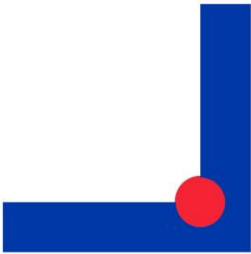
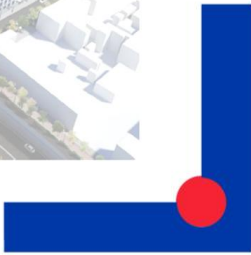


Leiden - winkelcentrum
Kooiplein
Motivering branchering
herontwikkeling



definitieve rapportage

**BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING**

Status:

definitieve rapportage

Datum:

18 april 2012

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv

Silodam 1E

1013 AL Amsterdam

020 - 625 42 67

www.stedplan.nl

amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:

Dr. Aart Jan van Duren

Ineke Deelen MSc.

Voor meer informatie: ajvd@stedplan.nl

In opdracht van:

Heijmans Vastgoed

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2012.A.523

Referentie:

Inhoudsopgave

	Pagina
Management summary	4
Inleiding	9
1 Vraag- en aanbodverhoudingen	11
1.1 Verzorgingsgebied	
1.2 Detailhandelsstructuur	
1.3 Supermarktstructuur	
2 Positie en perspectief Kooiplein	17
2.1 Functioneren winkelcentrum Kooiplein	
2.2 Trends en ontwikkelingen	
2.3 Vigerend beleid	
2.4 SWOT en SWOT-confrontatie	
2.5 Conclusies perspectief Kooiplein	
3 Distributieve analyse	22
3.1 Benchmark branchering	
3.2 Distributieve berekening	
3.3 Effecten	
4 Ruimtelijk-functionele randvoorwaarden	26
4.1 Planchets	
4.2 Planbeoordeling	
4.3 Conclusie	
Bijlage: 1. Trends en ontwikkelingen	34
Bijlage: 2. Uitkomsten Benchmark-analyse	35
Bijlage: 3. Distributie planologische berekening	36
Bijlage: 4. Referentiecentrum Vinkenhof, Groningen	37
Bijlage: 5. Referentiecentrum Ridderhof, Alphen aan den Rijn	38

Management summary

Samen met woningcorporatie De Sleutels ontwikkelt Proper-Stok/Heijmans winkelcentrum Kooiplein tot kloppend hart voor Leiden-Noord. Basis van de herontwikkeling is een door stedenbouwkundig bureau KCAP opgesteld stedenbouwkundig plan voor het nieuwe Kooiplein. Dit is vastgesteld door de Leidse gemeenteraad op 29 juni 2010.

Ten behoeve van het (ver)nieuw(d)e plan is voor het te ontwikkelen deel een nieuw bestemmingsplan in voorbereiding. De bedoeling is dat het ontwerp bestemmingsplan begin april 2012 ter inzage ligt.

In het nieuwe bestemmingsplan zal ten opzichte van eerdere planvorming het planvolume aan supermarkten groter zijn dan was aangenomen. Was dit in het stedenbouwkundig plan nog circa 3.500 m² bruto vloeroppervlak (bvo) aan supermarkten, in de nieuwe plannen omvat dit 4.300 m², bestaande uit een supermarkt van 2.300 m² (gereserveerd voor relocatie Albert Heijn) en 2.000 m² (nieuwe supermarkt).

De totale planvorming als het gaat om detailhandel wijzigt niet en omvat in totaal ca. 5.500 m² bvo voor het nieuw te ontwikkelen deel¹. Dit gebeurt in combinatie met het reeds bestaande deel van winkelcentrum Kooiplein dat ca. 1.500 m² bvo meet.

Ten behoeve van de bestemmingsplanprocedure is het belangrijk dat de samenstelling van het te vernieuwen winkelcentrum gemotiveerd wordt, in ruimtelijk-economisch opzicht. Immers, de planvorming op het Kooiplein dient enerzijds tot doel de inwoners van Leiden-Noord te voorzien van een compleet wijkcentrum, maar dient zich anderzijds te voegen binnen de bestaande en gewenste structuur van buurt- en wijkstructuur van de gemeente Leiden. Welke ruimtelijk-economische criteria gelden bij een dergelijke opgave?

In dit hoofdstuk zijn de centrale onderzoeksvragen op een samenvattende wijze beantwoord.

Onderzoeksvraag 1

Welke samenstelling van het nieuwe winkelcentrum Kooiplein is, gegeven de 7.000 m² bvo aan detailhandel, passend bij de beoogde functie van het winkelcentrum als kloppend hart van Leiden-Noord?

Onderzoeksvraag 2

Welke omvang en samenstelling van specifiek het supermarktaanbod op het vernieuwde Kooiplein is passend bij de functie en creëert positieve effecten op het aanvullende winkelaanbod?

De totale planvorming voor winkelcentrum Kooiplein omvat in totaal ca. 5.500 m² bvo detailhandel voor het nieuw te ontwikkelen deel, in combinatie met het reeds

¹ Overeenkomstig besluitvorming zoals vastgelegd in Leiden Noord, vastgesteld bestemmingsplan (sept, 2007) en uitvoeringsbesluit Gemeente Leiden.

bestaande deel van winkelcentrum Kooiplein dat ca. 1.500 m² bvo aan detailhandel meet.

Met de beoogde herontwikkeling zet winkelcentrum Kooiplein de stap van een buurtverzorgend winkelcentrum naar een compleet wijkwinkelcentrum, met een functie voor de nu ruim 13.000 inwoners van Leiden Noord. Dit aantal stijgt door grootscheepse herstructurering en nieuwbouw in de wijk richting de 15.500 inwoners.

Met een metrage van in totaal 7.000 m² bvo ontstaat een compleet en toekomstgericht winkelcentrum voor Leiden Noord dat in staat moet worden geacht de op termijn ca. 15.500 inwoners van het gebied voor dagelijkse en hoogfrequente aankopen optimaal aan zich te binden. Momenteel is deze binding door het suboptimale aanbod (kleinschalig, incompleet) laag. Er is veel afvloeiing naar vooral het supermarktaanbod in het noordelijke en oostelijke deel van de binnenstad, naar winkelcentrum De Kopermolen in de Leidse Merenwijk en naar Leiderdorp-Winkelhof.

Die optimale binding kan alleen bereikt worden als het plan in ruimtelijk-functionele zin en in branchering en segmentering voldoet aan de verwachtingen die de bewoners van de wijk van een dergelijk centrum hebben. Het nieuwe winkelcentrum zal als hart van de wijk moeten fungeren, met niet alleen een compleet pakket aan keuze in winkels in de dagelijkse en hoogfrequente sfeer, maar ook met een aanvullend aanbod van maatschappelijke voorzieningen (onderwijs, gezondheidszorg, sociaal-cultureel).

Qua omvang en branchering van het winkelcentrum zijn de volgende zaken van belang:

- Bij een winkelcentrum dat vooral gericht is op de dagelijkse en andere hoogfrequente aankopen hoort een modern, toekomstbestendig supermarktaanbod. Dit vormt immers de ruggengraat van het winkelcentrum en weet de inwoners van Leiden Noord optimaal aan het winkelcentrum te binden. Twee volwaardige, qua formule complementaire supermarkten zijn daartoe in staat en genereren daarmee ook mogelijkheden voor aanvullend speciaalzakenaanbod in de dagelijkse sector. Wanneer het gaat om twee supermarkten is een tweetal scenario's denkbaar. Eén waarin de full service supermarkt wordt aangevuld met een hard discounter en één waarin sprake is van twee in omvang min of meer gelijkwaardige supermarkten. Bij een keuze voor het laatste scenario is het belangrijk dat de formules elkaar aanvullen. Vooral dan is deze keuze zowel op basis van de referenties als op basis van de distributieve berekening goed te motiveren.
- Met 4.300 m² bvo aan supermarkten, min of meer gelijkwaardig over beide supermarkten verdeeld, resteert maximaal 2.700 m² bvo aan andere commerciële functies. Naast een divers en compleet supermarktaanbod zal het vernieuwde winkelcentrum moeten bestaan uit een min of meer compleet pakket aan speciaalzaken (één of twee drogisten, een slijter, een bakker, een slager, een groentezaak of toko). In de niet-dagelijkse sector gaat het om een bloemen- en plantenzaak, een dierenspeciaalzaak, een opticien, een winkel in lectuur en schrijfwaren, een winkel in huishoudelijke artikelen en een textielsupermarkt.

- Deze winkels dienen te worden aangevuld met andere commerciële publieksfuncties in de vorm van publieksambacht (kapper, apotheek), baliefuncties (kantoor, uitzendbureau) en winkelondersteunende horeca (bv. lunchroom, snackbar).

Onderzoeksvraag 3

Welke aanvullende ruimtelijke randvoorwaarden zijn gewenst bij de beoogde functie van winkelcentrum Kooiplein, rekening houdend met de reeds vaststaande stedenbouwkundige uitgangspunten?

Het nieuwe Kooiplein zal beoordeeld moeten worden in zijn beoogde functie als dagelijks winkelcentrum voor de 15.500 inwoners van Leiden Noord. Voor dit soort centra geldt het adagium dat het winkelcentrum, wil het succesvol die functie kunnen vervullen, compleet, compact en comfortabel dient te zijn.

Of aan die voorwaarden wordt voldaan hebben we beoordeeld door het plan op de volgende aspecten te toetsen: positionering en programma, lay-out van het winkelcentrum, bereikbaarheid en parkeren.

