laten liggen**

De winkelcentra waar de consument zich het onveiligst voelt, behoren omzettechnisch tot de beste centra van Zoetermeer.

##### **...het opknappen van winkelcentra niet altijd leidt tot een hogere waardering van de consument**

Zo zakte Noordhove, dat in 1999 is opgeknapt, in de afgelopen tien jaar van de zesde naar de negende plaats.

##### **...ook centra met een tekort aan parkeerplaatsen goed kunnen functioneren**

Voldoende parkeerplaatsen is positief, maar geen absolute voorwaarde voor succes.

Inzetten op leefbaarheid en kwaliteit

Uitbreiding alleen is niet het ei van Columbus om winkelcentra voor consumenten aantrekkelijk te houden. Ook moeten we met een aantal ingrepen ervoor zorgen dat onze winkelcentra blijven voldoen aan de eisen van deze tijd en dat het kwaliteitsniveau op peil blijft. Daarbij verdienen verschillende factoren onze speciale aandacht.

*Veiligheid*

Allereerst de veiligheid van onze winkelcentra. Er gebeurt al veel om de veiligheid verder te verbeteren. Stadshart, Dorpsstraat, Rokkeveen en Buytenwegh hebben inmiddels het Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO). Andere centra zijn ermee bezig. Het Stadshart komt in een onderzoek in 60 grote steden uit de bus als een van de veiligste stadscentra van Nederland. KVO wordt gestimuleerd en de overlast van hangjongeren en scholieren wordt tegengegaan. De Zoetermeerse consument kwalificeert de winkelcentra Rokkeveen en Dorpsstraat zelfs als nog veiliger dan het Stadshart. Maar er is ook een winkelcentrum, de Vlieger, waar de helft van de bezoekers zich wel eens onveilig voelt. Vooral ondernemers dringen aan op maatregelen voor een veilige winkelomgeving. Anders dan consumenten kunnen zij een onveilig winkelcentrum nu eenmaal niet ontvluchten.

#### *Ruime openingstijden en goede bereikbaarheid met de auto*

Natuurlijk vinden consumenten de veiligheid van een winkelcentrum belangrijk. Toch legt dat het af tegen het belang van ruime openingstijden en een goede bereikbaarheid met de auto. Als deze twee kwaliteitsaspecten in orde zijn, laat de consument zich niet afschrikken door de onveiligheid van de winkelomgeving. Een hoge mate van onveiligheid hoeft een hoge omzet per vierkante meter dan ook niet per se in de weg te staan.

#### *Prijsniveau*

Een belangrijke factor om de attractie van winkelcentra aan af te meten, is het prijsniveau. Tien jaar geleden scoorden de Zoetermeerse winkelcentra nog maar net voldoende op dit punt. De ‘supermarktoorlog’ heeft hier de nodige verbetering in gebracht. De waardering van de consument voor centra met goedkope supermarkten is fors gestegen. Een aantrekkelijk prijsniveau wordt dus een steeds effectiever instrument om de consument te binden. Wel moet gezegd, dat dit aspect moeilijk door de gemeente te beïnvloeden is. Het hangt vooral af van het beleid van de supermarktorganisatie. Hoe groter het recreatief winkelaanbod in een winkelcentrum, hoe groter de mogelijkheden om invloed uit te oefenen op openingstijden en prijsniveau. Bijvoorbeeld door afspraken met de winkeliersvereniging te maken.

#### *Uitstraling en toegankelijkheid*

Mede bepalend voor de kwaliteit van een winkelgebied zijn het uiterlijk, de sfeer en de gezelligheid. Helaas zijn juist deze punten de laatste tien jaar achteruit gehold. Ze scoren nu nog maar net een voldoende. Door hierin te investeren valt dus een wereld te winnen. Maar ook door betere stallingsmogelijkheden voor de fiets te creëren.

Wij gaan de komende jaren intensief investeren in het openbaar gebied. Met de gemeenteraad zijn kwaliteitsniveaus afgesproken, die we hebben vastgelegd in de Beheersvisie. Nieuw daarin is het verbeteren van de toegankelijkheid van winkelcentra en winkels voor mensen met een

beperking. Bij de herinrichting van het openbaar gebied zal hier expliciet rekening mee worden gehouden. In overleg met de winkeliers zal worden gezocht naar verbetering van de toegankelijkheid in de winkels.

#### **Algemeen beleidskader**

1. De bestaande ruimtelijk-economische winkelstructuur wordt gehandhaafd en versterkt
2. Opheffen van winkelcentra is niet aan de orde, evenmin als uitbreiding van het aantal centra
3. Investerings in winkelcentra doen we primair in de meest kwetsbare centra
4. De aanpak van de centra wordt uitgewerkt in het project 'Verbetering wijkwinkelcentra'

#### De plannen voor de stedelijke winkelcentra

De winkelcentra Stadshart, Woonhart en Dorpsstraat zijn belangrijk voor de hele stad. Deze centra zullen de komende jaren flink worden uitgebreid en gemoderniseerd. We hopen dat dit de Zoetermeesters zal stimuleren hier meer te gaan 'funshoppen'. Ook verwachten we veel van een aantrekkelijke looproute die we tussen deze verschillende centra willen aanleggen. Verder willen we de consumenten verleiden om niet-dagelijkse goederen meer in centra als Woonhart, Dorpsstraat en Stadshart te doen.

#### Verbetering wijkwinkelcentra

Het collegeprogramma Zoetermeer 2006-2010 'Mee(r) doen' benoemt leefbare wijken tot speerpunten van beleid. Leefbare wijken zijn, in de definitie van het college, aantrekkelijke, groene en schone woon- en leefgebieden. Gebieden waarin iedereen bij elkaar betrokken is en meedoet aan sociale activiteiten. Als 'huiskamers' van de wijken verdienen de wijkwinkelcentra speciale aandacht. Het college reserveert dan ook € 400.000 om de winkelcentra de Leyens, Vijverhoek, Leidsewallen, Rokkeveen, de Vlieger en Noordhove te verbeteren en eventueel uit te breiden.

#### Project: inventarisatie per winkelcentrum

Inmiddels is uit het onderzoek voor deze Structuurvisie gebleken, dat het aantal wijkwinkelcentra dat voor een 'make-over' in aanmerking komt, nog kan worden uitgebreid. Voor een aantal wijkwinkelcentra zijn daarvoor al plannen ontwikkeld. In het project 'Verbetering wijkwinkelcentra' maken we voor elk winkelcentrum afzonderlijk de balans op. Daaruit blijkt, dat de plannen voor de winkelcentra Buytenwegh en Seghwaert zich al bijna in de uitvoeringsfase bevinden. Het project maakt verder duidelijk dat er nog wel het een en ander moet gebeuren in de centrumgebieden Vijverhoek, Noordhove, Leidsewallen, De Leyens, Rokkeveen en De Vlieger. Wat precies, dat moet nog verder onderzocht worden. In een aantal gevallen zal dat

verder gaan dan alleen een verbetering van de winkelvoorzieningen. Ook de komst van woningen of aanpassing van de openbare ruimte behoort tot de mogelijkheden.

#### Projectgroep instellen

Het voorstel is om te komen tot een concrete aanpak per winkelcentrum. Het gereserveerde budget van in totaal € 400.000,- zal uiteindelijk gebruikt worden voor de planvoorbereiding, begeleiding en werkvoorbereiding van elk project. Daarnaast is het bedoeld voor het bouwrijp maken en het herinrichten van de openbare ruimte in en om de winkelcentra. Voor alle projecten kunnen we globaal 3 fasen onderscheiden:

- 1: Een gemeentelijke visie ontwikkelen op het gebied. Daarbij onderzoeken we welke maatregelen nodig zijn om het winkelcentrum te verbeteren.
- 2: Afspraken maken over de uitvoering van de maatregelen, de kosten en de benodigde procedures.
- 3: De uitvoering

Het is de bedoeling een projectgroep in te stellen, die voor elk van de wijkwinkelcentra Vijverhoek, Noordhove, Leidsewallen, De Leyens, Rokkeveen en De Vlieger een plan van aanpak opstelt.

#### **5. Wat moet er gebeuren met de perifere detailhandel?**

Wij kiezen in Zoetermeer voor de bestaande winkelstructuur. Perifere detailhandel (alle solitair - geen directe verbinding met winkelcentrum - gevestigde winkels) kan daar inbreuk op maken. Er zijn ook vormen van detailhandel, zoals bouwmarkten, die beter in de periferie kunnen worden gevestigd. In nauw overleg met partijen als de provincie willen wij onderzoeken welke branches bij perifere vestiging zorgen voor een verrijking van de winkelstructuur. Niet alle aanwezige detailhandel concentreert zich in (wijk)winkelcentra. Ruim 27% van het detailhandelsoppervlak bevindt zich buiten de winkelconcentraties. Omdat winkelconcentraties belangrijke voordelen bieden aan consumenten en ondernemers, voert Zoetermeer al jaren een concentratiebeleid. Vooral voor niet-alledaagse aankopen willen we de consument vanuit de periferie trekken naar centra als het Woonhart, Dorpsstraat en Stadshart. Maar niet alle vormen van detailhandel kunnen in winkelcentra functioneren. We onderscheiden drie categorieën detailhandel die we bij voorkeur in de periferie laten bestaan.

*Volumineuze of brand- en explosiegevaarlijke detailhandel die niet inpasbaar is in de centrumgebieden.*

Deze categorie omvat in totaal 33 vestigingen en neemt bijna 90% van het perifere detailhandelsoppervlak in beslag. De

bouwmarkten, tuincentra en meubeltoonzalen zijn in deze categorie het sterkst vertegenwoordigd.

#### *Niet-detailhandelsbedrijven met detailhandel als nevenbranche*

In Zoetermeer vallen 27 bedrijven in deze categorie. Denk daarbij aan de verkoop van ruiterartikelen in een manege of computerartikelen in een groothandels- of assemblagebedrijf. Ook een winkel met orthopedische schoenen bij een bedrijf dat orthopedisch schoeisel vervaardigt, hoort in deze categorie.

#### *Bedrijventerrein- en verkeersknooppunt-ondersteunende detailhandel*

Hieronder vallen kleinschalige winkels in dagelijkse goederen, zoals de winkel in het Lange Land Ziekenhuis en de kiosk op de Nelson Mandelabrug. Het gaat om verkooppunten kleiner dan 100 m<sup>2</sup>.

Elk van deze categorieën valt weer uiteen in branchegroepen (doe-het-zelf, woninginrichting en tuinbenodigdheden bijvoorbeeld). Voor deze branchegroepen hebben we in het kader van deze Structuurvisie onderzocht of de aanwezigheid in de periferie wenselijk is of niet. Ook hebben we gekeken of er redenen zijn om de vestigingsmogelijkheden in de periferie te verruimen, dan wel te beperken. Voor een uitgebreide onderbouwing per branchegroep verwijzen wij u naar onderdeel 2 van deze Structuurvisie.

#### Beperkte beleidsvrijheid

In de praktijk is de gemeentelijke beleidsvrijheid beperkt. De provincie geeft de gemeente juridisch-planologisch de ruimte om ontwikkelingen voor perifere locaties met een winkelvloeroppervlak van minder dan 1000 m<sup>2</sup> zelf te beoordelen.

Grotere locaties hebben een groter effect in de regio en moeten daarom met provincie en regio worden afgestemd.

De implementatie van veel van de aanbevelingen in deze beleidsnota vraagt om een juridisch-planologische aanpassing. Als dat betekent dat een bestemmingsplan gewijzigd moet worden, wordt daarover vooraf het oordeel van provincie en stadsgewest gevraagd. Hetgeen als beleidsregel in deze nota is vastgelegd is in beginsel leidend bij de herziening van bestemmingsplannen die (mede) betrekking hebben op detailhandel.

Zodra evenwel bij voorbeeld vast staat dat de gewenste vestiging van nieuwe perifere detailhandel gewenst is, wordt een vrijstellingsprocedure in gang gezet op grond van artikel 19 van de Wet op de Ruimtelijke Ordening (WRO). Ook is het mogelijk om de aanvraag mee te nemen in een herziening van het bestemmingsplan als dat toevallig aan de orde is. De beleidsregels in deze nota zijn in die zin ook leidend voor het vrijstellingenbeleid met betrekking tot detailhandelsvestigingen.

### **Beleidskader perifere detailhandel**

1. Wij volgen het PDV-beleid van provincie en gewest in hoofdlijnen
2. Perifere ontwikkelingen mogen niet ten koste gaan van bestaande centra
3. Gewone detailhandel die in centra is gevestigd mag niet perifeer
4. Bijzondere branches die geen bedreiging vormen voor de centra mogen onder bepaalde voorwaarden perifeer
5. Dit beleid is verder uitgewerkt in onderdeel 2 van deze Structuurvisie

Geen 'gewone' detailhandel in de periferie

In het algemeen kunnen we zeggen dat de gemeente Zoetermeer niet zal meewerken aan de vestiging van 'gewone' detailhandel buiten de bestaande winkelcentra. Hierin volgen we het provinciale beleid. Onder gewone detailhandel verstaan we die winkels die goed kunnen functioneren in een winkelcentrum. We zullen stimuleren dat kleine leegstaande winkelpanden buiten de winkelcentra niet opnieuw met detailhandel worden gevuld. De meeste branches in de periferie hebben nu eenmaal behoefte aan ruimere panden. Zoetermeer is in principe bereid om verzoeken te honoreren die erop gericht zijn zulke locaties niet langer een winkelfunctie te geven.



## 6. Hoe zal de detailhandel over vier jaar functioneren?

De winkelcentra en de detailhandel in de periferie kunnen we het beste vergelijken met twee communicerende vaten. Ingrepen in de winkelcentra hebben onvermijdelijk gevolgen voor de periferie en omgekeerd. Vandaar dat we er in deze Structuurvisie niet omheen kunnen ze beiden te behandelen. Maar wat betekenen de voornemens die we hier etaleren nu eigenlijk voor de ontwikkeling van de detailhandel in de nabije toekomst?

Als we naar de uitbreidingsplannen kijken, dan verwachten we de komende jaren (vanaf peildatum 2004) nog een forse groei in het totale winkelvloeroppervlak van ruim 60.000 m<sup>2</sup>.