- **Positionering en programma.** Bij de invulling van het winkelcentrum ligt de focus op het aanbieden van een compleet, dagelijks aanbod, dat aansluit bij de behoeften van de (oorspronkelijke en toekomstige) bewoners van de wijk. In programmatische zin heeft het plan voldoende ingrediënten om te voorzien in de beoogde functie. De omvang is met 7.000 m² bvo, waarvan ca. 5.500 m² bvo nieuw, toekomstgericht te noemen. Het plan wordt bovendien geschraagd door een tweetal in oppervlak volwaardige supermarkten (die qua omvang min of meer gelijkwaardig aan elkaar dienen te zijn en qua segment complementair) waardoor er een gezonde basis is voor een aanvullend winkelprogramma van maximaal 2.700 m² bvo. Het verdient aanbeveling dit metrage in te vullen met winkels in de dagelijkse sector (speciaalzaken), aangevuld met winkels in de niet-dagelijkse sector, mits het gaat om frequent bezochte winkels die aanvullend zijn aan de dagelijkse sector.
Lay-out. Ruimtelijk-functioneel wensbeeld bij wijkwinkelcentra is een compact winkelgebied met duidelijk herkenbare hoofdentrees en op strategische plaatsen gesitueerde trekkers. Deze supermarkt zijn vervolgens de onmisbare dragers van het aanvullende aanbod. Het plan voor het Kooiplein voldoet op dit laatste punt, met als trekkers Albert Heijn en een tweede supermarkt in respectievelijk deelgebied 4A en 5. Het verdient aanbeveling het oorspronkelijke deel van het winkelcentrum in te vullen met een subtrekker (geen supermarkt). Belangrijk is dat er ruimtelijke samenhang tussen de drie onderdelen van het nieuwe winkelcentrum ontstaat. Dit is te realiseren door de fysieke barrière die de Kooilaan in het plan legt te “verzachten”, en door het situeren van een sterke supermarkt in het westelijk deel. Om te voorkomen dat de Albert Heijn-supermarkt min of meer autonoom functioneert en weinig synergetisch effect heeft op de rest van het winkelcentrum dient de oversteekbaarheid van de Kooilaan voor voetgangers te zijn gewaarborgd.
- **Bereikbaarheid.** Het Kooiplein kan alleen een goed functionerend dagelijks voorzieningencentrum voor Leiden Noord zijn als het ook vanuit de wijk goed bereikbaar is, voor alle voor een wijkwinkelcentrum belangrijke vervoersmodaliteiten (auto, fiets, voetganger).

Voor auto en fiets is het winkelcentrum vanuit alle windstreken goed te bereiken, mede door de overkluizing van de Willem de Zwijgerlaan en de aanleg van de ovonde die de Kooilaan aansluit op de Willem de Zwijgerlaan. Aandachtspunt betreft vooral de voetganger, vooral als het gaat om de toegankelijkheid van alle planonderdelen. Dit heeft vooral te maken met de barrièrewerking van de Kooilaan tussen het westelijk en oostelijk deel van het winkelcentrum. Het plan voorziet in verkeersremmende maatregelen (waaronder verkeerslichten) zodat oversteken van bezoekers veilig kan gebeuren.

- **Parkeren.** Het plan voorziet in twee parkeergarages voor bezoekers van het winkelcentrum waarbij de parkeergarage op maaiveld bij de nieuwe Albert Heijn (deelgebied 4A) ca. 150 parkeerplaatsen telt en de parkeergarage (verdiept) onder de tweede supermarkt/aanvullende winkels (deelgebied 5A/5B) ca. 280 parkeerplaatsen. De entrees van de garage zijn via de Rijnkade en de Bernardkade. Het totaal van ca. 430 parkeerplaatsen dient zowel het winkelend publiek als de bezoekers van het woningprogramma. Gegeven de wijkverzorgende functie van het winkelcentrum is dit aantal voldoende. Ook de verdeling tussen het westelijke en oostelijke plandeel is redelijk op orde.

Onderzoeksvraag 4

Wat is het effect van het vernieuwde en vergrote winkelcentrum Kooiplein op de bestaande en gewenste winkelstructuur van Leiden?

De opgave voor het vernieuwde en vergrote winkelcentrum zal zijn om het primaire winkelcentrum te worden voor de inwoners van Leiden-Noord als het gaat om de dagelijkse en andere hoogfrequente aankopen. Deels wordt die vergroting gelegitimeerd door de te verwachten groei van het aantal inwoners en de verbetering van het sociaal-economisch profiel (meer bestedingskracht). Deels ook zal het tot gevolg hebben dat de afvloeiing van dagelijkse koopkracht naar omliggende winkelcentra (die nu zeer hoog is) naar aanvaardbare proporties wordt teruggedrongen.

Een compleet en toekomstgericht supermarktaanbod wordt gezien als de meest cruciale factor voor het succes van een winkelcentrum als dat van Kooiplein. In het plan worden de supermarkten min of meer gelijkwaardig aan elkaar. Indien ook in functie complementariteit wordt gezocht, wordt de positie van het Kooiplein als wijkwinkelcentrum versterkt. Gelijkwaardigheid in oppervlak en complementariteit in formule zijn belangrijke factoren bij het streven naar maximale dagelijkse koopkrachtbinding van de inwoners van Leiden Noord.

De additionele omzetclaim die met de versterking van het dagelijks aanbod gepaard gaat kan indicatief als volgt worden herleid:

- Ongeveer een kwart hiervan komt voor rekening van de meer dan 2.000 nieuwe inwoners van het verzorgingsgebied, nieuwe inwoners die door de kwaliteitsimpuls in het winkelcentrum maximaal aan het centrum kunnen worden gebonden.
- Ongeveer de helft komt voor rekening van het feit dat de inwoners van Leiden Noord veel beter aan het eigen dagelijks aanbod kunnen worden gebonden. Dit is omzet die nu naar het dagelijks aanbod (vooral supermarkten) in (vooral) de binnenstad, de Merenwijk en Leiderdorp vloeit.

- Ongeveer een kwart komt voor rekening van het feit dat er van buiten Leiden Noord additionele omzet naar Leiden-Kooilaan toevloeit. Ook dit is omzet die deels te herleiden is uit de omliggende wijken, deels echter ook van verder weg afkomstig is, profiterend van de infrastructuurligging van het winkelcentrum.

In geen van de omliggende, en qua dagelijks aanbod zeer goed functionerende, centra zal het omzeteffect echter zo groot zijn dat het tot uitval van structuurelementen komt. Dit heeft te maken met het feit dat het om een groot aantal supermarkten gaat (meer dan tien), die zonder uitzondering goed tot zeer goed functioneren, met vaak (sterk) bovengemiddelde vloerproductiviteiten.

Het omzetverlies wordt over een groot aantal aanbieders verspreid en is per individuele supermarkt niet zo groot dat er sprake is van verlies aan toekomstperspectief.

Onze verwachting is eerder dat de positieve effecten veel meer zichtbaar zullen zijn dan het effect van (verspreid) omzetverlies. De druk op de centrumsupermarkten (ook in verkeerskundige zin) wordt kleiner, doordat meer koopkracht gebonden wordt in Leiden Noord. Dit heeft als bijkomend voordeel voor het centrum: minder autobewegingen, een beperktere druk op de schaarse weginfrastructuur en het geleiden daarvan naar gebieden die daar beter toe zijn uitgerust.

Inleiding

Samen met woningcorporatie De Sleutels ontwikkelt Proper-Stok/Heijmans winkelcentrum Kooiplein tot kloppend hart voor Leiden-Noord. Basis van de herontwikkeling is een door stedenbouwkundig bureau KCAP opgesteld stedenbouwkundig plan voor het nieuwe Kooiplein. Dit is vastgesteld door de Leidse gemeenteraad op 29 juni 2010.

Ten behoeve van het (ver)nieuw(d)e plan is voor het te ontwikkelen deel een nieuw bestemmingsplan in voorbereiding, waarbij het de bedoeling is begin april 2012 het ontwerp bestemmingsplan ter inzage te leggen.

In het nieuwe bestemmingsplan zal ten opzichte van eerdere planvorming het planvolume aan supermarkten groter zijn dan was aangenomen. Was dit in het stedenbouwkundig plan nog 3.500 m² bruto vloeroppervlak (bvo) aan supermarkten, in de nieuwe plannen omvat dit 4.300 m², bestaande uit een supermarkt van 2.300 m² (gereserveerd voor relocatie Albert Heijn) en 2.000 m² (nieuwe supermarkt). De totale planvorming als het gaat om detailhandel wijzigt niet, en omvat in totaal ca. 5.500 m² bvo voor het nieuw te ontwikkelen deel, in combinatie met het reeds bestaande deel van winkelcentrum Kooiplein dat ca. 1.500 m² bvo meet.

Het plan omvat daarnaast:

- een woonprogramma dat in totaal 430 woningen omvat in verschillende segmenten, voor verschillende doelgroepen;
- de herontwikkeling van de openbare ruimte en een groene verbinding (inclusief park) met de Merenwijk;
- Een Brede School aan het Kooiplein.

Ten behoeve van de bestemmingsplanprocedure is het belangrijk dat de samenstelling van het te vernieuwen winkelcentrum gemotiveerd wordt, in ruimtelijk-economisch opzicht. Immers, de planvorming op het Kooiplein dient enerzijds tot doel de inwoners van Leiden-Noord te voorzien van een compleet wijkcentrum, maar dient zich anderzijds te voegen binnen de bestaande en gewenste structuur van buurt- en wijkstructuur van de gemeente Leiden. Welke ruimtelijk-economische criteria gelden bij een dergelijke opgave?

U heeft Bureau Stedelijke Planning gevraagd hiernaar onderzoek te doen. Het onderzoek diende antwoord te geven op de volgende vragen:

1. *Welke samenstelling van het nieuwe winkelcentrum Kooiplein is, gegeven de 7.000 m² bvo aan detailhandel, passend bij de beoogde functie van het winkelcentrum als kloppend hart van Leiden-Noord?*
2. *Welke omvang en samenstelling van specifiek het supermarktaanbod op het vernieuwde Kooiplein is passend bij de functie en creëert positieve effecten op het aanvullende winkelaanbod?*

3. *Welke aanvullende ruimtelijke randvoorwaarden zijn gewenst bij de beoogde functie van winkelcentrum Kooiplein, rekening houdend met de reeds vaststaande stedenbouwkundige uitgangspunten?*
4. *Wat is het effect van het vernieuwde en vergrote winkelcentrum Kooiplein op de bestaande en gewenste winkelstructuur van Leiden?*

Leeswijzer

De opbouw van het rapport is als volgt. Hoofdstuk 1 schetst de vraag- en aanbodverhoudingen. In hoofdstuk 2 wordt ingegaan op de positie en het perspectief van het bestaande winkelcentrum Kooiplein, waarbij ook een SWOT-analyse aan bod komt. Vervolgens worden in het derde hoofdstuk met behulp van verschillende methoden de distributieve mogelijkheden bepaald. Het vierde hoofdstuk beoordeelt het stedenbouwkundig plan aan de hand van ruimtelijk-functionele randvoorwaarden die aan een wijkverzorgend centrum mogen worden gesteld. Het rapport wordt voorafgegaan door een management summary waarin de vier centrale onderzoeksvragen samenvattend worden beantwoord.

1 Vraag- en aanbodverhoudingen

Dit hoofdstuk schetst de vraag- en aanbodverhoudingen in Leiden als het gaat om de dagelijkse verzorging, met de nadruk op de verhoudingen in Leiden-Noord.

In dit hoofdstuk komen achtereenvolgens aan de orde:

- Afbakening, omvang en profiel verzorgingsgebied en de te verwachten veranderingen daarin (paragraaf 1.1);
- Winkelstructuur, detailhandelsbeleid en detailhandelsplannen (paragraaf 1.2).