Daarvan neemt het Stadshart - met de uitbreidingen Spazio en Cadenza goed voor 22.000 m<sup>2</sup> - het grootste deel voor haar rekening. Door de modernisering van winkelcentra als Buytenwegh en Meerzicht, de oplevering van winkelcentrum Oosterheem en de komst van een tweede supermarkt in het Stadshart zal de koopkrachtbinding voor de dagelijkse boodschappen in 2010 terugkeren op het oude topniveau van 98%. Voor de niet-dagelijkse boodschappen zal de koopkrachtbinding niet verder stijgen dan naar een kleine 85%. Dit ondanks de verbeteringen die de komende vijf jaar in het vershiet liggen. Voor een deel heeft dat te maken met de verdere versterking van het winkelaanbod buiten Zoetermeer, met name in de Haagse binnenstad.

### Wist u dat....

#### **...het koopgedrag zal veranderen door perifere vestigingen en category killers**

Grote winkelbedrijven als Ikea, Media Markt, Hornbach en ook het internet zullen het koopgedrag verder veranderen en bestaande winkelcentra langzaam maar zeker van kleur doen verschieten.

#### **...in winkelcentra gevestigde 'category killers' geen bedreiging vormen voor de huidige winkelstructuur**

Hetzelfde geldt voor het shoppen via internet

#### **...gemakscentra en wijkwinkelcentra het goed blijven doen**

Mits de aankleding en inrichting met hun tijd mee gaan.

### Stijgende omzetten

Vooraf in de non-foodsector zullen de omzetten de komende jaren stijgen. Mede door de verbeteringen die wij voorstellen in de winkelstructuur, zullen de bestedingen beter worden vastgehouden. In de boodschappensector ligt de omzet in 2010 ruim 10% hoger dan nu en in de non-foodsector ruim 17%. De totale detailhandelsomzet in Zoetermeer stijgt daarmee naar € 164.000.000. Overigens zullen niet alle winkelcentra daar gelijkelijk van profiteren. Door

de uitbreiding en verbetering van een aantal winkelcentra zullen zich vooral binnen Zoetermeer verschuiven voordoen in de koopstromen. Uitbreidingen in het Stadshart en de Dorpsstraat zullen het recreatief winkelen in deze winkelcentra stimuleren. Ook Oosterheem zal een normaal marktaandeel verwerven. De verwachting is dat Rokkeveen zonder uitbreiding naar dat normale aandeel zal terugzakken. Wat betreft de niet-dagelijkse goederen doen we ons best om de consument vanuit de periferie naar winkelcentra als Woonhart, Dorpsstraat en Stadshart te trekken.

Regionale functie neemt licht toe

Door alle woningbouw in de omgeving van Zoetermeer zullen ook de bestedingen vanuit de regio in absolute zin toenemen. De verbeteringen in het centrum zullen, afgezet tegen de verbeteringen in de regio, uiteindelijk een licht positief effect hebben op de regionale positie van Zoetermeer.

**STUCTUURVISIE DETAILHANDEL**

**Zoetermeer 2006 – 2010**

**Onderdeel 2**

**Uitwerking beleid perifere detailhandel**

**Ruimte, e&w juli 2007**

## Inhoudsopgave Structuurvisie Detailhandel 2006 - 2010

### Onderdeel 2: Uitwerking beleid perifere detailhandel

	Blz.
1. Inleiding perifere detailhandel	20
• Wijzigen bestemmingsplan	20
2. Leegstand in de periferie met detailhandelsbestemming	22
3. Volumineuze-,brand- en explosiegevaarlijke detailhandel	22
• ABC-achtigen (Auto's, boten caravans)	22
• Doe het Zelfbranche	23
• Volumineuze detailhandel. met een special interest karakter	23
• Tuinbenodigdheden (Tuincentra e.d)	23
• Woninginrichting	23
4. Niet-detailhandelsbedrijf met detailhandel als nevenbranche	24
• Nevenbranche auto-onderdelen en –accessoires	24
• Nevenbranche dagelijkse goederen	24
• Nevenbranche computers e.d.	24
• Nevenbranche: hobby, vrijetijdsartikelen	25
• Nevenbranche: specialinterest	25
• Nevenbranche: woning-inrichting c.q. bouw materiaal	25
5. Bedrijventerrein en (verkeers)knoop ondersteunende detailhandel	25
6. Detailhandel die ook in winkelcentra is gevestigd	26
• Dibevo (dierenbenodigdheden en voeders)	26
• Bruin-, wit- en grijsgoed	26
• Rijwielbranche	26
• Hobby- en leisuregerelateerde detailhandel	27
• Apotheken en overige medische detailhandelsvormen	27
• Special interest	27
• Niet volumineuzewoninginrichting	27

## 1 Inleiding perifere detailhandel

*In dit tweede onderdeel van de Structuurvisie Detailhandel wordt het gemeentelijk beleid op het gebied van perifere detailhandel verder uitgewerkt. Het in dit onderdeel geformuleerde beleid vormt de basis voor het onderdeel detailhandel in nieuwe en te herziene bestemmingsplannen.*

*Onder perifere detailhandel wordt alle buiten de winkelconcentraties (centra) gevestigde detailhandel verstaan. Winkelconcentraties bieden over het algemeen belangrijke voordelen aan consument en ondernemer. Zoetermeer voert daarom al jaren een concentratiebeleid. Toch is ruim 27% van de detailhandel (oppervlak) in Zoetermeer gevestigd buiten de winkelconcentraties. Niet alle vormen van detailhandel kunnen in winkelcentra functioneren. Een nadere analyse van de ruim 36.000 m<sup>2</sup> perifere detailhandel in Zoetermeer leert dat veel van dat oppervlak terecht buiten de centra is gevestigd. Er zijn drie categorieën detailhandel die, bij voorkeur in de periferie moeten worden gevestigd. Dit zijn:*

1. Volumineuze of brand- en explosiegevaarlijke detailhandel die niet inpasbaar is in centrumgebieden (zoals: vuurwerk en brandstoffen, auto's, boten, caravans, machines, keukens en sanitair, bouwmaterialen, tuincentra, bouwmarkten en meubelbedrijven met in ondergeschikte mate woninginrichtingartikelen, vloerbedekking, parket, zonwering en tenten)
2. In omzet en oppervlak ondergeschikte detailhandel binnen een bedrijf waarvan de hoofdfunctie niet valt onder detailhandel. Het assortiment houdt verband met de hoofdfunctie. Een voorbeeld hiervan is een bedrijf dat orthopedisch schoeisel vervaardigt met als nevenbranche de verkoop van orthopedisch schoeisel.

3. Bedrijventerrein- en verkeersknoop-ondersteunende detailhandel, zoals een kleinschalige winkel in dagelijkse goederen bij een station.

De eerste categorie is veruit het sterkst vertegenwoordigd en kent een groot aantal branchegroepen waarvan de bouwmarkten, de tuincentra en de meubeltoonzalen wel de meest in het oogspringende zijn. Vrijwel alle bedrijven zitten op een locatie waar het bestemmingsplan dat toestaat. Voor nieuwkomers zal het bestemmingsplan moeten worden aangepast en dat vraagt om de instemming van provincie en gewest. Het provinciale en gewestelijke beleid op dit gebied richt zich primair op het zoveel mogelijk beperken van detailhandel in de periferie.

De provincie stelt dat provinciale regelgeving beperkt moet blijven tot de echt bovenlokale onderwerpen. Gedeputeerde van Dijk benadrukt dit in het voorwoord van de Structuurvisie Detailhandel Zuid-Holland 2006. De gemeente concludeert daaruit dat alle vraagstukken over detailhandel op perifere locaties met een wvo kleiner dan 1.000 m<sup>2</sup>, niet vallen onder het beleid van de provincie, maar een verantwoordelijkheid zijn van de gemeente. Grotere ontwikkelingen kunnen slechts perifeer wanneer hier een goede onderbouwing aan voorafgaat die de instemming heeft van het (Regionaal Economisch Overlegorgaan (REO)).

Per branchegroep wordt in dit hoofdstuk aangegeven of de aanwezigheid in de periferie wenselijk is en of er redenen zijn waarom Zoetermeer zou moeten kiezen voor verruiming of juist voor beperking van de vestigingsmogelijkheden in de periferie.

### **Wijzigen bestemmingsplan.**

Veel aanbevelingen vragen om een planologische aanpassing. Het oordeel van provincie en Gewest wordt gevaagd wanneer voor de vestiging van detailhandel het bestemmingsplan moet worden gewijzigd. Dat verzoek wordt getoetst aan het detailhandelsbeleid. Past het in het beleid, is de wijziging nodig en gewenst, dan wordt

een vrijstellingsprocedure ad. art 19 in gang gezet of de aanvraag wordt meegenomen in een herziening

## **2. Leegstand in de periferie met een detailhandelsbestemming.**

Op zes van de 86 perifere winkellocaties staan kleinschalige leegstaande winkelpanden. Herinvulling met detailhandel leidt niet tot versterking van de structuur. De meeste branches die gewenst zijn in de periferie hebben behoefte aan ruimere panden. Zoetermeer is in principe bereid om medewerking te verlenen aan verzoeken om een niet-winkelfunctie op dergelijke locaties mogelijk te maken.

## **3. Volumineuze-, brand- en explosiegevaarlijke detailhandel**

De meeste (33) perifere vestigingen behoren tot deze categorie. Tezamen bieden deze vestigen bijna 90 % van het perifere detailhandelsoppervlak aan. Hiervan komt weer een belangrijk deel voor rekening van de bouwmarkten en tuincentra. Vrijwel al deze vestigingen passen in het bestemmingsplan. Uitbreiding en nieuwvestiging in de periferie passen niet in het provinciaal beleid, tenzij de gemeente, provincie en regio met argumenten kan overtuigen dat vestiging gewenst is en de bestaande structuur niet ontwricht. Per branchegroep is de gemeentelijke visie aangegeven en het daarop af te stemmen beleid.

### **ABC-achtigen (Auto's, boten, caravans)**

De categorie Auto's, boten, caravans mag zich al jaren in de periferie vestigen. Dergelijke zaken kunnen niet in de winkelcentra worden gevestigd en dragen ook niet bij aan de attractie van die centra. Concentratie van autobedrijven in een zogenaamde autoboulevard kan synergievoordelen opleveren voor de consument en de ondernemers. In Zoetermeer wordt het komende jaar onderzocht of er al dan niet wordt gekozen voor het faciliteren van geconcentreerde vestiging van de autobranche. Ook de concentratie van caravanzaken zal in dat besluit worden betrokken. Voor watersportwinkels, scooter- en bromfietszaken blijft het liberalere

vestigingsbeleid van kracht. De laatste twee in afwijking van het provinciaal beleid. Dergelijke branches zijn geen bedreiging voor de centra en veroorzaken geen overlast op het bedrijventerrein. Het laagfrequente aankoopkarakter en milieutechnische redenen pleiten voor een vestiging buiten de woongebieden. Artikelen die in de centra worden verkocht mogen hier niet worden aangeboden. Een uitzondering wordt gemaakt voor niet-volumineus aan de hoofdbranche gerelateerd assortiment met een oppervlak tot maximaal 20% van het wvo. Een voorbeeld hiervan is de verkoop van bromfietshelmen en -kleding in een bromfietszaak.

### **Doe Het Zelfbranche.**

Zoetermeer telt ruim 16.000 m<sup>2</sup> DHZ-aanbod. Ruim 14.000 m<sup>2</sup> hiervan wordt door 4 grootschalige, in de periferie gevestigde zaken, aangeboden. De vijf in centra gevestigde zaken zijn kleinschalig en vooral gericht op behang verf etc. De enige grotere in het Stadshart gevestigde zaak, is al jaren op zoek naar een ruimere behuizing, het liefst in de periferie. In 2010 is er ruimte voor ca. 21.000 m<sup>2</sup> wvo (zie dpo in onderdeel 3). De gemeente verleent medewerking aan concrete uitbreidings- c.q. vestigingsplannen tot aan dit maximum neemt de assortimentsbeperking uit het nieuwe detailhandelsbeleid van de provincie over. Dat betekent dat maximaal 20% van het wvo mag worden ingenomen door gewone detailhandel die wel gerelateerd moet zijn aan de hoofdbranche. Dat assortiment mag evenmin leiden tot ontwrichting van de bestaande winkelstructuur. Anders dan in het provinciale beleid wordt in Zoetermeer het voeren van "gewoon" detailhandelsassortiment gebonden aan een maximum van 1.000 m<sup>2</sup> wvo. De gemeente kiest niet voor het hanteren van de assortimentslijsten die door het Gewest Haaglanden worden aanbevolen. Naast voordelen komt de gemeente tot de conclusie dat de nadelen de overhand hebben. Dit betreft met name de lange periode (ca. 10 jaar) waarin het bedrijf gebonden wordt aan dit assortiment. Dit zal afbreuk doen aan de gezonde dynamiek die nodig is om ook deze branches levensvatbaar te houden.

Diverse min of meer concrete plannen zijn ingediend. Het knelpunt zit veelal in het vinden van een geschikte vestigingsplaats.

### **Volumineuze Detailhandel met een Special interest karakter**

Het Zoetermeerse beleid staat positief tegenover de vestiging van volumineuze detailhandel met een special interestkarakter in de periferie. De gemeente werkt ook mee aan vestiging buiten het Woonhart, wanneer de special interestzaak zich niet begeeft op het vlak van de woninginrichting. Voorbeelden hiervan zijn de verkoop van gedenksteden en van (tweede hands) fitnessapparatuur. Deze branches worden niet expliciet door de provincie toegelaten. De provincie stelt in haar Notitie Perifere Detailhandel 2005 (blz 8): "Wij zijn van mening dat de op bedrijventerreinen toelaatbare branches uitgebreid kunnen worden met die artikelen waarvoor een ruimtelijke motivering (het gaat om grootschalige detailhandel in volumineuze goederen) gegeven kan worden: vloerbedekking, parket, zonwering en tenten. Andere branches horen in onze opvatting thuis in centra of op knopen." Zoetermeer is van mening dat voor bovengenoemde en andere volumineuze branches met een special interest karakter ruimtelijk is gemotiveerd dat een perifere vestiging wenselijk is. Als voorwaarde wordt gesteld dat het moet gaan om een bijzondere speciaalzaak met tenminste 80% volumineus aanbod, dat niet als hoofdbranche wordt gevoerd in een Zoetermeers winkelcentrum. De ondernemer moet aantonen dat er geen ontwrichting van de structuur ontstaat.

### **Tuinbenodigdheden (Tuincentra e.d.)**

Vijf bedrijven met samen bijna 24.000 m<sup>2</sup> wvo bieden in Zoetermeer tuinbenodigdheden aan. Eén bedrijf is op een bedrijventerrein gelegen, de overigen zijn solitair gevestigd in een groene- of een woonomgeving. Distributieplanologisch is er geen reden om dergelijke zaken in een winkelconcentratie te vestigen. De gemeente neemt de assortimentsbeperking uit het nieuwe detailhandelsbeleid van de provincie over (idem Doe Het Zelfbranche). Anders dan in

het provinciale beleid wordt in Zoetermeer het voeren van "gewoon" detailhandelsassortiment gebonden aan een maximum van 1.000 m<sup>2</sup> wvo. De gemeente kiest niet voor het hanteren van assortimentslijsten. Dibevo, inclusief de verkoop van dieren mag binnen dit maximummetrage worden aangeboden. De huidige drie grootschalige centra zijn evenwichtig verspreid over Zoetermeer en dekken de markt aardig af. Er wordt niet gekozen voor uitbreiding met een vierde grootschalig tuincentrum. Wel kunnen er nog enkele kleinschalige (1.000 tot 2.000 m<sup>2</sup>) gespecialiseerde centra worden gevestigd. Deze uitbreiding past in de nieuwe visie Haaglanden.

### **Woninginrichting, keukens, sanitair en dergelijke.**

Woninginrichtingzaken horen in principe thuis in het Woonhart. Er zijn 15 woninginrichtingzaken perifeer gevestigd met een totaal oppervlak in van 3699 m<sup>2</sup>. Het gaat vooral om vloerbedekkingzaken. Vijf zaken zouden meer voor de structuur betekenen als zij in het Woonhart waren gevestigd. Omdat de meeste zaken op een locatie zitten waar detailhandel is toegestaan, zullen deze niet snel bereid zijn om naar het Woonhart te vertrekken. Bovendien is daar ook niet de fysieke ruimte om hen op te vangen. Het streven is om deze zaken in de route van het Stadshart naar het Woonhart op te nemen. Daar waar geen detailhandel is toegestaan wordt het bestemmingsplan gevolgd. Antiekzaken, zonweringzaken en sanitairzaken geven minder synergie en kunnen daarom ook terecht op solitaire locaties. Bij actualisering van het bestemmingsplan moet worden bezien of de detailhandelsbestemming van locaties van verplaatste winkels af kan. Aan uitbreiding ter plaatse waarvoor een vrijstelling nodig is zal geen medewerking worden verleend.



#### **4. Niet-detailhandelsbedrijf met detailhandel als nevenbranche**

In Zoetermeer vallen 27 bedrijven in deze categorie. Mits aan een aantal voorwaarden wordt voldaan, acht de gemeente de aanwezigheid van deze vorm van detailhandel op perifere locaties toelaatbaar. De artikelen die worden verkocht moeten gerelateerd zijn aan de hoofdactiviteit van het bedrijf. De verkoop mag niet leiden tot duurzame ontwrichting van detailhandel in de winkelcentra. Dit komt er in de praktijk op neer dat de omvang van het detailhandelsgedeelte beperkt zal zijn. Het totale wvo beperkt zich in Zoetermeer tot een kleine 3.800 m<sup>2</sup>. In bijna 80% van deze bedrijven is het detailhandelsoppervlak kleiner dan 150 m<sup>2</sup>.

De grote bedrijfsloodsen, die nodig zijn voor de hoofdactiviteit, passen niet in het Woonhart en zullen in geconcentreerde vorm ook niet voor meerwaarde zorgen. De gemeente acht de aanwezigheid van deze vestigingen daarom toelaatbaar op solitaire perifere locaties, mits voldaan wordt aan de gestelde randvoorwaarden. Dit nieuwe beleid zal wanneer een bestemmingsplan wordt herzien in dit bestemmingsplan worden vastgelegd. Hiermee volgt Zoetermeer in hoofdlijnen het provinciaal beleid dat luidt: "Wij accepteren dat binnen een andere hoofdactiviteit dan detailhandel daarmee verband houdende verkoop aan de consument in ondergeschikte mate plaatsvindt. Voorbeelden zijn: ruitersartikelen in een manege of computerartikelen in een groothandels- of assemblagebedrijf. Het is niet mogelijk hiervoor exacte kwantitatieve kaders te stellen die in de Nota Regels voor Ruimte opgenomen zouden kunnen worden. Wij denken echter aan een beperkte verkoopruimte die veelal niet meer dan enkele tientallen vierkante meters zal mogen omvatten. Initiatiefnemers zullen inzicht moeten bieden in de gevolgen voor de verzorgingsstructuur. "

##### **Nevenbranche auto-onderdelen en accessoires.**

De verkoop van auto-onderdelen en accessoires vindt op diverse locaties plaats. Men kan terecht in centrumwinkels, zoals Halfords,

in autoshops en bij de autodealers. De meeste verkooppunten zijn gevestigd in de periferie. In de Zoetermeerse periferie zijn 4 autoshops gevestigd. Inbouw en/of levering aan het bedrijfsleven is de hoofdactiviteit van deze overwegend kleine vestigingen. De gemeente rekent dit aanbod tot de categorie ABC-bedrijven (auto's, boten, caravans) die zich in de periferie mogen vestigen. De toegevoegde waarde van de verkooppunten met een ambachtelijke en/of groothandelscomponent voor winkelcentra, is gering. De verkoop vindt ook plaats bij, in de periferie gevestigde, autodealers. De gemeente staat de vestiging van dergelijke bedrijven in de periferie toe. Er zal echter altijd sprake moeten zijn van een dominante ambachtelijke- en/of groothandelsactiviteit in het pand. Om te voorkomen dat grootschalige verkoop van auto-onderdelen en accessoires in de periferie gaat plaatsvinden wordt het wvo gebonden aan een maximum van 300 m<sup>2</sup>. De provincie geeft aan te denken aan enkele tientallen meters tot ca. 20 % van het bvo.

##### **Nevenbranche dagelijkse goederen**

In 2005 werd voor het laatst vlees verkocht in de winkel van de slachterij aan de Voorweg. Na de sluiting zijn er in Zoetermeer geen winkels meer in deze categorie te vinden. In principe blijft het evenwel mogelijk dat producenten hun producten op kleine schaal in een winkel aan het bedrijf verkopen. Hierbij wordt een maximaal wvo gehanteerd van enkele tientallen meters.

Ook de verkoop van levensmiddelen bij benzineverkooppunten valt in deze categorie. Dergelijke verkooppunten hebben een functie met name bij de vergeten boodschappen. Om aantasting van de boodschappencentra te voorkomen wordt het wvo gemaximeerd op 100 m<sup>2</sup>.

##### **Nevenbranche computers en dergelijke**

Op vier plaatsen in de periferie kunnen computers en daaraan gerelateerde zaken worden gekocht. Het gaat hier overwegend om assemblagebedrijven met een deel ondergeschikte verkoop. Tevens

zit in deze categorie een bedrijf dat materiaal verkoopt en installeert voor satelliet ontvangst. Al deze bedrijven zouden hun detailhandelsfunctie ook in een winkelcentrum kunnen uitoefenen. Twee zaken hebben dat geprobeerd. Eén zaak in de Dorpsstraat, maar die is eind 2005 weer gesloten en één zaak aan het Westwaarts vlakbij de in Spazio gevestigde Media Markt, maar ook die sluit eind 2006. In het Stadshart kan men op veel plaatsen terecht voor de aanschaf van een PC. Alle bruin-, wit- en grijsgoed zaken verkopen computers. Daarnaast zijn er de wat meer gespecialiseerde verkooppunten vaak gecombineerd met de verkoop van fotoartikelen. Het gemeentebestuur kiest voor vestiging van de computerverkoop in winkelcentra. Verkoop buiten de centra op plaatsen waar het bestemmingsplan geen detailhandel toestaat, mag slechts ondergeschikt plaatsvinden, waarbij een maximale verkoopruimte wordt gehanteerd van 100 m<sup>2</sup>. Voor de vier in de periferie gevestigde bedrijven betekent dit, dat één bedrijf de huidige verkoopruimte met 51 m<sup>2</sup> zou moeten terugbrengen. Omdat het hier gaat om nieuw beleid is er sprake van overgangsrecht. De overige zaken zitten ofwel op een detailhandelsbestemming, of zijn kleiner dan de toegestane 100 m<sup>2</sup>.

#### **Nevenbranche: hobby, vrijetijdsartikelen**

Van de zes zaken in deze categorie zijn er 5 ondergebracht in een leisurevoorziening en één betreft een cursuscentrum met verkoop van cursusmateriaal. Het gaat overwegend om winkels die kleiner zijn dan 100 m<sup>2</sup>. Het betreft een campingwinkel, een winkel in de molen, een verkoop- en verhuurpunt van schaatsen in de ijshal en een sportwinkel in het tenniscentrum. De artikelen die worden verkocht zijn direct gerelateerd aan de hoofdactiviteit. Vestiging in een winkelcentrum heeft daarom geen zin. Er is nu sprake van positieve synergie tussen de winkel en de leisurevoorziening. De gemeente wil dat mogelijk maken. De synergie kan worden bereikt met relatief kleine verkooppunten. Te grote verkooppunten kunnen wel weer structuurverstoringen werken en zijn kennelijk niet altijd

nodig voor een sluitende exploitatie. Dit is de reden om een maximum van 200 m<sup>2</sup> te hanteren voor de verkoop van leisuregerelateerde producten in vrijetijdscomplexen.

#### **Nevenbranche: special interest**

De inventarisatie heeft 3 special interestzaken aangetroffen in perifeer gevestigde bedrijven. De gemeente beschouwt de sportprijzenzaken niet als detailhandel, maar als groothandel, die zich perifeer mag vestigen. In de schoenzaak is het ambachtelijk vervaardigen van het schoeisel hoofdzaak en de verkoop daarvan gebeurt op enkele tientallen meters, conform de provinciale notitie. Voor de gemeente is er geen aanleiding om deze bedrijven te verplaatsen naar de PDV-concentratie. Vestiging in de periferie van dergelijke special interest bedrijven zal mogelijk worden gemaakt in nieuwe bestemmingsplannen.

#### **Nevenbranche woninginrichting, bouwmaterialen en tuinartikelen.**

In deze categorie vallen 9 bedrijven met samen 1844 m<sup>2</sup> wvo. Het gaat om leveranciers en installateurs van glas, deuren, kozijnen, schuifdeuren, keukenfronten, sauna's en ergonomische keukens voor gehandicapten, kortom; volumineuze goederen. Het zijn relatief kleine zaken met een belangrijke ambachtelijke component. De omvang is te klein voor vestiging in het Woonhart. De vestiging van de hier omschreven ambachtelijke zaken met een wvo tot 500 m<sup>2</sup> leidt evenmin tot ontwrichting van de structuur. Zij passen in het perifere vestigingsbeleid van de gemeente. Aan clustering van bouwmaterialenzaken wordt de voorkeur gegeven. Voor keukenshowrooms blijft het Woonhart de voorkeurslocatie.

### **5. Bedrijventerrein en (verkeers)knoop ondersteunende detailhandel**

Het nieuwe provinciale beleid staat vestiging van detailhandel op bedrijventerreinen en verkeersknopen (stationslocaties en dergelijke) toe wanneer die zich richt op de activiteiten die daar plaatsvinden. In deze categorie vallen de winkel in het Lange Land Ziekenhuis en de kiosk op de Nelson Mandelabrug. Station Zoetermeer komt voor op de Knopenkaart van de Provincie. Het gaat om verkooppunten kleiner dan 100 m<sup>2</sup>. Vestiging van dergelijke zaken past in het gemeentelijk beleid tot een maximum van 3 zaken per bedrijventerrein/knoop met een oppervlak van maximaal 100 m<sup>2</sup> per vestiging.

## **6. Detailhandel die ook in winkelcentra is gevestigd**

Detailhandel, die niet valt onder de hiervoor genoemde categorieën, hoort thuis in winkelcentra. Vestiging in de periferie leidt tot verstoring van de winkelstructuur. Er zijn enkele uitzonderingen op deze beleidsregel.

### **Dibevo (dierenbenodigdheden en voeders)**

Een voorbeeld hiervan is de dibevobranche. De dierenwinkel, die een welkome aanvulling vormt in elk winkelcentrum, lijkt langzaam maar zeker uit de winkelcentra te verdwijnen. Dit komt enerzijds doordat veel van het assortiment in supermarkten wordt aangeboden en anderzijds omdat het assortiment ook in steeds ruimere mate in perifeer gelegen tuincentra wordt aangeboden. Beide verkoopkanalen kunnen het assortiment voor lagere prijzen aanbieden. Wanneer het dibevo-assortiment niet te groot van omvang is in het tuincentrum, past het aanbieden hiervan in de meeste bestemmingsplannen. De dierspecialzaak zal hierdoor op den duur uit de winkelcentra verdwijnen. Deze verarming van de winkelcentra kan juridisch niet meer worden teruggedraaid. Daarom staat de gemeente het aanbieden van dibevo (inclusief dieren) in de

periferie toe tot een maximum van 1.000 m<sup>2</sup> wvo per vestiging. De bestemmingsplannen zullen hier zonodig op worden aangepast.

### **Bruin-, wit- en grijsgoed**

Zoetermeer telt 1 kleine bruin- en witgoedzaak in een voormalig winkelgebied dat nu tot de periferie wordt gerekend. De verwachting is dat er geen toekomst is voor dergelijke zaken. Het detailhandelsbeleid van de gemeente richt zich op het concentreren van bruin-, wit- en grijsgoedzaken in winkelcentra. Perifeer wordt verkoop slechts toegestaan op enkele tientallen meters mits aangetoond wordt dat er geen sprake is van ontwrichting van de bestaande structuur en het initiatief past binnen het bestemmingsplan.