1.1 Verzorgingsgebied

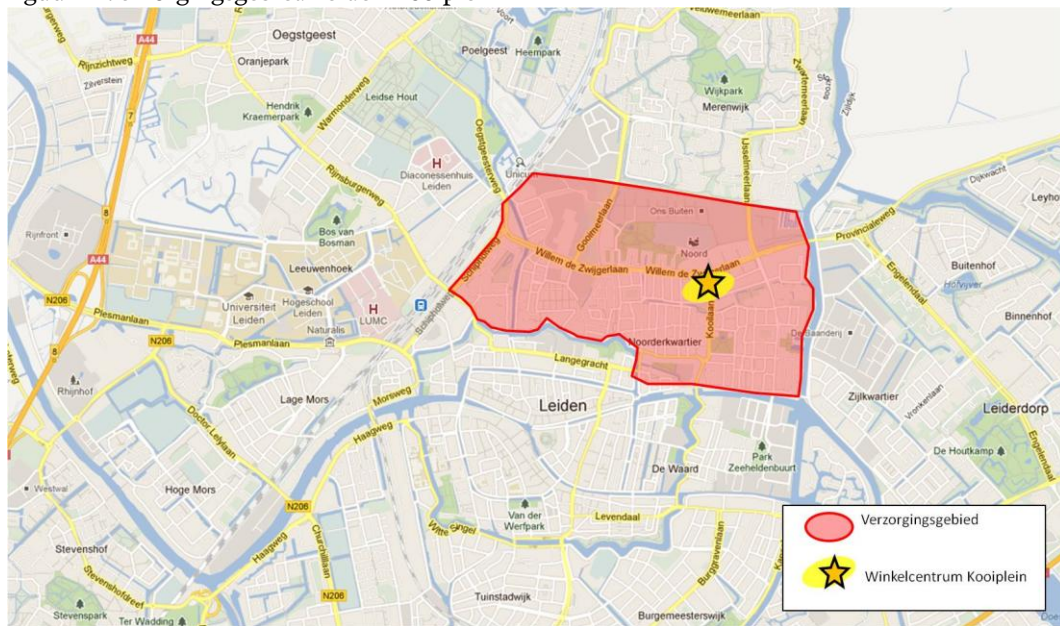
Momenteel is winkelcentrum Kooiplein een buurtwinkelcentrum van slechts 1.215 m² wvo en 7 verkooppunten. Het overgrote deel van dit aanbod betreft dagelijkse detailhandel. De belangrijkste trekker is de Albert Heijn-supermarkt (723 m² wvo). Ondanks de beperkte maatvoering vervult de supermarkt meer een (onvoldragen) wijkfunctie dan een buurtfunctie. De overige ca. 500 m² wvo is ingevuld met aanvullende winkels (drogist, buurtwinkel, bloemenzaak, witgoed). Verder zijn in het winkelgebied een kapper en videotheek aanwezig.

Zeker na herontwikkeling en opwaardering naar wijkfunctie beslaat het verzorgingsgebied van winkelcentrum Kooiplein de gehele wijk Leiden Noord. Leiden Noord is een van de 9 districten/wijken in Leiden en er wonen per 1 januari 2012 ruim 13.100 inwoners. De wijk Leiden Noord vormt samen met de wijk Merenwijk en een deel van het Boerhaavedistrict het stadsdeel Noord.

Met de herontwikkeling wordt de functie van winkelcentrum Kooiplein verzwaaard en zal het (meer dan nu het geval is) voor het merendeel van de inwoners van Leiden Noord de plek worden voor dagelijkse en frequent benodigde niet-dagelijkse aankopen.

Leiden Noord bestaat uit de buurten Groennoord, de Kooi en Noorderkwartier en is als aandachtswijk aangemerkt in 2007. Het winkelcentrum bevindt zich centraal in Leiden Noord, in de buurt de Kooi, ten zuiden van de Willem de Zwijgerlaan en ten oosten van de Kooilaan. De Willem de Zwijgerlaan en de Kooilaan zijn de belangrijkste wegverbindingen in de wijk, respectievelijk in west-oostrichting en in noord-zuidrichting.

Figuur 1 Verzorgingsgebied Leiden Kooiplein



Bron: Google Maps, 2012; Bureau Stedelijke Planning

Bevolkingsprofiel

De bevolkingsopbouw van Leiden Noord naar leeftijd komt sterk overeen met dat van de stad Leiden als geheel. Afwijkend ten opzichte van de gemeente Leiden zijn er relatief veel 25-45 jarigen woonachtig en is er een lichte ondervertegenwoordiging van 45-65-jarigen. Het percentage niet-westerse alloctonen is in Leiden Noord met 25% erg hoog.

Het inkomen ligt met €17.900 gemiddeld per persoon per jaar fors lager dan het Nederlandse (15% lager) en Leidse gemiddelde (19% lager).

Tabel 1 Demografische kenmerken en inkomen in het verzorgingsgebied en Nederland

	Inw. 2012	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	Gem hh- grootte	% Niet- westerse allocht.	Gem. inkomen per inw.
Leiden Noord	13.106	15	15	35	23	12	1,9	25	€17.900*
Leiden	118.775	15	16	32	25	12	1,9	15	€22.100*
Nederland	16.574.990	18	12	27	28	15	2,2	11	€21.100

Bron: Gemeente Leiden, 2012 en CBS Statline, 2012. Inkomensgegevens betreffen 2009.

De bevolking van Leiden blijft volgens de prognoses licht toenemen, in ieder geval tot en met 2030. Vooral het aandeel 65-plussers neemt in deze periode sterk toe.

De woningvoorraad in Leiden Noord is momenteel eenzijdig: veel sociale huurwoningen. Grootscheepse nieuwbouw, al dan niet voorafgaand aan sloop, moet verandering aanbrengen in die eenzijdigheid, en het bevolkingsprofiel meer in lijn brengen met het Leidse gemiddelde.

Wat betreft woningbouwplannen zijn die rondom het project Kooiplein het meest relevant (430 woningen).

Daarnaast is Nieuw Leyden, ten westen van het Kooiplein, een grootschalig herstructureringsproject. Er worden hier per saldo 500 woningen bijgebouwd (sloop 277, nieuwbouw 800, realisatie van 2011 t/m 2015). Ten noordwesten van het Kooiplein wordt op de locatie van de voormalige Groenordhallen de nieuwe wijk Groenord gebouwd (ruim 400 woningen tussen 2011 en 2015). Door deze ontwikkelingen neemt het bevolkingsaantal van Leiden Noord met zo'n 2.500 inwoners toe in 2020. In plaats van de huidige ruim 13.000 inwoners, wonen er dan zo'n 15.500, met een profiel dat beter aansluit bij het Leidse gemiddelde: welvarender en meer gemengd.

Impressie Leiden Noord, buurten De Kooi (foto links) en Noorderkwartier (foto rechts)



Bron: Leidennoord.nl, 2012

1.2 Detailhandelsstructuur

Het detailhandelsaanbod in Leiden is verspreid over een aantal grotere en kleinere winkelgebieden. Het centrum kent een relatief groot aanbod aan winkels en staat aan de top van de hiërarchische winkelstructuur; met 80.214 m² wvo is maar liefst 55% van het detailhandelsaanbod in de binnenstad gevestigd. In steden van vergelijkbare grootte is dit 40%.

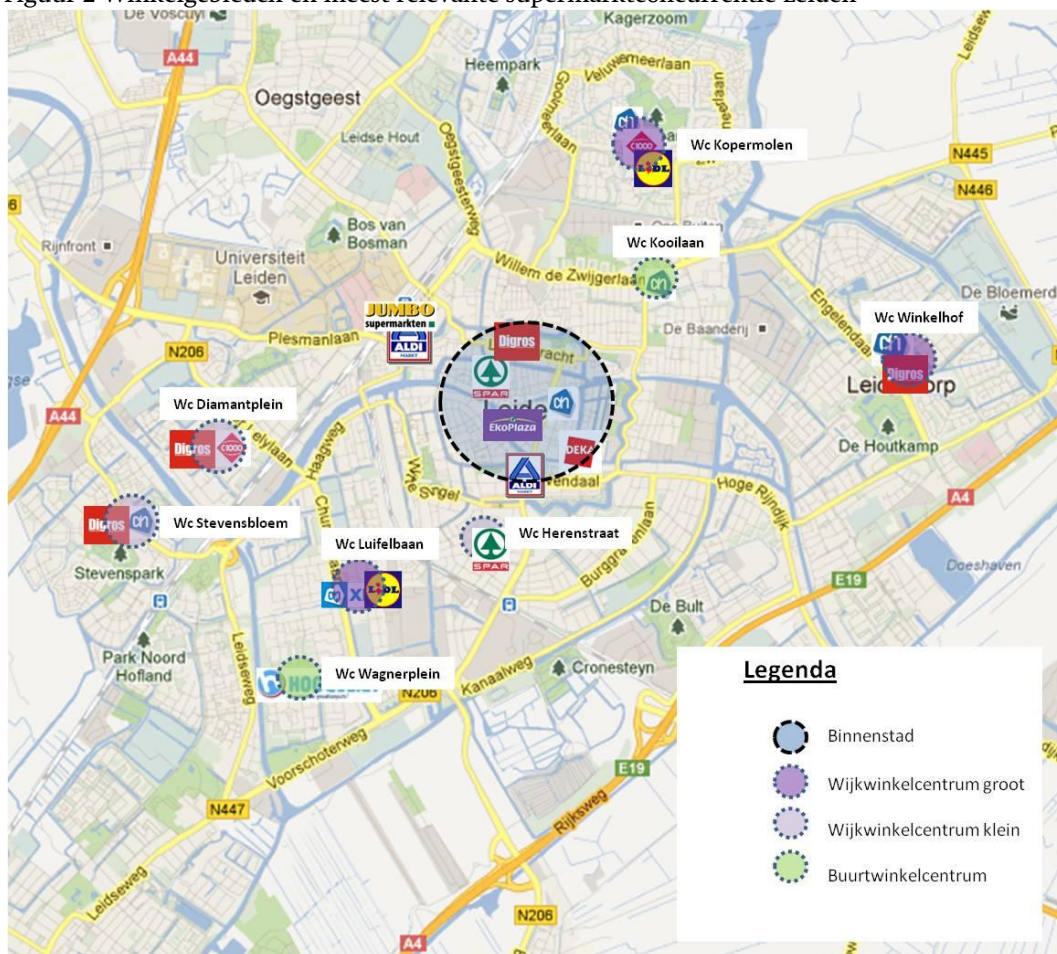
Ten aanzien van de buurt- en wijkstructuur zijn de volgende zaken relevant:

- Leiden kent vijf wijkwinkelcentra²: Kopermolen, Luifelbaan, Stevensbloem, Diamantplein, Herenstraat. Kopermolen en Luifelbaan worden door Locatus getypeerd als 'wijkwinkelcentrum groot'.
- Wagnerplein en Kooilaan worden momenteel getypeerd als buurtwinkelcentra.
- Buiten Leiden, maar snel te bereiken voor veel Leidenaren, is in Leiderdorp het wijkwinkelcentrum Winkelhof gevestigd. Uit het Koopstromenonderzoek 2011 blijkt dat liefst 18% van de omzet in de dagelijkse sector in dit winkelcentrum uit Leiden afkomstig is. Een groot deel hiervan zal voor rekening komen van Leiden Noord.