### **Rijwielbranche**

Fietsenzaken vormen geen echte aanvulling op de winkelcentra. Als ze er al zijn gevestigd is dat meestal aan de rand op de minst in het zicht liggende locaties. Door het volumineuze karakter van het assortiment en door de werkplaats is vrij veel ruimte nodig, waar relatief weinig voor kan worden betaald. Bovendien heeft de schaalvergrotingstendens stevig toegeslagen in de branche. Een fietsenzaak van 1000 m<sup>2</sup> is geen uitzondering meer en daarvoor ontbreekt vaak de ruimte in de winkelcentra. Zoetermeer kent meerdere fietsenzaken die in de periferie of net buiten de centra zijn gevestigd. Zij zijn gevestigd op een bestemming waar detailhandel is toegestaan. Er ontstaat geen synergie, maar er is ook geen sprake van ontwrichting van de winkelstructuur. De gemeente is van mening dat er voldoende ruimtelijk relevante argumenten zijn om voor deze detailhandelsbranche een uitzondering te maken en vestiging in de omgeving van winkelcentra (tot ca. 100 meter afstand) toe staan. Hierbij moet distributieplanologisch worden aangetoond dat er voldoende marktruimte is voor de branche. Het provinciale standpunt is tweeledig. Enerzijds ziet de provincie vestiging van detailhandel kleiner dan 1000 m<sup>2</sup> als een

verantwoordelijkheid van de gemeente. Anderzijds wordt de fietsenbranche niet gerekend tot de volumineuze detailhandel die zich perifeer mag vestigen.

### **Hobby- en leisuregerelateerde detailhandel**

Er zijn 4 van dergelijke zaken in de periferie gevestigd. De gemeente staat op het standpunt dat kleinschalige zaken als, modelbouw, in deze categorie een versterking vormen voor de winkelcentra en daar thuis horen.

Voor grootschalige zaken met een deels volumineus aanbod, zoals een ruitersportzaak, zal de gemeente meewerken aan perifere vestiging onder de voorwaarde dat: er is sprake van tenminste 1 nevenactiviteit in de vorm van groothandel of ambachtelijke serviceverlening. Het assortiment is deels volumineus. Het bezoek heeft een overwegend laagfrequent karakter. De exploitatie is niet rendabel te maken in de Zoetermeerse winkelcentra (aandeel huisvestingslasten in bij vestiging in winkelcentra moet aantoonbaar hoger liggen dan 20% van de brutowinst). De hoofdbranche wordt niet als hoofdbranche aangeboden in 1 of meerdere Zoetermeerse winkelcentra. Het niet-volumineuze detailhandelsassortiment wordt aangeboden op een oppervlak kleiner dan 1000 m<sup>2</sup> wvo. Vestiging moet plaats vinden op een goed bereikbare plek, zichtbaar vanaf een doorgaande weg in een zone met overwegend consumentverzorgende bedrijven. Er mag aantoonbaar door de ondernemer geen sprake zijn van ontwrichting van de bestaande structuur.

### **Apotheken en overige medische detailhandelsvormen**

Met uitzondering van Buytenwegh zijn alle apotheken in Zoetermeer gevestigd in centrumgebieden, op enige afstand van de kern van het winkelgebied. Apotheken in Nederland zijn op de drukste winkeldagen (koopavond en zaterdag) meestal gesloten. Gevestigd in een winkelconcentratie vormen zij een onaanlokkelijke zwarte vlek op de tijden dat voor veel winkels 50%

van de omzet wordt gedraaid. De gemeente geeft daarom de voorkeur aan een vestiging in de periferie van de centra. Apotheken en thuiszorgwinkels hebben een duidelijke buurt c.q. wijkfunctie en vormen bij een dergelijke ligging nog altijd een versterking van het centrum. Ook kunnen zij zelf meeprofiteren van de voorzieningen (parkeren) in centrumgebieden. Het detailhandelsbeleid van de gemeente kiest voor vestiging van apotheken en overige medische detailhandel op locaties in de directe periferie van winkelcentra.

### **Special interest**

In deze categorie vallen alle bijzondere speciaalzaken die elders niet zijn onder te brengen. Zaken met beperkte openingstijden, geen of minimaal etalageoppervlak, laagfrequent aankoopkarakter, zoals tweedehandszaken, komen beter tot hun recht in de periferie. Dergelijke zaken doen afbreuk aan winkelcentra wanneer zij daar onderdeel van uitmaken. De gemeente staat vestiging in de periferie toe mits distributieplanologisch onderzoek uitwijst dat de omvang en branchering niet leiden tot ontwrichting van bestaande centra. Special interest zaken die niet aan deze randvoorwaarden voldoen moeten worden gevestigd in de winkelcentra. De voorwaarden waar deze bedrijven aan moeten voldoen worden opgenomen in nieuwe bestemmingsplannen, waar dergelijke bedrijven zich potentieel kunnen vestigen. Het bestemmingsplan is een efficiënt handvat om de vestiging van bedrijven die niet aan de criteria voldoen, tegen te gaan.

### **Niet volumineuze woninginrichting.**

Woninginrichtingzaken met een overwegend niet-volumineus assortiment (bijvoorbeeld behang) vormen een versterking voor winkelcentra en dienen zich daar te vestigen. Een uitzondering wordt gemaakt voor zaken met beperkte openingstijden, geen of minimaal etalageoppervlak en een laagfrequent aankoopkarakter. Zaken die aan deze criteria voldoen mogen zich vestigen in de periferie, mits distributieplanologisch onderzoek uitwijst dat de

omvang en branchering niet leiden tot ontwrichting van bestaande centra.

## **STRUCTUURVISIE DETAILHANDEL**

**Zoetermeer 2006 – 2010**

### **Onderdeel 3**

**Distributieplanologisch onderzoek  
Analyse huidige situatie en ontwikkelingen in de komende vijf  
jaar**

**Ruimte, e&w juli 2007**

## Inhoudsopgave Structuurvisie Detailhandel 2006 – 2010

### Onderdeel 3 Distributieplanologisch onderzoek

	Blz.
1. Inleiding	31
1.1 Waarom detailhandelsbeleid	31
1.2 Kansen en bedreigingen voor winkelaanbod	31
2 Vraaggerichte ontwikkelingen en trends	33
2.1 Bevolkingsontwikkeling	33
2.2 De waardering van de winkelcentra	33
Waardering van de consument	33
2.3 Bestedingen van de consument	35
De regionale positie	36
2.4 Trends in de komende jaren	37
3. Het aanbod	38
3.1 Het winkeloppervlak per winkelgebied	38
De kwaliteit van het aanbod	39
4 De confrontatie van vraag en aanbod	40
4.1. Omzetontwikkeling	40
4.2 Het functioneren	41
Supermarktformule bepalend voor omzet boodschappencentra	42

## **1 Inleiding**

Onderdeel 3 van de Structuurvisie omvat het distributieplanologisch onderzoek (dpo).

Bij de derde Zoetermeerse detailhandelsnota neemt de gemeente, onderzoek en redactie weer in eigen hand. Voor de detailhandel is een methodiek ontwikkeld (distributieplanologisch onderzoek, dpo) die het mogelijk maakt om aan te geven hoeveel

detailhandelsoppervlak hoort bij een stad, wat voor detailhandel er moet zitten en ook waar die detailhandel zich moet bevinden.

Basis voor het dpo in Zoetermeer is het koopstromenonderzoek dat elke 2 à 3 jaar wordt gehouden. In 2005 is dat aangevuld met een kwalitatief waarderingsonderzoek, dat ook tien jaar geleden is gehouden.

Belangrijk zijn de inventarisaties van de winkels die in Zoetermeer zitten en de ontwikkelingen die zich rondom de stad voltrekken, zowel op het gebied van detailhandel, wonen als bereikbaarheid. Na het verzamelen van het onderzoeksmateriaal is dit aangevuld met kwalitatieve informatie die is verkregen uit een aantal brainstormbijeenkomsten met winkeliers, ondernemersorganisaties en betrokkenen vastgoedeigenaren. In juni 2005 is een brainstormbijeenkomst gehouden met de vertegenwoordigers van alle centra. Daarna is met elf winkelcentra uitvoerig gesproken over het functioneren en de punten die kunnen worden verbeterd. Met de winkeliers en hun vertegenwoordigers is aan de hand van stellingen en een informatiepakket met een weergave van de stand van zaken in de verschillende winkelcentra in Zoetermeer, een discussie gevoerd die een goed beeld heeft gegeven van de ondernemersvisie op de detailhandel in Zoetermeer. Met de conclusies en aandachtspunten die voortkwamen uit de brainstormbijeenkomst wordt in de detailhandelsvisie rekening gehouden.

### **1.1. Waarom detailhandelsbeleid**

De detailhandel is een dynamische bedrijfstak. De aankleding en inrichting van winkelcentra veroudert relatief snel. Een vuistregel zegt dat er tenminste elke tien jaar in een centrum moet worden geïnvesteerd om het interessant te houden. Regelmatig veranderen branches, formules, centra worden uitgebreid en er komen nieuwe centra en perifere winkels bij. Al die ontwikkelingen vormen kansen en bedreigingen voor de structuur. Als hier niet op wordt ingespeeld, is de kans groot dat de gewenste winkelstructuur verstoord wordt. Uiteindelijk kan dit zelfs leiden tot langdurige leegstand in bepaalde winkelgebieden omdat het aanbod niet meer aansluit bij de vraag en de consument het centrum daardoor steeds minder bezoekt.

### **1.2 Kansen en bedreigingen voor winkelaanbod**

De ontwikkelingen die het functioneren van de detailhandel in Zoetermeer beïnvloeden zijn grofweg onder te verdelen in vraaggerichte ontwikkelingen (de consument) en aanbodgerichte ontwikkelingen (de winkelier, ontwikkelaar en eigenaar). Aan de vraagzijde is de ontwikkeling van het aantal inwoners het belangrijkste voor de winkels. De overige aspecten als de ontwikkeling van inkomen, leeftijdsopbouw en het koopgedrag worden ook in beschouwing genomen maar hebben minder invloed op het functioneren van de structuur. Dat Zoetermeer de komende jaren nog belangrijk in inwonertal groeit mag dan ook als een grote kans worden gezien. Datzelfde geldt voor de groei van het inwonertal in de regio.

Aan de aanbodzijde wordt het meeste effect bereikt door een centrum uit te breiden. Voor het centrum dat uitbreidt een kans, voor de omliggende centra een bedreiging. De gemeente hecht er aan dat de effecten van uitbreidingen eerst in beeld worden gebracht voordat een besluit wordt genomen. Ook is



Ontwikkelingen van invloed op het functioneren van de detailhandel	
Vraag	Aanbod
Aantal inwoners in Zoetermeer en regio	Ruimtelijke structuur winkels (Z + regio)
Besteedbaar inkomen	Omvang en aantal winkels (Z + regio)
Leeftijdsopbouw	Branchering en kwaliteit
Mobiliteit	Prijsniveau
Koopgedrag	Openingstijden
Detailhandelsbestedingen	Uiterlijk centrum en openbaar gebied
	Veiligheid
	Sfeer en gezelligheid
	Service en bediening
	Bereikbaarheid
	Parkeren en stallen fietsen

het belangrijk afspraken te maken met de regiogemeenten over de uitbreiding van recreatief winkelaanbod.

Door regelmatig te onderzoeken hoe en waarom de consument haar koopgedrag wijzigt en te monitoren welke nieuwe ontwikkelingen zich op detailhandelsgebied voordoen probeert de gemeente in een vroegtijdig stadium zicht te krijgen op de ontwikkelingen die in Zoetermeer moeten plaatsvinden om de detailhandel ook de komende jaren aantrekkelijk te houden voor de consument en de ondernemer.

## 2. Vraaggerichte ontwikkelingen en trends

Aan de vraagzijde wordt het draagvlak voor de detailhandelsstructuur bepaald door ontwikkelingen van het inwonertal, het besteedbaar inkomen, de samenstelling van de bevolking, de mobiliteit, het koopgedrag en de omvang van de detailhandelsbestedingen.

### 2.1. Bevolkingsontwikkeling

De winkels in Zoetermeer zijn voor een belangrijk deel afhankelijk van de eigen inwoners. Groei van het inwonertal vertaalt zich direct door in de omzetten van de winkeliers. De afgelopen 5 jaar is het inwonertal met ca. 6000 toegenomen. Dit lijkt gunstig, maar is toch bijna 9.000 minder dan in 2000 werd verwacht. Oorzaak hiervan is de vertraging in de realisatie van de wijk Oosterheem. Dit heeft geleid tot het uitstellen van de oplevering van het winkelcentrum in deze Vinexwijk. Die staat nu voor 2009 in de planning. De verlate oplevering van Spazio en Cadenza, de twee Stadshartuitbreidingen is wat de afstemming op het draagvlak betreft, gunstig. In feite is er 5 jaar vertraging in de bevolkingsgroei opgetreden. Pas in 2010 zal Zoetermeer tegen de 125.000 inwoners huisvesten. Daarna zal het inwonertal zich naar verwachting stabiliseren.

De verwachte terugloop van de bevolking in de bestaande wijken is minder sterk geweest dan werd verwacht. Dit was gunstig voor de wijk- en buurtcentra omdat de omzet hierdoor langzamer is teruggelopen dan in 2000 werd voorspeld.

Tabel	De bevolkingsontwikkeling per deelgebied			
	2005	2010	2015 mutatie 2005-2015	
Centrum	19979	21002	20681	4%
Meerzicht	15592	15091	14855	-5%
Buytenwegh, de Leyens	20352	19503	19218	-6%

Seghwaert, Noordhove	27167	25927	25427	-6%
Rokkeveen	23443	21957	21276	-9%
Oosterheem	8458	20379	22297	164%
Totaal Zoetermeer	115793	124630	124513	8%

*In de meeste wijken wordt voor de komende 5 jaar een verdere afname van het inwonertal verwacht. De daling is evenwel gematigd, alleen in Rokkeveen is deze wat sterker. In het stadscentrum neemt het inwonertal door inbreiding toe en Oosterheem laat, door de woningbouw, een sterke stijging van het inwonertal zien. In totaal Zoetermeer neemt het inwonertal de komende 5 jaar met 8% toe.*

### 2.2 De waardering van de winkelcentra

#### Waardering van de consument

Waarderingscijfer 2004 t.o.v. cijfer 1994 (schaal 0 tot 10)	Cijfer van de consument		
	2004	1994	2004 tov 1994
Leidsewallen	6,7	6,9	-2%
Vijverhoek	6,7	7,0	-3%
Vlieger	6,9	7,2	-4%
Leyens	6,8	7,2	-6%
Stadshart	6,9	7,4	-7%
Meerzicht	6,8	7,3	-7%
Buytenwegh	6,4	7,0	-8%
Noordhove	6,6	7,2	-9%
Croesinckplein	6,3	6,9	-9%
Dorpsstraat	6,4	7,3	-11%
Petuniatuin	6,3	7,2	-11%
Rokkeveen	7,5		
Oosterheem	6,5		

Gemiddelde Zoetermeer	6,8	7,1	-5%
Waarderingscijfer 2004 t.o.v. cijfer 1994	2004	1994 2004 t.o.v. 1994	
Prijsniveau	6,7	6,2	7%
Openingstijden	7,5	7,3	2%
Autobereikbaarheid	7,5	7,7	-3%
Service/bediening	7,1	7,5	-4%
Parkeergelegenheid	7,0	7,4	-5%
Sfeer/gezelligheid	6,1	6,7	-9%
Uiterlijk winkels(centrum)	6,3	7,0	-11%
Stallingsmogelijkheden fietsen	6,3	7,2	-13%
Totaal gemiddelde	6,8	7,1	-5%

Belangrijkste constatering op het gebied van de waardering van de winkelcentra door de consument zijn:

**1. De meeste winkelcentra in Zoetermeer zijn sterk gedaald in de waardering van de consument.**

*Bijna alle centra zijn de afgelopen 10 jaar gedaald in de waardering van de consument. Een duidelijke oorzaak is hier niet voor aan te wijzen. De stelling dat dit komt omdat er te weinig is gedaan om de centra aantrekkelijk te houden wordt niet onderschreven door de cijfers. Een centrum als Noordhove dat in 1999 is opgeknapt scoort beneden gemiddeld, terwijl een centrum als Leidswallen, waar relatief weinig is gebeurd, het minst in waardering is gedaald. De consument geeft aan dat het vooral minder is geworden met de stallingmogelijkheden voor fietsen, het uiterlijk van de centra en de sfeer en gezelligheid in de centra. Daar staat tegenover dat*

*de lagere prijzen en langere openingstijden zorgen voor een hogere waardering op de punten prijsniveau en openingstijden.*

**2. Langere openingstijden leiden tot beter functioneren.** Naarmate de supermarkt langer open is, blijkt het centrum het beter te doen.

**3. Centra als Dorpsstraat, Stadshart en Meerzicht scoren lager door de overlast die ontstaat, omdat de centra worden opgeknapt.** Het revitaliseren (herbestrating, bouwwerkzaamheden) leidt na afloop tot beter functioneren, maar tijdens het proces loopt de omzet terug.

**4. Gevoelens van onveiligheid zijn geen reden om een centrum links te laten liggen.** De winkelcentra waar de consument zich het onveiligst voelt behoren omzettechnisch tot de beste centra van Zoetermeer. Het gaat meestal om de aanwezigheid van hangjongeren. Criminaliteit is een hot item, maar staat goed functioneren niet altijd in de weg.

**5. De upgrading van winkelcentra leidt niet altijd tot een hogere waardering van de consument.** Zo zakt Noordhove dat in 1999 is opgeknapt in de afgelopen 10 jaar van de 6<sup>e</sup> naar de 9<sup>e</sup> plaats.

**6. Ook centra met een tekort aan parkeerplaatsen kunnen goed functioneren.** Voldoende parkeerplaatsen is positief, maar geen absolute voorwaarde voor succes.

In de foodsector is het prijsimago en de openingstijd van de supermarkt een steeds belangrijker reden geworden om voor een centrum te kiezen.

De “supermarktoorlog” heeft consequenties voor het functioneren van de verschillende centra. Centra met een “goedkope” supermarkt, bleken de afgelopen vijf jaar de winnaars. In de centra waar die supermarkt niet zat zijn de meeste winkels geconfronteerd met dalende omzetten

De foodspecialzaak verliest steeds meer terrein. Ook in centra waar geen uitbreiding van de supermarkt heeft plaatsgevonden (Vlieger, Buytenwegh, Vijverhoek).

Kleinschalige winkels krijgen het steeds moeilijker. Het aantal groenteboeren en slaggers in Nederland is de afgelopen tien jaar gehalveerd. Zoetermeer lijkt dat voorbeeld te gaan volgen.

Er is koopkracht verloren aan centra in de regio, die recent hebben geïnvesteerd.

De teruglopende waardering kan niet alleen geweten worden aan de situatie in de centra. Ook de consument verandert. Gedacht kan worden aan het economische tij waar bij de consument steeds kritischer kijkt naar alle uitgaven.

### **2.3. Bestedingen van de consument**

Om de twee jaar houdt de gemeente een enquête onder 1500 huishoudens waarin vragen worden gesteld over het koopgedrag. Deze enquête maakt duidelijk waar de inwoners van Zoetermeer hun boodschappen <sup>1</sup>doen en waar ze winkelen <sup>2</sup>. Ook kan uit die gegevens berekend worden hoeveel van hun beschikbare budget in de verschillende winkelcentra terecht komt. Door dit met enige regelmaat te doen kan worden bijgehouden welke centra het goed doen en welke het minder doen bij het Zoetermeerse publiek.

### **Koopkrachtbinding boodschappen**

Wat de boodschappen betreft blijft Zoetermeer vrijwel alle bestedingen (96.7%) van de eigen inwoners binden. Vijf jaar geleden was dat nog iets hoger. Er is nu sprake van wat meer koopkrachtafvloeiing richting Leidscheveen, waar een noodwinkel van Digros is gevestigd.

Door upgradering van centra als Buytenwegh en Meerzicht, door de oplevering van winkelcentrum Oosterheem en door de komst van een tweede supermarkt in het Stadshart zal de koopkrachtbinding in 2010 naar verwachting weer op het oude niveau van 98% terugkomen. Daarmee wordt optimaal voldaan aan de doelstelling in het SBE, want een hogere binding is normaal gesproken niet mogelijk.

De concurrentie in de boodschappensector speelt zich dan ook vooral binnen de grenzen van Zoetermeer af. Stijgers in de afgelopen 5 jaar waren; het noodwinkelcentrum in Oosterheem, het Croesinckplein, Noordhove, Buytenwegh, de Leyens en de Vlieger. Dit is ten koste gegaan van centra als de Vijverhoek, het Stadshart, Seghwaert, de Dorpsstraat, Rokkeveen en Meerzicht. Deze verschuivingen hebben te maken met de ontwikkeling van het inwonertal in de diverse wijken, de komst van nieuwe winkels en veranderingen in het koopgedrag van de consument. Zo zijn prijzen en openingstijden een veel belangrijker rol gaan spelen. Bij de behandeling van de diverse centra wordt hier nader op ingegaan.

### **Koopkrachtbinding niet-dagelijkse goederen**

Bij de niet-dagelijkse goederen winkels is sprake van dezelfde lichte daling van de koopkrachtbinding aan Zoetermeer. Gezien de ontwikkelingen in Rotterdam, Rijswijk en Leidschendam, waar het winkelaanbod belangrijk is verbeterd, mag dit als een prestatie worden gezien. In de Boogaard en Leidsenhage blijven de belangrijkste concurrenten voor het Stadshart en Alexandrium is daarbij gekomen. Het is deze centra echter niet gelukt om het

koopgedrag van de Zoetermeerder substantieel te veranderen. De koopkrachtbinding is rond de 83% blijven liggen en dat is alleszins redelijk voor een stad als Zoetermeer. Ondanks de belangrijke verbeteringen in Zoetermeer die de komende 5 jaar plaats vinden zal de koopkrachtbinding niet verder stijgen dan naar een kleine 85%. Dit heeft ook te maken met de verdere versterking van het winkelaanbod buiten Zoetermeer en met name in de Haagse binnenstad.

Kooporiëntatie (%)	Boodschappen			winkelen		laag frequente aankopen		nonfood	
	1999	2004	2010	2004	2010	2004	2010	1999	2004
Aankoopplaats	1999	2004	2010	2004	2010	2004	2010	1999	2004
Stadshart	23,3	17,3	18,6	55,3	64,3	32,1	31,0	50,0	45,2
Dorpsstraat	6,9	5,9	6,9	6,3	7,8	4,0	4,2	6,7	5,0
Meerzicht	9,9	9,5	9,1	3,9	2,4	1,1	3,6	2,6	2,3
Seghwaert	8,6	7,3	6,2	2,2	1,2	0,4	0,0	1,5	1,2
Leidsewallen	3,4	3,4	2,9	0,3	0,2	0,1	0,0	0,2	0,3
Noordhove	4,2	4,6	3,9	1,8	0,0	0,1	0,0	0,4	0,5
Buytenwegh	5,1	5,4	6,5	2,1	1,2	0,2	0,0	0,9	0,9
De Leyens	7,3	8,0	6,8	2,8	1,9	0,3	0,3	1,0	1,3
Rokkeveen	14,2	12,6	10,7	6,4	3,7	1,0	0,0	3,7	3,8
De Vlieger	2,9	3,2	2,7	0,2	0,0	0,1	0,4	0,1	0,2
Croesinckplein	5,4	7,0	6,9	1,2	0,0	0,1	0,0	0,3	0,4
Oranjelaan	0,1	0,0	0,0	0,0	0,2	0,0	0,0	0,1	0,0
Piet Heinplein	0,1	0,1	0,1	0,0	0,0	0,0	0,1	0,1	0,0
Vijverhoek	6,0	3,8	4,0	1,0	0,0	0,1	0,3	0,4	0,3
Oosterheem	0,0	4,7	12,0	0,1	3,2	0,0	0,5	0,0	4,0
elders in Zoetermeer*	0,7	3,8	0,5	1,8	1,0	23,5	15,5	9,5	10,2
Woonhart	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	13,5	23,0	6,0	7,0
totaal in Zoetermeer	98,1	96,7	98,0	85,4	87,0	76,6	79,0	83,5	82,6

\* o.a de solitair gevestigde bouwmarkten en tuincentra

Net als bij het boodschappen doen hebben bij het winkelen de belangrijkste verschuivingen tussen de centra in Zoetermeer zelf

plaatsgevonden. Ook hier hebben de twee belangrijkste winkelcentra ( Stadshart en Dorpsstraat) klanten verloren aan aankoopplaatsen elders in Zoetermeer. En dat betreft dan vooral de aankoopplaatsen met grootschalige winkels in de periferie en het Woonhart. Centra met een beperkt recreatief winkelaanbod zoals de Leyens, Rokkeveen en Buytenwegh hebben zich staande weten te houden of zelfs enige winst weten te boeken.

Door de uitbreiding en opwaardering die de komende 5 jaar in diverse winkelcentra plaats vindt, zullen zich vooral binnen Zoetermeer verschuivingen in de koopstromen voordoen. Hierbij is het belangrijk om onderscheid te maken tussen het recreatieve winkelen en het met een lage frequentie aankopen doen. Er is een wezenlijk verschil tussen het kopen van kleding (recreatief) of van een wasmachine (laag frequent). De uitbreidingen in het Stadshart en de Dorpsstraat zullen er voor zorgen dat de Zoetermeerder hier meer recreatief gaat winkelen dan voorheen. In deze centra hoort het recreatieve winkelen thuis. Ook Oosterheem zal een normaal marktaandeel verwerven en de verwachting is dat Rokkeveen, zonder uitbreiding, naar dat normale aandeel zal terugzakken. Wat de laag frequente aankopen betreft wordt een inspanning verricht om de consument weer vanuit de periferie, naar centra als Woonhart, Dorpsstraat, Meerzicht en Stadshart te trekken. Met name de verdubbeling van het geconcentreerde woninginrichtingsaanbod zal voor een impuls moeten zorgen en voor koopkrachtbehoud. Binnen het regionale krachtenspel zal ook in deze sector slechts sprake zijn van een geringe stijging van de koopkrachtbinding.

### De regionale positie

Zoetermeer heeft een beperkte regionale verzorgingsfunctie. Dit komt door de ligging van Zoetermeer. De bevolkingsdichtheid rond de stad is gering en centra van hogere orde, zoals Den Haag en Rotterdam zijn relatief makkelijk te bereiken. De komende jaren zal de bevolkingsdichtheid in de regio verder toenemen, hetgeen een positief effect zal hebben op de regionale positie. Daar staat

tegenover dat de positie van Den Haag Centrum wordt versterkt (uitbreidingen en randstadrail).

Door alle woningbouw in de omgeving van Zoetermeer zullen ook de bestedingen vanuit de regio in absolute zin toenemen. Als er geen hiërarchische veranderingen plaatsvinden in het regionale winkelaanbod mag worden aangenomen dat het aandeel van de regiobestedingen in de Zoetermeerse omzet weer op het topniveau komt van eind negentiger jaren.

Alle op handen zijnde veranderingen in Zoetermeer, afgezet tegen de veranderingen in het regionale aanbod resulteren dan in een marginale versterking van de regionale positie

De regionale positie wordt uitgedrukt in het percentage van de winkelomzet dat afkomstig is van buiten Zoetermeer, oftewel de koopkrachttoevloeiing. Dat percentage wordt gemeten door het provinciale koopstroomonderzoek en door passantenenquêtes in de winkelcentra.

Door de resultaten van die onderzoeken aan te vullen met gegevens verstrekt door winkeliers uit de verschillende centra is een goed beeld verkregen van de toevloeiing per centrum. De koopkrachttoevloeiing is voor een middelgrote stad aan de lage kant en varieert van 27% in het Stadshart tot 5% in de meeste buurt en wijkwinkelcentra. Gezien de specifieke omstandigheden (dun bevolkt achterland en ligging dicht bij Den Haag centrum) mag daar niet meer van worden verwacht.

Naar blijkt is in Zoetermeer de afgelopen 5 jaar sprake geweest van versterkte koopkrachtafvloeiing richting winkelcentra in Leidschendam, Rijswijk en Rotterdam (koopgoot en Alexandrium). Ook de toevloeiing van koopkracht naar het Stadscentrum uit genoemde gebieden loopt terug. De maatregelen die worden voorgesteld beogen deze koopkrachtafvloeiing in de komende 5 jaar terug te dringen.

## 2.4. Trends in de komende jaren.

Als het aan de trendwatchers ligt zullen tientallen trends de komende jaren het detailhandelslandschap op zijn kop zetten. Een aantal van deze trends is tegenstrijdig en het blijft dan ook de vraag wat er werkelijk zal gebeuren. De geschiedenis leert dat de wijzigingen zich heel geleidelijk voordoen. Dat er verandering komt is zeker. In de Zoetermeerse visie wordt er van uit gegaan dat de betekenis voor de detailhandel in Zoetermeer de komende vijf jaar beperkt is.

Enkele trends zijn het vermelden waard.