Leiden kent in totaal een winkelaanbod van 146.584 m² wvo. Dit komt neer op een winkeldekking van 1,24 m² per inwoner en ligt hiermee fors lager dan het Nederlandse gemiddelde van 1,85 m² per inwoner.

² Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, maart 2012.

Figuur 2 Winkelgebieden en meest relevante supermarktconcurrentie Leiden



Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, 2012; Google Maps, 2012; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Plannen

Naast de herontwikkeling van het Kooiplein zijn de volgende plannen in Leiden relevant:

- **Aalmarktproject:** structuurversterking binnenstad door o.a. herontwikkeling van 24.000 m² winkelloppervlak, waarvan 8.000 m² uitbreiding en 16.000 m² renovatie. Focus ligt op mode.
- **Groenordhallen, Leiden Noord:** dit plan omvat ca. 500 woningen op het gebied van de voormalige congreshallen. In de plint worden kleinschalige kantoren, bedrijven en winkels gepland.
- **Winkelcentrum Winkelhof, Leiderdorp:** herstructurering van het winkelcentrum. De bestaande supermarkten (Albert Heijn, 2.464 m² wvo en Digros, 1.200 m² wvo) zullen uitbreiden.
- **Leiden Lammenschans:** dit bedrijfengebied wordt geherstructureerd. Momenteel zijn het ROC gebouw met daarin ook het Da Vinci-college (vmbo) al gerealiseerd. In het gebouw is ruimte voor een supermarkt en aanvullende detailhandel met een maximum van 2.500 m² bvo. In het gebied is van oudsher perifere detailhandel (o.m. Gamma, Leen Bakker en Intersport) gevestigd. De Lammenschansdriehoek wordt uitgebreid met een studentencampus waar 2.100 studenten/starters gehuisvest worden (project Leidse Schans).

- **Wagnerplein, Leiden.** Versterking buurtwinkelcentrum Wagnerplein met een (momenteel in aanbouw zijnde) Action.
- **Verde Vista Meerburg, Zoeterwoude.** In deze nieuwbouwwijk is een supermarkt gepland. Het verzorgingsgebied van deze supermarkt zal reiken tot de wijk Roomburg, door de aanleg van een nieuwe verbindingsweg over de A2.

1.3 Supermarktstructuur

In totaal heeft Leiden 24 supermarkten met een totale omvang van 22.508 m² wvo. De gemiddelde supermarktdichtheid in Leiden bedraagt 0,19 m² wvo per inwoner, lager dan het landelijke gemiddelde van 0,23 m² wvo per inwoner. Tegenover een relatief groot supermarktaanbod in de binnenstad (9 supermarkten, goed voor ruim 8.000 m² wvo, meer dan 1/3 van het totale supermarktaanbod in de gemeente) staat een relatief bescheiden supermarktaanbod in de buurt- en wijkstructuur. Vooral de wijken direct ten zuiden en zuidoosten van de binnenstad (Tuinstadwijk, Burgemeesters- en Professorenwijk en Roomburg) en ten noorden van de binnenstad (Leiden Noord) kennen geen volwaardige wijkvoorziening, en zijn daardoor aangewezen op alternatieven elders (binnenstad, Leiden-Zuidwest, Leiderdorp-Winkelhof).

Kenmerkend voor Leiden is dat de supermarkten in het centrum goed tot zeer goed functioneren. Dit is niet alleen voor rekening van het feit dat de Leidse binnenstad een groot potentieel heeft (bewoners, bezoekers, werkenden), maar ook omdat de wijken eromheen zwak bezet zijn qua supermarktaanbod. Bovendien heeft een aantal van de supermarkten in het centrum (met name Digros en Hoogvliet) nog een echte autofunctie, met een naastgelegen parkeergarage. Een functie die in binnensteden van deze schaal en omvang (Den Haag, Utrecht, Amsterdam) zeer zeldzaam is.

Tabel 2 Relevant supermarktaanbod verzorgingsgebied e.o.

Wijk/buurt	Winkelgebied	Formule	Kassa's	Omvang (m ² wvo)	Afstand tot projectlocatie
De Kooi	Kooiplein	Albert Heijn	5	723	-
Merenwijk	Kopermolen	Albert Heijn	8	1.442	1,7km/4min
		C1000	7	956	1,7km/4min
		Lidl	6	880	1,5km/4min
Leiderdorp	Winkelhof	Albert Heijn	18	2.464	2,2km/4min
		Digros	13	1.200	2,2km/4min
Levendaal-Oost	Centrum	Hoogvliet	13	1.971	2,3km/6min
		Dekamarkt	4	825	4,2 km/10min
Levendaal-West		Aldi	3	590	2,2km/5min
Marewijk		Spar	3	465	1,7km/5min
Noordvest		Digros	12	1.405	1,4km/4min
Pancras-Oost		Albert Heijn	10	1.020	1,3km/4min
Pieterswijk		Ekoplaza	2	277	2,1km/5min
Stationskwartier		Aldi	3	815	3,1km/6min
		Jumbo	5	776	3km/6min

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner 2012; Google Maps, 2012.

Ook de supermarkten in de Merenwijk en in de Winkelhof in Leiderdorp functioneren zonder uitzondering goed tot zeer goed. Beide centra, hoe verschillend ook, hebben gemeenschappelijk dat ze over een gezonde omvang van het bevolkingsdraagvlak (respectievelijk ca. 15.000 en ruim 25.000 inwoners) beschikken, en dat ze daarbovenop aanvullend een bovenwijkse functie vervullen, ook c.q. juist voor Leiden Noord.

De disbalans in de structuur van de dagelijkse verzorging in Leiden (sterk centrum, relatief zwak ontwikkeld wijkaanbod) blijkt ook uit de uitkomsten van het recente koopstromenonderzoek (KSO 2011). De belangrijkste conclusies op een rij:

- In Leiden is sprake van een afnemende binding van de koopkracht, in zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse sector. In de dagelijkse sector is de binding afgenomen van 87% in 2004 (ten tijde van het vorige koopstromenonderzoek) naar 85% in 2011.
- Voor dagelijkse artikelen haalt Leiden ook omzet uit buurgemeenten (14%). Dit zijn met name Leiderdorp (2%), Zoeterwoude (2%) en Voorschoten (2%). Andersom vloeit er ook (iets meer) omzet af, 15%. Dit vooral richting Leiderdorp (5%) en Oegstgeest (2%)³.
- Er is met andere woorden sprake van een gering “koopkrachtlek”. Dit is bijzonder, omdat in andere grote steden als Haarlem, Zoetermeer, Delft en Zaanstad het saldo tussen toevloeiing en afvloeiing zonder uitzondering positief is.

Leiden Noord

- De supermarktdichtheid in Leiden Noord is momenteel zeer gering: 0,06 m² wvo per inwoner, aangezien de huidige Albert Heijn (723 m² wvo) op het Kooiplein de enige supermarkt is in deze wijk van meer dan 13.000 inwoners.
- De oriëntatie van veel inwoners van Leiden Noord is als het gaat om dagelijkse boodschappen momenteel vooral gericht de eerder genoemde supermarkten in de binnenstad, op het supermarktaanbod in de Merenwijk en op de Albert Heijn en Digros in winkelcentrum Winkelhof in Leiderdorp.
- Het winkelcentrum Winkelhof in Leiderdorp haalt 35% van zijn dagelijkse omzet van buiten Leiderdorp. Ruim de helft hiervan is voor rekening van Leiden. Een groot deel hiervan zal voor rekening komen van Leiden Noord.

³ Bron: Koopstromenonderzoek 2011, factsheet gemeente Leiden.

2 Positie en perspectief Kooiplein

In dit hoofdstuk wordt nader ingegaan op het functioneren en perspectief van winkelcentrum Kooiplein. Dit wordt onder andere gedaan aan de hand van trends en ontwikkelingen en een beleidskader.

2.1 Functioneren winkelcentrum Kooiplein

Momenteel is het Kooiplein een buurtwinkelcentrum van slechts 1.215 m² wvo en 7 verkooppunten met een gemiddelde omvang van 174 m² wvo. De belangrijkste trekker is de Albert Heijn-supermarkt. Het dagelijks aanbod is veruit oververtegenwoordigd in het winkelcentrum. Onder het niet-dagelijkse aanbod valt alleen de winkel Budget Witgoed en bloemenzaak La Ventura.

Tabel 3 Detailhandelsaanbod uitgesplitst naar dagelijks en niet-dagelijks (in % van m² wvo)

	m ² wvo	%
Dagelijks	1.088	89,5
Niet-dagelijks	127	10,5
Totaal	1.215	100%

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner 2010

- Het winkelcentrum dateert van het midden van de jaren negentig, met een verblijfsplein in het midden. Het aanbod aan winkels is minimaal en dit wordt geaccentueerd door het ruime plein.
- Het centrum manifesteert zich vooral aan de Surinamestraat (een zijstraat van de Kooilaan) en vanaf de Kooilaan kan men onder de appartementen door ook het plein bereiken. De Etos heeft zowel vanaf de Kooilaan als vanaf de Surinamestraat een zichtlocatie.
- In parkeerplaatsen is momenteel, hoewel gratis, slecht voorzien. Bezoekers van het winkelcentrum maken gebruik van de parkeerplaatsen aan de Surinamestraat en Curacaostraat, rondom de moskee.

Winkelcentrum Kooiplein in huidige situatie



Bron: Google Streetview, 2012

- De omzet van de Albert Heijn is sinds de supermarkt begin jaren '00 werd overgenomen door een franchiser flink gestegen.

Lag het aantal klanten toen nog op de het niveau van een kleine buurtsuper, met vooral een secundaire functie voor de inwoners van Leiden Noord als geheel en een primaire functie alleen voor de inwoners uit de straal van 500 meter rondom de supermarkt, in 2012 is het aantal klanten zeer fors gestegen (bijna verdubbeld). De supermarkt manifesteert zich voor steeds meer klanten als primaire supermarkt.

- Uit een stadsenquête uit 2004⁴ blijkt dat veel dagelijkse boodschappen niet in Kooiplein worden verricht, maar in het centrum. De toenmalige oriëntaties waren:
 1. Digros Langegracht (48%);
 2. Albert Heijn Kooilaan (13%);
 3. Albert Heijn Hooigracht en Aldi Langegracht (elk 7%);
 4. Digros Winkelhof Leiderdorp (6%);
 5. Albert Heijn Kopermolen en Hoogvliet Levendaal (elk 3%).

2.2 Trends en ontwikkelingen

Een aantal trends en ontwikkelingen zijn direct van invloed op het functioneren van buurt- en wijkwinkelcentra, zowel aan de vraagkant als aan de aanbodkant. In bijlage 1 is een overzicht van de belangrijkste trends weergegeven. In deze paragraaf wordt ingegaan op de gevolgen van deze trends voor (de herontwikkeling van) het Kooiplein.

- **Voldoende draagvlak.** Waar vroeger 5.000 inwoners toereikend waren, is nu minimaal 7.000 tot 10.000 inwoners vereist en enige bovenwijkse functie nodig om te kunnen floreren. Met een verzorgingsgebied van nu al ruim 13.000 inwoners voldoet Leiden Noord hier ruimschoots aan;
- **Schaalvergroting.** Kleinschalige buurt- en dorpscentra maken plaats voor wijkvoorzieningen met een compleet aanbod aan dagelijkse en frequent benodigde voorzieningen. Ook de gemiddelde omvang per verkooppunt neemt sterk toe. De gemiddelde winkelgrootte (174 m² wvo) in Leiden-Kooiplein is beperkt. Dit geldt des te meer gezien de (krappe) supermarkt momenteel het grootste oppervlakte inneemt. Met de huidige maat en schaal van het winkelcentrum is het perspectief in het licht van deze ontwikkeling beperkt. Herontwikkeling moet deze situatie verbeteren;
- **Boodschappenfunctie centraal.** Nog meer dan nu het geval is zullen buurt- en wijkvoorzieningen zich toeleggen op de boodschappenfunctie. De tendens is dat aanbod aan dagelijkse en frequent benodigde voorzieningen in absolute en relatieve zin toeneemt ten koste van het overige niet-dagelijkse aanbod. Voor de herontwikkeling betekent dit dat de functionaliteit van het winkelcentrum leidend moet zijn. Alleen dan kan een maximale binding in het verzorgingsgebied worden bewerkstelligd;
- **Een of meer volwaardige supermarkten** fungeren als drager. Zonder een volwaardig supermarktaanbod zijn andere winkels niet levensvatbaar. De gemiddelde winkelvloeroppervlakte van supermarkten in Nederland is de laatste jaren flink toegenomen, evenals de totale winkelvloeroppervlakte. De meeste full-service supermarktformules hanteren nu een absolute ondergrens van 1.200-1.300 m² wvo, en nemen bij voorkeur 1.500 m² wvo of meer af.

⁴ Bron: Detailhandelsstructuurvisie Leiden, dec. 2004. De stadsenquête is afgenomen onder ca. 1.200 inwoners van Leiden.

De omvang van de huidige Albert Heijn (723 m² wvo) in combinatie met het gebrek aan een alternatieve, in prijs en service-niveau complementaire supermarkt maakt het supermarktaanbod feitelijk veel te beperkt om de inwoners van Leiden Noord optimaal aan het winkelcentrum te kunnen binden;

- **Subtrekkers noodzakelijk.** Voor een compleet en modern wijkwinkelcentrum is naast één of twee supermarkten ook een aantal subtrekkers noodzakelijk. Dit is bij voorkeur een non-foodaanbieder, bijvoorbeeld HEMA, Blokker of Action;
- **Combinatie met andere voorzieningen.** De combinatie van winkels met andere (publieks)voorzieningen, zoals onderwijs, naschoolse opvang, medische voorzieningen, horeca en/of bibliotheek maken het winkelgebied tot 'hart' van de wijk en zal combinatiebezoeken stimuleren. Bij de ontwikkeling van het Kooiplein wordt hier op ingespeeld door er ook maatschappelijke voorzieningen (o.a. een Brede School) toe te voegen;
- **Functionaliteit is essentieel.** Een logische ligging in de infrastructuur, uitstekende auto- en fietsbereikbaarheid, voldoende parkeermogelijkheden voor auto's en voldoende stallingsmogelijkheden voor fietsers en een eenvoudige ruimtelijk-functionele opzet zijn van belang voor het welslagen van een (boodschappen)centrum. Gemak en efficiency dienen hierbij centraal te staan. De bereikbaarheid van het Kooiplein wordt bij herstructurering sterk verbeterd, zowel vanaf het centrum als vanaf de noordkant van de Willem de Zwijgerlaan. Van belang is dat het Kooiplein wordt hervormd tot compact centrum met een compleet aanbod en moderne uitstraling.

2.3 Vigerend beleid

- De gemeentelijke **detailhandelsstructuurvisie** (29 maart 2005 vastgesteld - amendement 23 augustus 2005). Hierin worden de volgende besluiten genomen die relevant zijn voor de ontwikkelingen rond het Kooiplein:
 - Een zestal wijkwinkelcentra (Kopermolen, Luifelbaan, Stevensbloem, Kooiplein, Diamantplein, Centrum Zuid) wordt gezien als dragers van het dagelijkse winkelaanbod: voor detailhandel met een wijkverzorgend karakter zijn dit de aangewezen plaatsen.
 - Onderkend wordt dat het in Leiden Noord ontbreekt aan een volwaardige wijkvoorziening. Realisering van een volwaardig wijkwinkelcentrum, mits dit in combinatie gebeurt met een (beperkte) afbouw van het supermarktaanbod in het noordelijke deel van het centrum wordt hier voor gestaan. Dit betekent dat er op het Kooiplein ruimte is voor twee elkaar aanvullende supermarkten en een compleet overig dagelijks aanbod.
 - Als alternatief voor opwaardering van Kooiplein geldt een grootschalige supermarkt langs de Willem de Zwijgerlaan.
- **Wijkontwikkelingsplan Leiden Noord 2010** (uit: Leiden Noord, vastgesteld bestemmingsplan, 25 september 2007).
 - De ontwikkelingen rond het Kooiplein zijn 1 van de 3⁵ speerpunten uit het dit wijkontwikkelingsplan. Volgens dit plan dient Leiden Noord in te zetten op functieversterking en functiemening.

⁵ De overige 2 speerpunten zijn (her)ontwikkeling van Nieuw Leyden op het voormalig EWR/Slachthuisterrein en de Groenordhallen e.o.

Uitgangspunt hierbij is o.a. ‘detailhandel moet zich concentreren in het wijkwinkelcentrum rond het Kooiplein. Dit om het aanbod van detailhandel en horeca op peil te houden en het Kooiplein als wijkwinkelcentrum te laten functioneren. Naast detailhandel moeten aanvullende en versterkende functies, als publieksgerichte dienstverlening, maatschappelijke voorzieningen, en horeca aangetrokken worden en moeten de parkeervoorzieningen verbeteren.’⁶

2.4 SWOT en SWOT-confrontatie

SWOT-analyse

SWOT is de afkorting voor Strengths (sterktes), Weaknesses (zwaktes), Opportunities (kansen) en Threats (bedreigingen). De SWOT-analyse is een veelgebruikte methode om inzicht te krijgen in het functioneren van een bedrijf of gebied. Het gaat om de relatieve positie. Zaken waar de gemeente of andere stakeholders invloed op hebben zijn te scharen onder de sterke of zwakke punten (bijvoorbeeld parkeergelegenheid). Dat wil zeggen dat het punt sterk of zwak is ten opzichte van concurrerende winkelgebieden. Zaken die van ‘buiten’ komen en waar geen of nauwelijks invloed op kan worden uitgeoefend, vallen onder de kansen of bedreigingen (bevolkingskrimp).

In onderstaande tabel zijn de sterke en zwakke punten en toekomstige kansen en bedreigingen van winkelcentrum Kooiplein opgesomd.

Tabel 4 SWOT-analyse Kooiplein

Sterktes	Zwaktes
- Centrale ligging in de wijk - Gunstige ligging aan infrastructuur (Kooilaan, verbinding centrum en Willem de Zwijgerlaan)	- Beperkt aanbod, kleine units - Slechte parkeersituatie - Wat onduidelijke profilering - Veel (huidige) inwoners hebben lage sociaal-economische positie
Kansen	Bedreigingen
- Mogelijkheid tot herontwikkeling en herpositionering - Geen andere concurrentie in de wijk - Opwaardering directe projectomgeving: openbare ruimte, nieuwe functies, woningvoorraad - Door woningbouwontwikkelingen zullen bevolkingskenmerken veranderen (mogelijk meer koopkracht)	- Sterk dagelijks en niet-dagelijks detailhandelsaanbod in centrum Leiden - Versterking overige gebieden Leiden en Leiderdorp (Winkelhof) op supermarktgebied - Bij herontwikkeling kan de Kooilaan als belangrijke verkeersas hinder vormen tijdens winkelen en combinatiebezoek beperken

SWOT-confrontatie

Een SWOT-confrontatie koppelt de sterke en de zwakke punten aan de kansen en bedreigingen. Uit deze confrontatie zijn de strategische opties voor de uiteindelijke positionering en ruimtelijk-functionele uitwerking voor het Kooiplein te destilleren.

⁶ Leiden Noord. Vastgesteld bestemmingsplan (25 sept. 2007). Deel 4, het Plan (p. 151).

Meest veelbelovend

- De herontwikkeling en uitbreiding van winkelcentrum Kooiplein vindt integraal plaats, tezamen met herontwikkeling van de woningvoorraad en openbare ruimte. Veel nieuwe functies zullen toegevoegd worden. Met een duidelijker profilering als boodschappencentrum en uitstraling als 'hart van de wijk' lijkt de toekomst van het Kooiplein voor de komende tijd verzekerd.
- Door de overkluizingen van de Willem de Zwijgerlaan wordt de barrièrewerking van deze centrale doorgangsroute in de toekomst verminderd, waardoor er mogelijk enige toevloeiing ontstaat vanuit het te herontwikkelen gebied rondom het park.

Meest bedreigend

De noodzaak voor grootschalige herstructurering en herprofilering moge duidelijk zijn. Het winkelcentrum zou gezien de ligging veel beter kunnen functioneren, en de concurrentie staat niet stil. De positie van het Kooiplein is kwetsbaar voor ontwikkelingen van buiten. Vooral van Leiden Centrum dat een logisch (en momenteel veel gebruikt) alternatief is voor de wijkbewoners, ook als het gaat om de dagelijkse boodschappen en van Leiderdorp-Winkelhof. Stagnatie van de herontwikkeling is het meest bedreigend.