Zo zal het boodschappen doen zich steeds meer richten op lage prijzen en langere openingstijden. Schaalvergroting en branchevervaging zet door. Het aantal traditionele foodspeciaalzaken (groenteboer, slager en bakker) zal verder afnemen. Soltair gevestigde category killers (hypermarkten als AH-XL) krijgen de komende 5 jaar geen kans in de regio. De fijnmazige ruimtelijke structuur van boodschappencentra zal hierdoor in stand blijven. Ook het doen van boodschappen via internet zal deze structuur niet aantasten.

De meeste veranderingen zullen zich in het winkelen voordoen. Perifere vestigingen, category killers (bijv. Ikea, Media Markt, Hornbach), en internet zullen het koopgedrag verder veranderen en bestaande centra langzaam maar zeker van kleur doen verschieten. De kleinere speciaalzaken die zich in hetzelfde marktsegment begeven zullen verdwijnen als de formule niet wordt aangepast. Op zich schept dit weer kansen voor nieuwe formules en bijzondere speciaalzaken die nieuwe gaten in de markt gaan vullen. Gemakscentra als wijkwinkelcentra en stadsdeelcentra blijven het goed doen mits de aankleding en inrichting up to date wordt gehouden. De op stedelijke verzorging gerichte centra als Stadshart en Dorpsstraat kunnen hun positie vasthouden en mogelijk versterken door zich te blijven onderscheiden van concurrerende centra. Funshoppen blijft een speerpunt. De klant moet wat kunnen

beleven en dat kan kan worden gestimuleerd door historie (Dorpsstraat), verrassende winkelformules en andersoortige voorzieningen (horeca, leisure, bibliotheek, theater etc.) een fraaie aankleding maar ook door zaken als bereikbaarheid en parkeergelegenheid te optimaliseren

### 3. Het aanbod

Het aanbod wordt gevormd door de winkels en de wijze waarop de winkeliers de waren aanbieden aan de consument. Net als bij de vraagzijde bepalen kwantitatieve (winkeloppervlak, concentratiegraad, locatie, huisvestingslasten) en kwalitatieve (aankleding, sfeer, formule, branchemix, bereikbaarheid, parkeren, marketing) aspecten, het succes van de individuele winkels en de aankoopplaatsen.

#### 3.1 Het winkeloppervlak per winkelgebied

*Het winkelvloeroppervlak is tussen 1999 en 2004 met ca. 14.000 m<sup>2</sup> toegenomen. Dit komt in belangrijke mate voor rekening van bouwmarkten en tuincentra in de periferie. De overige uitbreidingen en inkrimpingen waren veel kleinschaliger. Ook worden er nu door een andere meetwijze meer zaken meegenomen, zoals apotheken.*

Wanneer naar de uitbreidingsplannen na 2004 (laatste inventarisatiedatum) wordt gekeken, dan staat Zoetermeer nog een forse groei van ruim 60.000 m<sup>2</sup> wvo te wachten. De grootste groei zit in het Stadshart (Spazio en Cadenza met ca. 22.000 m<sup>2</sup>, waarvan Spazio inmiddels is gerealiseerd), concentratie woninginrichting met

ca. 20.000 m<sup>2</sup>, Oosterheem (ca. 5.500 m<sup>2</sup>), de Dorpsstraat (diverse projecten: 3.500 m<sup>2</sup>) en de spreiding (bouwmarkten en tuincentra, ruim 5.000 m<sup>2</sup>). Hierbij zitten harde en zachte plannen. Zo is Spazio al praktisch geheel opgeleverd terwijl uitbreiding van de woninginrichting niet voor 2010 zal worden gerealiseerd. De uitbreiding die de eigenaar van winkelcentrum Rokkeveen voorstaat zit in een dermate vroeg stadium dat deze nog niet in de tabel is meegenomen.

Winkelvloeroppervlak (wvo)	Totaal		
	1999	2004	2010
Aankoopplaats			
Stadshart	35.210	36.050	57.980
Dorpsstraat	10.210	9.567	13.070
Meerzicht	4.152	5.844	7.340
Seghwaert	2.781	3.228	3.230
Leidsewallen	962	962	960
Noordhove	1.728	1.643	1.640
Buytenwegh	2.461	2.765	3.770
De Leyens	2.997	3.146	3.150
Rokkeveen	4.674	4.611	4.610 (6.310)
De Vlieger	770	1.287	1.290
Croesinckplein	1.426	962	1.460
Oranjelaan	139	381	380
Piet Heinplein	246	568	570
Vijverhoek	958	1.140	1.640
Oosterheem	0	1.461	7.000
elders in Zoetermeer	25.414	35.187	40.810
Woonhart	20.435	19.533	39.530
totaal in Zoetermeer	114.563	128.335	188.420

(= indien uitbreidingsplan wordt gerealiseerd)

## De kwaliteit van het aanbod

De kwaliteit van het Zoetermeerse winkelaanbod is goed. Het overwegend na 1970 tot stand gekomen netwerk van aankoopplaatsen spreekt de consument nog steeds aan. Wel is het gezakt van een ruime voldoende naar een voldoende. Iedere inwoner van Zoetermeer heeft op redelijke afstand een boodschappencentrum en voor het recreatieve winkelen kan men voor bijna alles in het centrum terecht. Ook de laag frequente aankopen kunnen centraal worden gedaan in het moderne Woonhart en op enkele goed bereikbare plaatsen in de periferie. Met de komst van de Praxis en de Groenrijk is het bouwmarkt- en tuincentrumaanbod nu bijna op orde. Zoetermeer heeft niet te maken met de last van oudere steden, waar te kleine, slecht bereikbare winkelcentra en winkelstrips met leegstand en rentabiliteitsproblemen hebben te kampen. Toch is dit geen reden om stil te zitten. De teruggelopen waardering van de consument is een teken dat er actief moet worden gewerkt aan een opwaardering van de winkelstructuur.

In de eerste plaats moet daarbij worden gekeken naar de **ruimtelijke structuur**. Het onderzoek en de brainstormsessies geven aan dat er de komende jaren geen aanleiding is om het aantal winkelcentra uit te breiden of in te krimpen. Wel is het raadzaam om enkele centra uit te breiden om beter aan de vraag van de consument te kunnen voldoen. Ook in de periferie zal een verdere optimalisering van omvang en situering tot een sterkere structuur en een verhoogd verzorgingscomfort leiden.

Maar het gaat niet alleen om omvang en situering. De kwaliteit kan ook op andere punten worden verbeterd.

Voor de ondernemers is **veiligheid** een hot item. Stadshart, Dorpsstraat, Rokkeveen en Buytenwegh hebben inmiddels het Keurmerk Veilig Ondernemen. Andere centra zijn daarmee bezig. Het Stadshart komt uit een onderzoek (NVM BOG 2006) in 60 grote steden als het op één na veiligste stadscentrum van Nederland. De

Zoetermeerse consument kwalificeert de winkelcentra Rokkeveen en Dorpsstraat zelfs als nog veiliger. Maar er is ook een centrum waar bijna de helft van de bezoekers zich wel eens onveilig heeft gevoeld. Voor de meeste winkeliers heeft het veiligheidsaspect hoge prioriteit. Zij worden er regelmatig mee geconfronteerd en kunnen het niet ontvluchten. De consument heeft alternatieven en geeft veiligheid een lagere prioriteit dan aankoopmotieven als prijs en openingstijd. Zo blijkt een hoge mate van onveiligheid een hoge omzet per vierkante meter niet in de weg te staan.

Voor de consument vormen **een ruime openingstijd** (van de supermarkt) en de **bereikbaarheid met de auto** de belangrijkste kwaliteit van de winkels in Zoetermeer. De autobereikbaarheid was 10 jaar geleden ook al het belangrijkste aspect, maar de openingstijden is nu belangrijker dan **service en bediening en parkeergelegenheid**. Deze aspecten staan nu op de derde en vierde plaats van de kwaliteitsladder en zijn nog altijd van groot belang bij de keuze van de consument voor een centrum. Een opmerkelijke rol in het kwaliteitsniveau van de aankoopplaatsen speelt **het prijsniveau**. 10 jaar geleden scoorden de Zoetermeerse centra maar net voldoende op dit punt. De "supermarktoorlog" heeft hier de nodige verbetering in gebracht want de waardering van de consument voor centra met goedkope supermarkten is fors gestegen. Een aantrekkelijk prijsniveau wordt daarmee een steeds effectiever instrument om de consument te binden.

Bepalend voor de kwaliteit van een winkelgebied is het **uiterlijk en de sfeer en gezelligheid**. Helaas zijn juist deze punten de laatste 10 jaar achteruit gehold en scoren nu nog maar net een voldoende. Hier kan een belangrijke kwaliteitsslag worden gemaakt. Datzelfde geldt voor het realiseren van meer **stallingmogelijkheden voor de fiets**.



#### 4 De confrontatie van vraag en aanbod

*De meetbare resultante van de confrontatie van vraag en aanbod is de omzet van de winkeliers. Door die omzet weer af te zetten tegen de kosten (inkoop, huisvestingslasten etc.) wordt duidelijk of de winkels in de verschillende aankoopplaatsen rendabel kunnen functioneren.*

##### 4.1 Omzetontwikkeling

Veel winkeliers in Nederland zullen de afgelopen jaren het liefst zo snel mogelijk willen vergeten. Vooral in de periode 2002 - 2005 heeft de omzet in de detailhandel zwaar onder druk gestaan. Ook de detailhandel in Zoetermeer is niet aan deze malaise ontkomen. Het verschilt wat per centrum en per ondernemer en het geheel overziende lijkt Zoetermeer toch iets beter bestand te zijn geweest tegen de gevolgen van de economische recessie dan de detailhandel buiten de stad. In de boodschappenbranches is de omzet van 1999 tot 2004 gestegen met 34%. Deze stijging komt voor rekening van de topjaren 1999-2002 en door het toegenomen inwonertal. De non-foodbranches deden het minder maar ook die zagen de omzet stijgen en wel met 8%.

Omzet (x 1 miljoen €)	Boodschappen			winkelen		laag frequente aankopen		nonfood		
	1999	2004	2010	2004	2010	2004	2010	1999	2004	2010
Aankoopplaats										
Stadshart	46	47	55	110	139	59	62	166	168	200
Dorpsstraat	14	16	20	10	14	6	7	19	16	20
Meerzicht	19	25	26	6	4	2	6	7	7	10
Seghwaert	16	19	17	3	2	1	0	4	4	
Leidsewallen	6	9	8	0	0	0	0	1	1	0
Noordhove	8	12	11	3	0	0	0	1	3	0
Buytenwegh	10	14	18	3	2	0	0	2	3	2
De Leyens	14	21	19	4	3	0	0	3	5	4

Rokkeveen	27	33	31	10	6	1	0	10	11	6
De Vlieger	6	8	8	0	0	0	1	0	0	1
Croesinckplein	11	19	20	2	0	0	0	1	2	0
Oranjelaan	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Piet Heinplein	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Vijverhoek	12	11	12	2	0	0	1	1	2	1
Oosterheem	0	12	35	0	5	0	1	0	0	6
elders in Zoetermeer	1	10	1	3	2	33	33	27	36	35
Woonhart	0	0	0	0	0	25	46	21	25	46
totaal in Zoetermeer	190	255	282	156	177	127	155	262	284	333

Wat de boodschappen betreft scoorde alleen de Vijverhoek een lagere omzet dan in 1999. Dit komt omdat veel Hoogvlietklanten hun boodschappen zijn gaan doen in de nog steeds toonzettende pilot-store van Hoogvliet in Oosterheem

De omzet van de non-foodbranches is in de meeste winkelcentra nauwelijks gegroeid. Door de vele werkzaamheden in de Dorpsstraat is daar zelfs sprake van een lichte daling. Ook zijn er hier weer winnaars en die zijn gevestigd in de periferie en in het Woonhart. Het gaat daarbij vooral om de grootschalige woonwinkels, de bouwmarkten en de tuincentra.

Voor de komende 5 jaar zijn de verwachtingen van de deskundige organisaties, CBS, Hoofdbedrijfschap Detailhandel en het Economisch Instituut Midden en Kleinbedrijf, nog steeds niet al te hoopvol, maar de situatie zal zich, met name in de non-foodsector, verbeteren. Dat komt niet door de bestedingen per hoofd, want die zullen in die 5 jaar, naar verwachting, slechts marginaal (1%) stijgen. De omzetgroei wordt vooral veroorzaakt door het toenemende inwonertal en door de verdere versterking van de winkelstructuur waardoor de bestedingen meer dan voorheen worden vastgehouden. In de boodschappensector ligt de omzet in 2010 ruim 10% hoger en in de non-foodsector zal dat ruim 17% zijn. De totale detailhandelsomzet in Zoetermeer stijgt daarmee naar € 614.000.000.

De tabel laat zien dat niet alle centra daar in gelijke mate van zullen profiteren. In de beschrijving per winkelcentrum is aangegeven hoe dat komt en welke veranderingen de situatie kunnen verbeteren.

## 4.2 Het functioneren

Een goede indicator voor het functioneren van een winkelcentrum is de vloerproductiviteit (omzet per vierkante meter). Ligt deze hoger dan de normproductiviteit (nodig om rendabel te kunnen functioneren) dan is er sprake van een, in principe, gezonde situatie.

De normproductiviteit is afhankelijk van de huisvestingslasten en de branchering. Elk centrum heeft daardoor een eigen normproductiviteit. Omdat het gaat om een gemiddelde zullen er altijd individuele ondernemers zijn die onder of boven dat gemiddelde functioneren.

Door de omzet van het centrum te delen door de normproductiviteit wordt het winkelvloeroppervlak verkregen dat normaal gesproken rendabel kan functioneren. Wordt dat afgezet tegen het aanwezige w.v.o. dan wordt duidelijk hoeveel oppervlak er nog bij kan of af zou moeten om tot een normaal functioneren te komen. Hoe groter dat metrage in de plus zit, hoe sterker het centrum functioneert. Deze metrages zijn weergegeven in de tabel.