2.5 Conclusies perspectief Kooiplein

Het winkelcentrum Kooiplein is verouderd van opzet en kan zich wat betreft omvang en winkelvloeroppervlakten niet meten aan moderne maatstaven. Vanwege sterke concurrentie elders in Leiden (en Leiderdorp) staat de positie van het Kooiplein onder druk: het supermarktaanbod is beperkt in omvang en functie en de koopkrachtbinding is laag. Toch is het winkelcentrum de afgelopen jaren beter gaan functioneren, vooral dankzij de Albert Heijn-supermarkt die haar aantal klanten bijna heeft zien verdubbelen. Voor steeds meer omwonenden is de supermarkt de primaire supermarkt geworden om boodschappen te doen. Een rigoureuze herstructurering en ruimtelijk-functionele herprofilering is echter noodzakelijk om de concurrentie aan te blijven gaan. Het perspectief en eindbeeld is een meer compleet, compact, en comfortabel boodschappencentrum, dat veel meer als nu het geval is, als hart van de wijk fungeert. De voorliggende plannen dienen hierin te voorzien.

Artist impressions Kooiplein



Bron: KCAP Architects & Planners, 2009

3 Distributieve analyse

Om te bepalen wat de distributieve mogelijkheden zijn en aan welke functies, branches en segmenten er behoefte is in het nieuwe winkelcentrum Kooiplein zijn verschillende methodieken gebruikt:

- Benchmark omvang en branchering (3.1): een analyse van geselecteerde centra die qua omvang en functie vergelijkbaar zijn met het toekomstige Kooiplein;
- Traditionele dpo-berekening (3.2): op basis van kengetallen als de gemiddelde bestedingen, koopkrachtbinding en -toevloeiing en gemiddelde vloerproductiviteiten wordt bepaald hoeveel uitbreidingsruimte er in het verzorgingsgebied aanwezig is;
- Effectanalyse (3.3): een inschatting gemaakt van de omzeteffecten als gevolg van de vergroting van het winkelcentrum.

3.1 Benchmark branchering

Het Kooiplein heeft momenteel de geringe omvang van circa 1.500 m² bvo (ruim 1.200 m² wvo detailhandel). Met de herontwikkeling komt hier per saldo ca. 5.500 m² bvo bij en blijft het oude deel in stand. Het totale detailhandelsaanbod zal daarmee circa 7.000 m² bvo bedragen, een forse vergroting ten opzichte van de huidige omvang. Het Kooiplein wordt door Locatus momenteel getypeerd als buurtwinkelcentrum en zal na herontwikkeling kunnen worden getypeerd als wijkwinkelcentrum.

Door middel van een benchmarkanalyse wordt de huidige branchering van het Kooiplein vergeleken met andere wijkcentra. Voor deze benchmark zijn 14 wijkcentra geselecteerd die een stuk groter zijn dan de huidige maatvoering van het Kooiplein, maar in de buurt komen van de toekomstige omvang en functie van het Kooiplein. De gemiddelde omvang van de benchmarkcentra komt neer op circa 5.800 m² wvo detailhandel. Ten behoeve van de benchmark is gekozen voor winkelcentra:

- met een omvang tussen de 5.000 en 7.000 m² wvo;
- met een wijkverzorgende functie;
- met een vergelijkbare omvang van het verzorgingsgebied;
- in vroeg na-oorlogse woonwijken;
- op of zeer nabij een locatie aan de hoofdinfrastructuur.

De tabel in bijlage 2 toont de gemiddelde branchering van deze centra. In bijlagen 4 en 5 zijn factsheets opgenomen voor 2 onlangs herontwikkelde wijkcentra die wat nader onder de loep zijn genomen, De Vinkenhof in Groningen en De Ridderhof in Alphen aan den Rijn. Hier concentreren we ons op de conclusies.

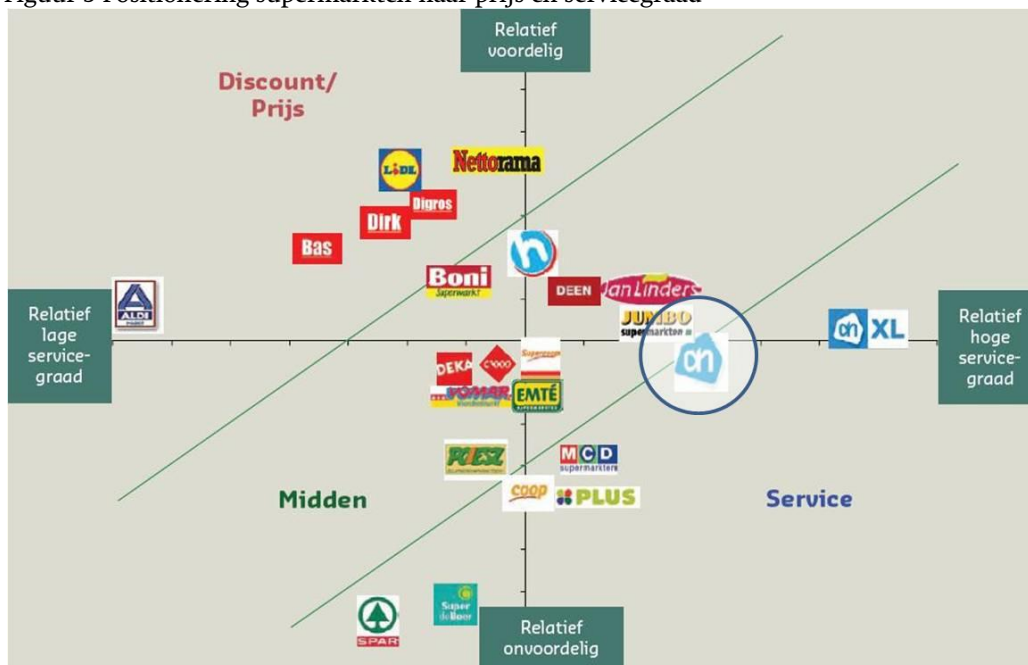
Uit de vergelijking steekt de omvang van het huidige aanbod van het Kooiplein uiteraard scherp af ten opzichte van de benchmarkcentra. Een aantal dingen vallen op aan het detailhandelsaanbod in de referentiecentra:

- Gemiddeld oppervlak bestaat ruim 72% van het in gebruik zijnde aanbod uit dagelijkse detailhandel, dit is gemiddeld ruim 4.000 m² wvo, verdeeld over gemiddeld 14,5 winkels.

- Opvallend is dat het Kooiplein een winkel in de branche Bruin & Witgoed kent (Budget Witgoed) terwijl deze branche in de benchmarkcentra nauwelijks voorkomt;
- Warenhuizen (bijv. Hema) zijn nauwelijks te vinden in de benchmarkcentra (gemiddeld slechts 0,2 warenhuis per winkelcentrum);
- Gemiddeld genomen hebben de winkelcentra van vergelijkbare omvang en functie als het toekomstige Kooiplein 2,3 supermarkten. Het totale supermarktaanbod per winkelcentrum varieert van ca. 1.900 m² wvo tot ca. 4.000 m² wvo. Het aandeel van de supermarkten in het totale dagelijks aanbod bedraagt gemiddeld 69%.
- Van de 14 benchmarkcentra telt één winkelcentrum 1 supermarkt⁷. Vijf winkelcentra hebben 3 supermarkten.
- In 8 van de 14 benchmarkcentra (57%) is er een combinatie van twee supermarkten. De combinatie van een full-service supermarkt (veelal Albert Heijn) met een hard-discounter (Lidl of Aldi) of prijsagressieve full-service supermarkt (Hoogvliet, Digros, Nettorama) is een beproefd concept.

Het diagram op de volgende pagina toont de positionering van diverse supermarktformules. Het diagram geeft een weerslag van het consumentenoordeel over prijs en servicegraad. Dit correspondeert echter lang niet altijd met de werkelijke prijzen. Albert Heijn heeft een relatief hoge servicegraad en wordt qua prijs als bovengemiddeld gepercipieerd. Uit het oogpunt van complementariteit verdient het aanbeveling voor de tweede supermarkt een supermarkt te kiezen die door de klanten als prijsvriendelijk wordt ervaren, bijvoorbeeld Digros, Nettorama, Boni of Hoogvliet.

Figuur 5 Positionering supermarkten naar prijs en servicegraad



Bron: GfK Zomerrapport, 2011

⁷ Dit betreft winkelcentrum Vermiljoenweg in Zaandam, met een vestiging van AH XL (2.855 m² wvo).

Aanvullend aanbod

- Met 4.300 m² bvo aan supermarkten, min of meer gelijkwaardig over beide supermarkten verdeeld, resteert maximaal 2.700 m² bvo aan andere commerciële functies. Naast een divers en compleet supermarktaanbod zal het vernieuwde winkelcentrum moeten bestaan uit een min of meer compleet pakket aan speciaalzaken (één of twee drogisten, een slijter, een bakker, een slager, een groentezaak of toko) en in de niet-dagelijkse sector uit een bloemen- en plantenzaak, een dierenspeciaalzaak, een opticien, een winkel in lectuur en schrijfwaren, een winkel in huishoudelijke artikelen en een textielsupermarkt..
- Deze winkels dienen te worden aangevuld met andere commerciële publieksfuncties in de vorm van publieksambacht (kapper, apotheek), baliefuncties (kantoor, uitzendbureau) en winkelondersteunende horeca (bv. lunchroom, snackbar).

3.2 Distributieve berekening

Een belangrijk onderdeel van de herontwikkeling in het dagelijkse detailhandelsaanbod in Leiden Noord betreft de toevoeging van een nieuwe supermarkt van 2.000 m² bvo (circa 1.600 m² wvo) en vernieuwing en uitbreiding van de bestaande supermarkt naar 2.300 m² bvo (circa 1.850 m² wvo). Een distributieve berekening geeft een inschatting van de uitbreidingsruimte in het dagelijkse segment in het Kooiplein. Voor de dagelijkse sector is de methode vrij goed bruikbaar, omdat het een vrij homogene sector is en er op basis van landelijke kerncijfers een redelijk betrouwbare berekening kan worden gemaakt.

De berekening inclusief een verantwoording van de gebruikte kengetallen is opgenomen in bijlage 3.