Uitbreidingsruimte	Boodschappen		winkelen		laag frequente aankopen	
	2004	2010	2004	2010	2004	2010
Aankoopplaats	2004	2010	2004	2010	2004	2010
Stadshart	1.409	14	6.550	1.951	7.855	4.991
Dorpsstraat	1.172	1.034	682	783	693	197
Meerzicht	1.449	934	924	272	-997	43
Seghwaert	481	247	733	242	nvt	nvt
Leidsewallen	719	604	-28	17	nvt	nvt

Noordhove	610	457	nvt	nvt	nvt	nvt
Buytenwegh	1.273	906	1.020	433	nvt	nvt
De Leyens	1.543	1.247	1.009	597	17	36
Rokkeveen	3.368	2.906	1.945	638	nvt	nvt
De Vlieger	851	728	nvt	nvt	-340	55
Croesinckplein	2.872	2.161	nvt	nvt	nvt	nvt
Oranjelaan	-282	-284	-59	12	nvt	nvt
Piet Heinplein	-269	-284	nvt	nvt	-29	115
Vijverhoek	1.969	1.079	nvt	nvt	-76	30
Oosterheem	496	-139	nvt	106	nvt	73
elders in Zoetermeer	4.548	289	271	-707	14.941	-1.883
Woonhart	0	0	0	0	4.533	333
totaal in Zoetermeer	22.210	11.900	13.046	4.346	26.595	3.991

De Tabel laat overwegend positieve getallen zien. De conclusie is gerechtvaardigd dat de winkelcentra in Zoetermeer goed functioneren. De uitspraken zijn vooral betrouwbaar voor de grotere centra met een voldoende vertegenwoordiging van alle branches. In kleinere centra zoals Oranjelaan en Piet Heinplein en in centra met een geringe vertegenwoordiging van een bepaalde branche zijn de cijfers minder betrouwbaar. De meeste centra hebben een voldoende buffer om eventuele tegenvallers op te vangen. Die buffer is bij een aantal centra zo groot dat uitbreiding gewenst is.

Zoetermeer als totaal komt eind 2004 ca. 67.000 m<sup>2</sup> w.v.o. tekort. De geplande uitbreidingen voorzien daarmee in een behoefte. Worden alle verwachte uitbreidingen gerealiseerd, dan zou er in 2010 nog een extra uitbreiding behoefte bestaan van ca. 20.000 m<sup>2</sup> w.v.o. Per centrum is in Onderdeel 4 aangegeven of verdere uitbreiding of inkrimping van het vloeroppervlak gewenst is en wat de gevolgen daarvan zijn voor andere centra.

## Supermarktformule bepalend voor omzet boodschappencentra.

In de tabel hier onder staan de centra gerangschikt op volgorde van de vloerproductiviteit van de boodschappenbranches. Een hoge vloerproductiviteit wijst in het algemeen op een goed functionerend centrum. Uit de tabel blijkt dat een hoge waardering van de consument voor het prijsniveau en voor de openingstijden loont. Vrijwel altijd gaat een hoge waardering op die punten samen met een goed functionerend centrum. De waardering voor het prijsniveau in de boodschappencentra wordt in belangrijke mate bepaald door de formule van de supermarkt. De aanwezigheid van een Digros, een C1000 en een Hoogvliet, lijkt garant te staan voor een hoge vloerproductiviteit.

Boodschappen-centrum	Vloerproductiviteit 2005	Supermarktformule (s)	cijfer prijs-niveau	cijfer openings-tijden
croesinckplein	19.243	Digros	7,7	7,8
rokkeveen	11.021	C1000, AH	6,6	7,6
vijverhoek	10.242	Hoogvliet	7,0	7,5
leidsewallen	10.197	C1000	6,7	7,6
de vlieger	9.719	C1000	6,7	7,7
oosterheem	8.405	Hoogvliet	6,8	7,8
meerzicht	8.287	C1000, AH	6,5	7,4
de leyens	8.159	Lidl, AH	6,4	7,4
noordhove	7.868	AH	6,2	7,1
seghwaert	6.855	Lidl, AH	6,6	7,3
Stadshart	6.735	Konmar	6,1	7,2
buytenwegh	6.417	Lidl, Super de Boer	6,4	7,2
dorpsstraat	5.267	Aldi, AH	6,2	7,0
totaal in Zoetermeer	8.143		6,7	7,5

Opmerkelijk is dat de aanwezigheid van prijsvechters als Aldi en Lidl in Zoetermeer niet leidt tot hoge vloerproductiviteiten. De consument wil meer dan alleen goedkope prijzen.

De waardering van de consument dateert van november 2004. De “supermarktoorlog” was toen nog in volle gang. Met name AH heeft inmiddels een beter prijsimago verworven, waardoor de centra met een Albert Heijn supermarkt op het ogenblik hoger zullen scoren. Omdat het zelden voorkomt dat supermarktlocaties van formule veranderen kan er niet goed gestuurd worden op het functioneren van boodschappencentra. Het functioneren is voor een belangrijk deel afhankelijk van het beleid van de supermarktorganisatie. Dit speelt minder in de grotere centra met meer recreatief winkelaanbod zoals Stadshart, Dorpsstraat en Rokkeveen. Het prijs- en openstellingbeleid van de speciaalzaken speelt hier een belangrijker rol en kan beter worden gestuurd door de winkeliersvereniging.

## **STUCTUURVISIE DETAILHANDEL**

**Zoetermeer 2006 – 2010**

**Onderdeel 4**

**Beleid per winkelcentrum**

**Ruimte, e&w juli 2007**

## Inhoudsopgave Structuurvisie Detailhandel 2006 - 2010

### Onderdeel 4: Beleid per winkelcentrum

Blz.

	Detailhandelsbeleid per winkelcentrum	45
1	Stadshart	45
2	Woonhart	45
3	Dorpsstraat	45
4	Oranjelaan	45
5	Piet Heinplein	46
6	Croesinckplein	46
7	Vijverhoek	46
8	Meerzicht	46
9	Buytenwegh	47
10	De Leyens	47
11	Leidsewallen	47
12	Seghwaert (Petuniatuin)	48
13	Noordhove	48
14	De Vlieger	49
15	Rokkeveen (Centrum)	49
16	Oosterheem	49

## **Detailhandelsbeleid per winkelcentrum**

De winkelcentra zijn niet alleen de basis voor het doen van boodschappen en het winkelen maar vormen tevens de motor van een netwerk van sociale interactie in de stad die de buurten en wijken leefbaar houdt. In dit onderdeel wordt aangegeven hoe de centra er voor staan en wat er moet gebeuren om die motor te laten draaien. Op basis van de enquêtes en gesprekken met winkeliers en eigenaars is per centrum een beeld verkregen van het functioneren, de sterke en zwakke punten en de aandachtspunten voor gemeente, winkeliers en eigenaren om het centrum de komende vijf jaar aantrekkelijk te houden. Op basis van deze analyse is het speerpuntenbeleid van het college vorm gegeven in een startnotitie waarin staat aangegeven in welke winkelcentra de komende vijf jaar wordt geïnvesteerd door de gemeente en wat deze investeringen behelzen. Soms gaat dat om het bij elkaar brengen van partijen en soms gaat het om financiële input. Tevens wordt aangegeven welke inspanningen de gemeente daarbij verwacht van de overige betrokken partijen als winkeliers en eigenaren.

### **Winkelcentrum Stadshart**

De herinrichting van het openbare gebied van het Stadscentrum is nagenoeg afgerond. Aan de westkant is een forse uitbreiding van de winkelvoorzieningen in het project Spazio gerealiseerd en is het nieuwe openbaarvervoersknooppunt Centrum-West binnenkort gereed en operationeel. Aan de oostkant zijn de plannen voor de uitbreiding Cadenza in een ver gevorderd stadium. Getracht wordt daarin een supermarkt te realiseren ten behoeve van de bewoners in de directe omgeving. De mogelijkheden voor verbetering van de verbindingen tussen het Stadshart en het Woonhart en tussen het Stadshart en de Dorpsstraat worden binnen diverse projecten bestudeerd (overbouw tunnelbak, invulling Cp-Oost, Nicolaasplein, culturele as Stadshart-Dorpsstraat, brug over de Dobbe).

### **Winkelcentrum Woonhart.**

Uitbreiding van het winkelvloeroppervlak is wenselijk. Ondernemers zoeken naar mogelijkheden om langrijdende automobilisten in eerder stadium op de aanwezigheid van het Woonhart attent te maken. Het succes van Ikea laat zich voelen in andere Woonwinkelcentra zoals het Woonhart. De gemeente voelt er voor om het Woonhart dezelfde mogelijkheden te geven als IKEA (branchering), waardoor de concurrentie eerlijker wordt. Door de ligging van het Woonhart zal dat dan ook een positief effect hebben op het Stadshart. De eigenaar komt in de komende periode met een plan voor de revitalisering van het centrum. De gemeente zal in overleg met eigenaar en ondernemers plannen faciliteren die de levensvatbaarheid van het centrum versterken. Vanzelfsprekend mogen die plannen niet tot ontwrichting elders leiden.

### **Winkelcentrum Dorpsstraat**

De afgelopen jaren heeft de gemeente veel geld geïnvesteerd in de ontwikkeling van het Dorpsstraatgebied in de vorm van het faciliteren van de projectgroep Dorpsstraat, het opstellen van een nieuw bestemmingsplan, planbegeleiding, voorbereiding, grondaankopen, herinrichting van het openbaar gebied, bouw van parkeervoorzieningen en het toevoegen van nieuwe maatschappelijke voorzieningen (o.a. de Zoetelaer en het CKC). Daardoor zijn ook vele particuliere investeringen in de Dorpsstraat op gang gekomen. Voor de ontwikkeling van het gebied Nicolaasplein, in combinatie met een mogelijke verbinding Dorpsstraat-Stadshart over de Dobbe en de culturele as, is een projectgroep gestart.

### **Winkelcentrum Oranjelaan**

Het draagvlak voor winkels met alleen een wijkfunctie op de Oranjelaan is in de loop der jaren verdwenen. Tien jaar geleden

heeft de gemeente ervoor gekozen geen speciale maatregelen te nemen om de wijkfunctie van dit winkelcentrum te behouden. Er zijn nu bijna alleen nog bedrijven gevestigd met een stedelijke functie. Het merendeel daarvan valt onder de noemer “dienstverlening” (hypotheekkantoren, cateringbedrijven, e.d.). Ook de enige avondwinkel van Zoetermeer is in deze winkelstrip gesitueerd. Deze bedrijven hebben zich aan deze doorgaande weg gevestigd met het oog op de zichtbaarheid en bereikbaarheid van de locatie.

### **Winkelcentrum Piet Heinplein**

Ook voor de wijkwinkels van het winkelcentrum Piet Heinplein is het draagvlak in de loop der jaren verdwenen. Voor dit centrum heeft de gemeente tien jaar geleden besloten geen speciale maatregelen te nemen om de wijkfunctie te behouden. Er zijn nu voornamelijk winkels gevestigd die zich qua assortiment richten op de consument, die etnische goederen en diensten koopt. Deze winkels hebben een eigen plaats in de Zoetermeerse winkelhiërarchie verworven. Het openbaar gebied voor de winkelstrip is een aantal jaren geleden aanzienlijk opgeknapt, waarbij ook een fietspad en een parkeerstrook zijn aangelegd.

### **Winkelcentrum Croesinckplein**

Het openbare gebied aan de oostkant van dit winkelcentrum is recent geheel opnieuw ingericht, waarbij ook het milieueiland onder de grond is gebracht. Het centrum draait op de aanwezigheid van een vestiging van Digros en van de ook tot het Dirk van de Broek-concern behorende drogist en slijter. Consumenten vanuit geheel Zoetermeer bezoeken dit centrum. Er bestaat grote behoefte aan uitbreiding van de supermarkt, maar de fysieke mogelijkheden daartoe zijn echter beperkt. Ook het openbaar gebied en de parkeersituatie aan de westzijde van het centrum verdienen

verbetering. De mogelijke verdere ontwikkelingen van dit centrum worden bekeken in het kader van het project Palenstein.

### **Winkelcentrum Vijverhoek**

Door DuraVermeer ontwikkelde plannen voor de herinrichting van het centrumgebied waarin dit winkelcentrum ligt zijn begin 2006 gestrand op de massale afwijzing door omwonenden. Door de gemeente is vervolgens toegezegd, dat in samenspraak met alle betrokkenen nieuwe plannen voor dit gebied zullen worden ontwikkeld. Daartoe is het nodig dat de gemeente eerst zelf een visie op dit gebied ontwikkelt.

Concreet ligt er de behoefte van supermarkt Hoogvliet om uit te breiden en van de overige ondernemers om het openbaar gebied aan te pakken, de overlast van schooljeugd te verminderen en het winkelaanbod uit te breiden.

Daarnaast bestaat er vanuit de verdichtingstudie de verwachting dat in dit gebied woningen kunnen worden toegevoegd, die bijdragen aan de gewenste differentiatie.

Het vastgoed in dit centrumgebied is in eigendom bij verschillende eigenaren.

### **Winkelcentrum Meerzicht**

Van de wijkcentra die in de periode, dat Zoetermeer groeistad was, zijn gerealiseerd is het centrumgebied van Meerzicht het eerste centrum, dat totaal opnieuw is ingericht. Aan de oostkant zijn het sociaal-cultureel wijkcentrum, woningen en bedrijven gesloopt, woningen gerenoveerd en woningen toegevoegd. De nieuwe wijkpost heeft een prominente plaats in het centrumgebied gekregen. Aan de westkant was de renovatie van het winkelcentrum Meerzicht onderdeel van deze herinrichting van het totale centrumgebied. De eigenaar van het winkelcentrum bleek bereid tot investeringen in het winkelcentrum en de gemeente heeft een groot deel van het openbare gebied opnieuw ingericht, mede in relatie tot de ombouw van de halte van Randstadrail.

Aan de noordwestkant is de enige in Zoetermeer overgebleven parkeergarage met daktuin gerenoveerd en heeft de fietsenwinkel uit de oude “onderdoorgang” een prachtige locatie op de kop van die garage gekregen.

De herinrichting van het centrumgebied is daarmee nagenoeg afgerond. Op stapel staan nog de uitbreiding van de AH-supermarkt, de afbouw van de halte van Randstadrail en de afwerking van het openbare gebied bij deze beide projecten. Deze werkzaamheden zullen eind 2006 begin 2007 worden uitgevoerd.

### **Winkelcentrum Buytenwegh**

Door de eigenaar van het winkelcentrum Buytenwegh zijn, in overleg met en met medewerking van de gemeente, plannen voor de renovatie van dat winkelcentrum ontwikkeld. Deze plannen passen in het bestemmingsplan, dat voor Buytenwegh in voorbereiding is. De bouwvergunning is verleend en voorbereidende werkzaamheden zijn reeds uitgevoerd. De renovatie zal in de eerste helft van 2007 worden afgerond.

Door de gemeente is deze renovatie tot project bestempeld, projectvoorstel inclusief projectaanpak zijn goedgekeurd en de gemeente heeft € 600.000 beschikbaar gesteld voor planvoorbereiding, begeleiding, werkvoorbereiding, bouwrijpmaken en herinrichting van de openbare ruimte. € 450.000 hiervan wordt gedekt uit de ontwikkelingsreserve van het MIP en € 150.000 door inkomsten uit grondverkoop. Dekking vindt dus niet plaats vanuit het in het collegeprogramma geormerkte budget.

Daarnaast is door de gemeente geïnvesteerd in dit centrumgebied door de wijkpost voor de wijk Buytenwegh de Leyens hier te situeren.

De vestiging van andere dienstverleners (o.a. zorg) in het centrumgebied wordt gestimuleerd.

### **Winkelcentrum De Leyens**

De winkels in dit centrum zijn eigendom van de individuele winkeliers. Vanuit die ondernemers zijn totnogtoe geen initiatieven voor renovaties naar voren gekomen, maar ze onderkennen de noodzaak om gebouwen en openbaar gebied te verbeteren en ze hebben daarbij uiteraard ook een aantal wensen.

In het kader van de omgevingswerken Randstadrail zullen beperkte aanpassingen van het openbare gebied bij de trappen en de nieuwe liften van de Randstadrail-halte plaatsvinden.

Tussen de entrees van Lidl en AH is een alternatieve koopstroom ontstaan via het parkeerterrein, waardoor consumenten de hoofdwinkelstraat deels links laten liggen.

Mede daardoor is er een tekort aan parkeerruimte aan die zijde van het winkelcentrum. Aan een verzoek van Lidl om te mogen uitbreiden is in verband met dat tekort geen medewerking gegeven. Het gebruik van de doorgaande fietsroute door het centrum door bromfietzers vormt een structureel probleem voor het winkelklimaat in dit winkelcentrum. Omdat beide problemen (parkeren en fietsroute) alleen kunnen worden opgelost door drastische ingrepen in bebouwing en infrastructuur zal moeten worden vastgehouden aan het feit, dat uitbreiding van de winkelruimte onmogelijk is. Omwonenden hebben veel last van het geratel van de winkelwagentjes op de uitkeitsjes bestaande bestrating. Een gladde bestrating zou daarvoor een oplossing zijn.

### **Winkelcentrum Leidsewallen**

In winkelcentrum Leidsewallen is sprake van verdeeld eigendom. Van de eigenaren liggen er geen voorstellen voor renovaties, alleen de C1000 had plannen voor een verdere uitbreiding. Deze uitbreiding is in strijd met het huidige bestemmingsplan, maar in het in voorbereiding zijnde bestemmingsplan kan met deze wens rekening worden gehouden.

De winkels functioneren goed. Het openbaar gebied zal als onderdeel van de omgevingswerken van Randstadrail worden



heringericht. Daarbij zal aandacht moeten zijn voor het gevoel van onveiligheid, dat mensen hebben bij de geldautomaat onder het viaduct.

Het milieueiland is al ondergronds gebracht.

Uit het gesprek, dat met de ondernemers heeft plaatsgevonden in het kader van en ter voorbereiding van de nieuwe Structuurvisie Detailhandel zijn de volgende zaken naar voren gekomen: verbreden van het aanbod (bijvoorbeeld een Blokker en een slijterij), uitbreiding van de C1000 en de drogisterij en verbeteren van de veiligheid. Deze wensen zullen voor een deel bij de herinrichting van het openbaar gebied aan de orde kunnen komen. Het opstellen van het nieuwe bestemmingsplan Seghwaert kan dienen als handvat om met de ondernemers te bekijken of hun uitbreidingswensen kunnen worden gehonoreerd. Daaruit zal moeten blijken of verdere initiatieven vanuit de gemeente nodig zijn.

### **Winkelcentrum Seghwaert**

Het centrum Seghwaert is niet in eigendom bij één belegger. Het dienstencentrum (Petuniatuin) is eigendom van een woningbouwcorporatie, een aantal woningen is particulier eigendom, terwijl de afzonderlijke winkels voor het grootste deel eigendom zijn van de individuele winkeliers. De belangen van al die eigenaren zijn uiteraard zeer divers.

In opdracht van de VVE (vereniging van eigenaren; het complex heeft een hoofd-VVE en diverse sub-VVE's) heeft een architect enige jaren geleden een ontwerp gemaakt voor de renovatie van het winkelcentrum. Het meest ingrijpende onderdeel daarvan was de vervanging van de overkapping (de luifel). Medewerking van de gemeente was (is) nodig voor de herbestrating van het openbaar gebied in het gehele centrum en de vervanging van de openbare verlichting die deels in de overkapping is aangebracht. Op dat moment had de gemeente geen budget beschikbaar om die werkzaamheden uit te voeren. Dat kwam pas in het kader van de

omgevingswerken Randstadrail, maar dat betekende ook dat de werkzaamheden moesten wachten op de ombouw van de halte. Overigens heeft de gemeente ook een belang bij het gedeeltelijk slopen van de overkapping, teneinde daardoor het fietspad langs de Parkdreef ter hoogte van de geldautomaat te kunnen doortrekken en de verkeersgevaarlijke situatie aldaar te kunnen opheffen. Daarom heeft de gemeente vanuit het budget voor de herinrichting aan de winkeliers een bijdrage toegezegd om het betreffende deel van de overkapping te kunnen slopen.

De plannen van de gemeente voor de herinrichting van het totale openbaar gebied zijn inmiddels, na langdurig overleg met de winkeliers en na inspraak, uitvoeringsgereed. Het milieueiland is al ondergronds gebracht. Het wachten is nu op de planning van de VVE voor het vervangen van de overkapping.

Daarnaast zouden de winkeliers het centrum tijdens de nachtelijke uren willen afsluiten om bestaande overlast en vandalisme tegen te gaan. Daartoe zullen echter alle ondernemers en alle eigenaren van winkelpanden moeten meewerken. Het is de winkeliersvereniging en de VVE tot nu toe niet gelukt om alle betrokkenen te overtuigen. Mogelijk dat een initiatief vanuit het wijkmanagement eventueel in combinatie met de wijkagent hierin beweging kan brengen.

### **Winkelcentrum Noordhove**

Het winkelcentrum Noordhove is eind jaren negentig in lijn met de toename van het aantal inwoners van de wijk uitgebreid en opgeknapt. Deze werkzaamheden hebben echter niet helemaal gebracht wat er van werd verwacht. In opdracht van de eigenaar worden momenteel door een vastgoedontwikkelaar de mogelijkheden bekeken om in dit centrumgebied nieuwe ontwikkelingen tot stand te brengen. De medewerking van de gemeente voor de realisering van te ontwikkelen plannen in de vorm van wijziging van het bestemmingsplan en mogelijk grondverkoop is ongetwijfeld nodig. Daartoe is het nodig, dat de gemeente eerst zelf een visie op dit gebied ontwikkelt.

### **Winkelcentrum De Vlieger**

De in voorbereiding zijnde structuurvisie geeft aan dat voor uitbreiding van dit winkelcentrum geen aanleiding bestaat. Wel wordt het tijd, dat het centrum en omgeving enigermate wordt opgeknapt. Indien daartoe initiatieven van de eigenaar komen is het nodig dat de gemeente bereid is parallel daaraan het openbaar gebied op te waarderen.

### **Winkelcentrum Rokkeveen**

Het winkelcentrum Rokkeveen functioneert goed. Om in de toekomst goed mee te blijven doen dient het centrum gemoderniseerd te worden en er dienen oplossingen te komen voor het parkeerprobleem. Bij de ondernemers komt vooral de wens naar verdere verbreding van het aanbod naar voren. Uitbreiding vergroot echter het parkeerprobleem.

De eigenaar, Rodamco, heeft een idee gepresenteerd om het centrumgebied drastisch aan te pakken en daarbij ook een oplossing voor het parkeren aangedragen. Deze plannen zijn zeer rigoureuus. Rodamco is gevraagd deze plannen nog eens te bekijken, vooral de aangedragen oplossing voor het parkeren.

Dit centrum heeft een uitbreidingspotentieel dat de 1.700 m<sup>2</sup> die de visie voorstaat te boven gaat. Anders dan de eigenaar ziet de gemeente het als taak om voor alle winkelcentra in de stad, waar dat in de mogelijkheden ligt, de randvoorwaarden te scheppen die nodig zijn om de centra levensvatbaar te houden. De berekeningen tonen aan dat een uitbreiding van het wijkwinkelcentrum, groter dan 1.700 m<sup>2</sup> wvo, de levensvatbaarheid van het nabijgelegen buurtwinkelcentrum de Vlieger in gevaar brengt. Naarmate de uitbreiding groter wordt gaan ook andere centra in Zoetermeer, die nu een deel van de verzorging in Rokkeveen op zich nemen, de verschuiving van koopstromen voelen. De door de eigenaar gewenste uitbreiding is daarmee strijdig met de gemeentelijke doelstelling. Het parkeerprobleem kan financieel worden opgelost

door een grotere winkeluitbreiding te realiseren. Dit kan echter geen keuze zijn, omdat deze oplossing een nieuw probleem veroorzaakt bij winkelcentrum de Vlieger.

Winkelcentrum Rokkeveen maakt met de door de eigenaar beoogde uitbreiding in de visie van het Gewest Haaglanden een schaa sprong naar het niveau van stadsdeelcentrum. In de visie van het Stadsgewest Haaglanden is geen ruimte voor deze uitbreiding vanwege het bovenlokale effect. Het Stadsgewest zal naar verwachting een negatief advies uitbrengen over een dergelijke uitbreiding.

De gemeente zal zelf ook een visie op dit gebied te ontwikkelen. In combinatie met de gewenste woonservicezone en ouderenwoningen en de beschikbare ruimte aan de zuidoostkant van het centrum lijken er voldoende mogelijkheden te zijn om ook de winkelvoorzieningen uit te breiden en tegelijkertijd het parkeerprobleem op te lossen. De door Rodamco getoonde bereidheid om in dit gebied te investeren dient door de gemeente te worden gezien als een kans om het gebied op te waarderen, zodat het weer vele jaren mee kan.

### **Winkelcentrum Oosterheem**

In Oosterheem is een winkelcentrum gepland, dat aansluit bij de omvang van de wijk. Realisering zal echter niet voor 2009 plaatsvinden.

De tijdelijke winkelvoorziening in de vorm van een supermarkt van Hoogvliet met enige beperkte andere diensten is onvoldoende om het groeiende aantal inwoners van Oosterheem nog zo lang te bedienen. Daarom is een uitbreiding met meer tijdelijke winkels in gang gezet.

## **STUCTUURVISIE DETAILHANDEL**

**Zoetermeer 2006 – 2010**

**Onderdeel 5**

**Begrippenlijst**

**Ruimte, e&w juli 2007**

### **Bijlage 3: Begripsomschrijving**

**Boodschappen:** het kopen van dagelijks benodigde artikelen zoals levensmiddelen en drogisterij artikelen.

**BVO** Bedrijfsvloeroppervlak, ook wel verhuurbaar oppervlak genoemd. Dit is het binnenmuurse oppervlak.

**Koopkrachtafvloeiing:** Is het aandeel van de bestedingen uit een wijk of stad dat wordt uitgegeven buiten die wijk of stad.

**Koopkrachtbinding** aan winkelgebied X: Het aandeel van de totale bestedingen van consumenten die wonen in de wijk of stad waar winkelgebied X is gelegen, dat wordt uitgegeven in winkelgebied X

**Koopkrachttoevloeiing:** De regionale positie wordt uitgedrukt in het percentage van de winkelomzet dat afkomstig is van buiten Zoetermeer, oftewel de koopkrachttoevloeiing.

In het **Nationaal winkelmarktonderzoek 2006** van de NVM, krijgt de binnenstad van Zoetermeer van de ondernemers op veel punten, waaronder veiligheid, een hoog rapportcijfer. Van de 60 onderzochte binnensteden kreeg alleen Hengelo een hoger cijfer.

**Ontwrichting.** Van structurele ontwrichting van de detailhandelsstructuur is sprake als door de vestiging van detailhandel buiten de winkelcentra de levensvatbaarheid van één of meer winkels in de winkelcentra met eenzelfde branche, in gevaar komt. De levensvatbaarheid komt in gevaar als de omzet van het in het winkelcentrum gevestigde bedrijf met meer dan 10% zal teruglopen. Hierbij moet rekening worden gehouden met het cumulatieve effect van alle in deze branche perifeer gevestigde bedrijven. Het gaat daarbij om de bedrijven die zich na juli 2007

hebben gevestigd. Het zich perifeer te vestigen bedrijf zal op basis van de in deze nota gehanteerde normen aangevuld c.q. geactualiseerd met de meest recente landelijke normen met een distributieplanologisch onderzoek (dpo) moeten aangeven wat de effecten van zijn komst (inclusief die van eventueel eerder gevestigde bedrijven) zijn op de omzetten van de betreffende winkels in de winkelcentra.

**Perifere vestiging.** In de Detailhandelsnota worden hiermee alle winkels bedoeld die op meer dan 50 meter van een winkelconcentratie zijn gevestigd. Perifere vestiging is synoniem voor solitaire vestiging.

**SBE:** Het in 2005 door de gemeenteraad vastgestelde Stedelijk Beleidskader Economie.

Comfortabel **verzorgingsniveau:** Alle consumenten in Zoetermeer kunnen op loop/fiets afstand van huis boodschappen doen in een winkelgebied dat door de omringende buurt wordt gewaardeerd met een voldoende (gemiddeld waarderingscijfer op de punten: uiterlijk/aankleding, openingstijden, autobereikbaarheid, parkeren, sfeer/gezelligheid, service/bediening, prijsniveau, stallen fiets en veiligheid) en de niet-dagelijkse boodschappen moeten grotendeels (tenminste 80% koopkrachtbinding) in Zoetermeer worden gedaan in aankoopplaatsen die met een voldoende worden gewaardeerd. . Dat betekent ook dat alle winkels en winkelcentra goed bereikbaar en toegankelijk moeten zijn voor mensen met een beperking.

**Winkelconcentratie** Bestaat uit meer dan drie winkels met een aaneengesloten winkelfront.

**Winkelen:** de beoogde aankoop van niet-dagelijkse artikelen waarbij meerdere winkels worden bezocht.

**WVO** Winkelvloeroppervlak is het oppervlak in een detailhandelsvestiging waar de consument kan komen. Vroeger werd dit aangeduid met VVO.