Conclusie

Een aanzienlijke verbetering van de koopkrachtbinding en -toevloeiing in de dagelijkse sector is mogelijk bij opwaardering van het winkelcentrum en bij de realisering van twee complementaire supermarkten. De uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector bedraagt volgens deze methode tussen de 2.900 en 3.100 m² wvo.

Op basis van de verschillende methodes (benchmark en een distributieve berekening) is een uitbreiding van het supermarktareaal van 723 m² wvo naar 3.450 m² wvo (4.300 m² bvo) aan het Kooiplein verantwoord te noemen. Ook op het gebied van aanvullend dagelijks aanbod (speciaalzaken) zijn er dan nog mogelijkheden voor versterking. Indicatief liggen die op ca. 400 m² wvo, bovenop de huidige 350 m² wvo.

3.3 Effecten

De opgave voor het vernieuwde en vergrote winkelcentrum zal zijn om het primaire winkelcentrum te worden voor de inwoners van Leiden-Noord als het gaat om de dagelijkse en andere hoogfrequente aankopen. Deels wordt die vergroting gelegitimeerd door de te verwachten groei van het aantal inwoners en de verbetering van het sociaal-economisch profiel (meer bestedingskracht). Deels ook zal het tot

gevolg hebben dat de afvloeiing van dagelijkse koopkracht naar omliggende winkelcentra (die nu zeer hoog is) naar aanvaardbare proporties wordt teruggedrongen.

Een compleet en toekomstgericht supermarktaanbod wordt gezien als de meest cruciale factor voor het succes van een winkelcentrum als dat van Kooiplein. In het plan worden de supermarkten min of meer gelijkwaardig aan elkaar. Indien ook in functie complementariteit wordt gezocht, wordt de positie van het Kooiplein als wijkwinkelcentrum versterkt. Gelijkwaardigheid in oppervlak en complementariteit in formule zijn belangrijke factoren bij het streven de dagelijkse koopkracht van de inwoners van Leiden Noord maximaal aan het winkelcentrum te binden.

Het plan voor Kooiplein gaat uit van de komst van een nieuwe, meer prijsagressieve full service supermarkt van 2.000 m² bvo (circa 1.600 m² wvo) en de relocatie annex vergroting van de zittende supermarkt, van de huidige 723 m² wvo naar ca. 1.850 m² wvo (2.300 m² bvo), waarbij de locatie van de bestaande supermarkt wordt ingevuld met een non-food aanbieder.

De additionele omzetclaim die met de versterking van het dagelijks aanbod gepaard gaat kan indicatief als volgt worden herleid:

- Ongeveer een kwart hiervan komt voor rekening van de meer dan 2.000 nieuwe inwoners van het verzorgingsgebied, nieuwe inwoners die door de kwaliteitsimpuls in het winkelcentrum maximaal aan het centrum kunnen worden gebonden.
- Ongeveer de helft komt voor rekening van het feit dat de inwoners van Leiden Noord veel beter aan het eigen dagelijks aanbod kunnen worden gebonden. Dit is omzet die nu naar het dagelijks aanbod (vooral supermarkten) in (vooral) de binnenstad, de Merenwijk en Leiderdorp vloeit.
- Ongeveer een kwart komt voor rekening van het feit dat er van buiten Leiden Noord additionele omzet naar Leiden-Kooilaan toevloeit.

Ook dit is omzet die deels te herleiden is uit de omliggende wijken, deels echter ook van verder weg afkomstig is, profiterend van de infrastructuurligging van het winkelcentrum.

In geen van de omliggende, en qua dagelijks aanbod zeer goed functionerende, centra zal het omzeteffect echter zo groot zijn dat het tot uitval van structuurelementen komt. Dit heeft te maken met het feit dat het om een groot aantal supermarkten gaat (meer dan tien), die zonder uitzondering goed tot zeer goed functioneren, met vaak (sterk) bovengemiddelde vloerproductiviteiten. Het omzetverlies wordt over een groot aantal aanbieders verspreid en is per individuele supermarkt niet zo groot dat er sprake is van verlies aan toekomstperspectief.

Onze verwachting is eerder dat de positieve effecten veel meer zichtbaar zullen zijn dan het effect van (verspreid) omzetverlies. De druk op de centrumsupermarkten (ook in verkeerskundige zin) wordt kleiner, doordat meer koopkracht gebonden wordt in Leiden Noord. Dit heeft als bijkomend voordeel voor het centrum: minder autobewegingen, een beperktere druk op de schaarse weginfrastructuur en het geleiden daarvan naar gebieden die daar beter toe zijn uitgerust.

4 Ruimtelijk-functionele randvoorwaarden

Dit hoofdstuk onderwerpt het herontwikkelingsplan aan een ruimtelijk-functionele toets. Achtereenvolgens komen aan bod: een planschets (4.1), een planbeoordeling op verschillende ruimtelijk-functionele randvoorwaarden die aan wijkwinkelcentra mogen worden gesteld (4.2) en een conclusie (4.3).

4.1 Planschets

Op basis van het bestaande stedenbouwkundig plan voor het Kooiplein worden in deze paragraaf de meest relevante ontwikkelingen geschetst.

Kooiplein in de Leidse context



Bron: KCAP Architects & Planners, 2009

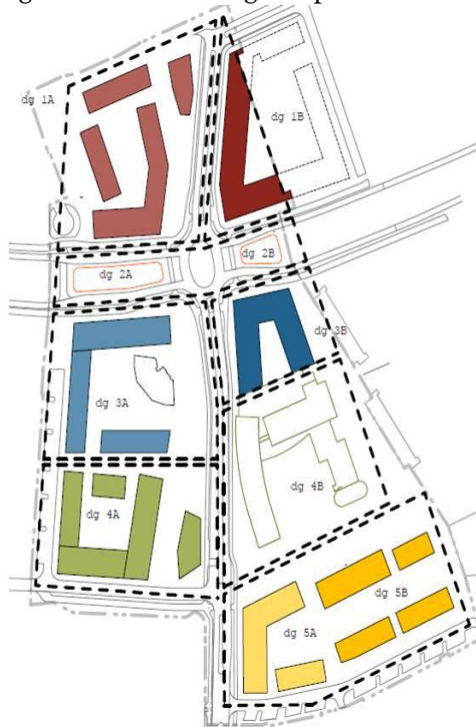
Het stedenbouwkundig plan voor het Kooiplein voorziet in ca. 430 woningen, ca. 850 parkeerplaatsen en ca. 9.700 m² aan voorzieningen (waarvan ca. 2.000 m² zorg en ca. 2.400 m² maatschappelijk).

Het programma is verdeeld over de volgende 5 deelgebieden, van noord naar zuid genummerd (zichtbaar in onderstaande afbeelding):

- Deelgebied 1 (rood): woon- en woonwerk eenheden, parkeren;
- Deelgebied 2 (wit): maatschappelijke voorzieningen;
- Deelgebied 3A (blauw): woon- en woonwerkeenheden, parkeren;
- Deelgebied 3B (donkerblauw): zorgvoorzieningen, woon- en woonwerkeenheden, parkeren;
- Deelgebied 4A (groen): westelijke winkelblok met commerciële voorzieningen (hoofdzakelijk ingevuld door de Albert Heijn-supermarkt, horeca, woon- en woonwerkeenheden, parkeergarage op maaiveld;
- Deelgebied 4B (wit): voornamelijk bestaande bebouwing, horeca;
- Deelgebied 5A&B (geel): zuidelijke winkelblok met commerciële voorzieningen (tweede supermarkt en aanvullende detailhandel), woon- en woonwerkeenheden, maatschappelijke voorzieningen, ondergrondse parkeergarage.

Het bestaande winkelcentrum wordt gevormd door deelgebied 4B en zal integraal onderdeel worden van het nieuwe winkelcentrum Kooiplein.

Programma en situering Kooiplein



Bron: KCAP Architects & Planners

Commercieel programma

Het commerciële programma is in de plannen geconcentreerd rondom het Kooiplein, in de blokken 4 en 5. Aangevuld met horeca en het maatschappelijke programma dienen dit het Kooiplein tot een actief wijkwinkelplein te maken. Horeca zal niet geconcentreerd worden, maar strategisch verspreid.

Het toekomstige winkelaanbod aan het Kooiplein zal, gezien de planmaat, voor het grootste deel bestaan uit nieuwe ondernemers. Daarnaast is er ruimte gecreëerd voor herschikking van bestaande winkels en branches. De globale invulling (voor zover bekend) is als volgt:

- Het nieuwe deel van het winkelcentrum wordt deels ontwikkeld aan de westzijde van de Kooilaan, deelgebied 4A (op de positie van het huidige buurthuis/bibliotheek 't Spoortje). Onder andere de Albert Heijn (met parkeergarage op maaiveldniveau) zal hierheen verplaatsen. In totaal komt hier 2.300 m² bvo detailhandel, waarvan de supermarkt het overgrote deel claimt.
- Deels is het nieuwe deel aan de zuidzijde van het bestaande winkelcentrum geprojecteerd, deelgebied 5A en B, het gebied tussen de Surinamestraat en de Ringkade. Het gaat hierbij zowel om een tweede supermarkt (deelgebied 5B, met ondergrondse parkeergarage) als om dagwinkels. In totaal wordt in dit deelgebied ca. 3.200 m² bvo detailhandel toegevoegd, waarvan 2.000 m² bvo supermarkt.
- Het bestaande deel van het Kooiplein blijft een detailhandelsfunctie houden, wat betekent dat de huidige Albert Heijn een andere invulling zal moeten krijgen.

Verkeerssituatie

De geplande verkeerssituatie na herontwikkeling is als volgt⁸:

- De Willem de Zwijgerlaan is ter hoogte van de Kooilaan verdiept. De Kooilaan loopt in noordelijke richting door en betreft zo ook het gebied ten noorden van de Willem de Zwijgerlaan bij het plan. De bereikbaarheid van het Kooiplein is door deze ontwikkeling verbeterd, zeker vanaf het gebied ten noorden van de Willem de Zwijgerlaan.
- Bovenop de tunnelbak over de Willem de Zwijgerlaan komt een 'ovonde' (een geoptimaliseerde langgerekte rotonde). De rijbanen worden door elkaar gescheiden van een middenberm. Aan beide zijden komen fietspaden. De ovonde maakt een kruispunt overbodig wat de doorstroming van de Kooilaan ten goede komt.⁹
- Op het kruispunt van de Kooilaan en de Prins Bernhardkade komt een verkeersregelininstallatie (stoplichten).
- De maximum snelheid voor de Kooilaan en Willem de Zwijgerlaan wordt 50km/h. Voor het nieuwe noordelijke deel van de Kooilaan, de Bernhardlaan en de Surinamestraat wordt uitgegaan van een maximum snelheid van 30 km/h. Deze 30 km-zone zal volgens ons (naast het kruispunt met stoplichten) vergezeld moeten gaan met verkeersdrempels om het winkelgebied voor voetgangers en fietsers zo toegankelijk mogelijk te maken.

4.2 Planbeoordeling

Het nieuwe Kooiplein zal beoordeeld moeten worden in zijn beoogde functie als dagelijks winkelcentrum voor de 15.500 inwoners van Leiden Noord. Voor dit soort centra geldt het adagium dat het winkelcentrum, wil het succesvol die functie kunnen vervullen, compleet, compact en comfortabel dient te zijn.

Of aan die voorwaarden wordt voldaan beoordelen we door het plan op de volgende aspecten te toetsen:

- positionering en programma;
- lay-out van het winkelcentrum;
- bereikbaarheid;
- parkeren.

Positionering en programma

De opgave:

- Winkelcentrum Kooiplein wordt het 'hart' van de wijk Leiden Noord en dient zich te profileren als 'hét dagelijkse voorzieningencentrum van Leiden Noord', waar een compleet pakket aan dagelijkse en frequent benodigde artikelen te vinden is.

Planbeoordeling:

- Het bestaande winkelcentrum schiet in alle opzichten tekort om de functie van dagelijks voorzieningencentrum van Leiden Noord te vervullen. In het plan wordt het centrum opgewaardeerd door een toevoeging met ca. 5.500 m² bvo, waarvan twee supermarkten met in totaal 4.300 m² bvo en 1.200 m² bvo aanvullende detailhandel.

⁸ Bron: Milieueffecten herinrichting Kooiplein Leiden. Voorontwerp bestemmingsplan (Goudappel Coffeng, maart 2012).

⁹ Bron: KCAP Architects & Planner (2009).

Tezamen met de 1.500 m² bvo in het bestaande centrum is 2.700 m² bvo beschikbaar voor aanvullende detailhandel en verwante commerciële functies. Dit komt neer op iets minder dan 40% van het totale metrage.

- Het verdient aanbeveling dit metrage in te vullen met winkels in de dagelijkse sector (speciaalzaken), aangevuld met winkels in de niet-dagelijkse sector, mits het gaat om frequent bezochte winkels die aanvullend zijn aan de dagelijkse sector. Naast een divers en elkaar qua segment aanvullend supermarktaanbod zal het vernieuwde winkelcentrum moeten bestaan uit een min of meer compleet pakket aan speciaalzaken (één of twee drogisten, een slijter, een bakker, een slager, een groentezaak of toko) en in de niet-dagelijkse sector aangevuld met (bijvoorbeeld) een bloemen- en plantenzaak, een dierenpeciaalzaak, een opticien, een winkel in lectuur en schrijfwaren, een winkel in huishoudelijke artikelen, een textielsupermarkt en een fietsenzaak.
- Om het prijsimago te versterken, en aan te sluiten bij het huidige bevolkingsprofiel met relatief lage inkomens, dient voldoende ruimte ingericht te worden voor voordelige formules. Denk aan eigentijdse formules die in staat zijn een brede doelgroep aan te spreken, 'local heroes' (al dan niet verplaatst van elders in de wijk, bijvoorbeeld vanuit de Beatrixstraat), en bekende en vertrouwde formules met een scherpe prijs/kwaliteit verhouding en formules die ook de allochtone consument aanspreken. Daarnaast dient gedacht te worden aan formules en speciaalzaken die aansluiten op het veranderende bevolkingsprofiel (welvarender, gemengder) na herontwikkeling van de wijk.
- Een belangrijk punt van aandacht is de herinvulling van de huidige Albert Heijn. Om er voor te zorgen dat dit oorspronkelijke deel van het winkelcentrum een integraal onderdeel wordt van het nieuwe winkelcentrum is een invulling van het pand met een subtrekker sterk aan te bevelen. Een formule als Action of andere relatief grote non-food aanbieder is in staat die rol van derde 'anchor' in het winkelcentrum te spelen. Voor dit soort winkels is de afstand tot parkeren van minder doorslaggevend belang dan bij supermarkten.
- Een invulling van het centrum met een derde supermarkt (Aldi of Lidl) wordt door ons sterk afgeraden. Naast het ontbreken van voldoende distributieve ruimte onderbouwen wij dit ruimtelijk, vanwege een fors aantal bezwaren en knelpunten. Vanuit een optimale verdeling van de trekkers over het centrum komt alleen de locatie van de huidige Albert Heijn in aanmerking. Deze locatie is na de herontwikkeling niet geschikt voor een supermarkt omdat deze te ver van de bronpunten van de beide parkeergarages is gesitueerd. Daarnaast is het zowel ruimtelijk als verkeerstechnisch gezien beter het autoverkeer te geleiden via de Rijnkade en Bernardkade, en niet ook nog de Curacaostraat als aanrijdroute voor auto's te hebben. Een situering van de hard-discount supermarkt in plandeel 5 is het enige alternatief, maar is ook sterk af te raden omdat daarbij dit belangrijke onderdeel van het nieuwe winkelcentrum net als plandeel 4A nagenoeg volledig door supermarkten wordt ingevuld, en er alleen in plandeel 4B nog fysieke ruimte bestaat voor aanvullende winkels.
- De komst van horecagelegenheden, dienstverlening en maatschappelijke instellingen is aan te moedigen omdat dit enerzijds zorgt voor ondersteuning van de winkelfunctie en anderzijds de centrumfunctie versterkt. De woningen boven het winkelcentrum zorgen voor draagvlak en, belangrijker nog, vergroten de levendigheid van het winkelcentrum, ook buiten openingstijden van de winkels.

- De functie van het Kooiplein als dagelijks voorzieningencentrum voor geheel Leiden Noord wordt met de plannen onmiskenbaar veel beter ingevuld dan momenteel het geval is. Het winkelcentrum kan met deze omvang en samenstelling een volwaardige plaats innemen in het netwerk van omliggende (wijkwinkel)centra.

Lay-out

De opgave:

- Winkelcentrum Kooiplein dient een compact en comfortabel winkelcentrum te zijn zodat het ook daadwerkelijk een goed functionerend 'hart' van de wijk Leiden Noord is.

Planbeoordeling:

- Ruimtelijk-functioneel wensbeeld bij wijkwinkelcentra is een compact winkelgebied met duidelijk herkenbare hoofdentrees en op strategische plaatsen gesitueerde trekkers. Het plan voor het Kooiplein voldoet op dit laatste punt, met als trekkers Albert Heijn en een tweede supermarkt in respectievelijk deelgebied 4A en 5. Zoals hierboven vermeld verdient een invulling met een subtrekker in het oorspronkelijke deel van het winkelcentrum aanbeveling.
- Door in beide nieuwe deelgebieden een supermarkt te huisvesten is er in deze deelgebieden voldoende fundament voor een aanvullend aanbod aan speciaalzaken. Deze zaken zijn namelijk sterk afhankelijk van een goed functionerende supermarkt. Het zuidelijk deel van het plan voorziet in die behoefte.
- Een krachtige invulling van het westelijke plandeel, in de vorm van een supermarkt, is een programmatische voorwaarde bij het functioneel-ruimtelijk kunnen verknopen van dit deel van het winkelcentrum met het deel ten oosten van de Kooilaan. Een kleinschaliger verkaveling, zonder drager, is hier niet wenselijk.
- Functionaliteit staat centraal bij de herontwikkeling van winkelcentrum Kooiplein als wijkwinkelcentrum. Hierbij hoort dat het winkelcentrum compact (lees: beloopbaar) dient te zijn. Belangrijkste punt van aandacht is daarom de afstand tussen de verschillende winkelblokken, niet alleen in fysieke zin (afstand in meters), maar ook in mentale zin (barrières). Zo is de afstand van het huidige winkelblok Kooiplein (Albert Heijn) en blokdeel 5 tot aan de beoogde nieuwe locatie voor Albert Heijn (deelgebied 4A) weliswaar klein (maximaal ca. 150 meter loopafstand), maar dient wel de Kooilaan overgestoken te worden. De oversteekbaarheid voor winkelend publiek van de drukke Kooilaan moet goed zijn om te voorkomen dat de Kooilaan een barrière vormt tussen het westelijk en oostelijk deel van het winkelcentrum.
- Om afstanden kleiner te doen ervaren dienen subtrekkers strategisch te worden geplaatst om het spanningsgebied op te rekken zonder dat de beloopbaarheid in het gedrang komt. Een invulling met een subtrekker in het huidige winkelblok is nodig om te voorkomen dat het gebied vervalt tot uitloper van het winkelgebied, waar alleen winkelondersteunende functies levensvatbaar zijn.
- Heldere zichtlijnen, geen dode hoeken en geen zogenaamde dead-ends zijn van levensbelang om tussen de trekkers een spanningsboog te creëren waarvan de speciaalzaken kunnen profiteren. Goede looproutes en zichtlijnen dienen waar nodig ondersteund te worden door goede bebording en bewegwijzering. Ook is het belangrijk dat de inrichting van het openbaar gebied kwalitatief hoogwaardig en uniform is (denk aan gevelbeeld, geen dode muren, straatmeubilair, groen). Nadere detaillering van de plannen is vereist om hierover in dit stadium een oordeel te kunnen vormen.

- Belangrijk punt van aandacht vormt het Kooiplein. Dit plein wordt een verblijfsplein tussen de drie winkelblokken in. Er komt een nieuwe singel zodat de sloten langs de Bernardkade en de Surinamestraat met elkaar verbonden worden. Dit water wordt een zichtbaar onderdeel van het Kooiplein. Er komen drie bruggen overheen voor looproutes naar het centrum toe (voor winkelend publiek, maar ook voor schoolgaande kinderen). De verbindingen over het water dienen zodanig te zijn dat het water niet als barrière geldt tussen de winkelblokken, maar als verhoger van de ruimtelijke kwaliteit.

Bereikbaarheid

De opgave:

- Winkelcentrum Kooiplein kan alleen een goed functionerend dagelijks voorzieningencentrum voor Leiden Noord zijn als het ook vanuit de wijk goed bereikbaar is, voor alle voor een wijkwinkelcentrum belangrijke vervoersmodaliteiten (auto, fiets, voetganger).

Planbeoordeling:

- Bereikbaarheid per auto: per auto is het Kooiplein goed te bereiken. Met de aantakking op de (overkluisde) Willem de Zwijgerlaan is er een directe aansluiting op een van de belangrijkste verkeersaders van Leiden. De Kooilaan is een belangrijke invalsweg van en naar de binnenstad van Leiden.
- Bereikbaarheid met de fiets: de Willem de Zwijgerlaan maakt deel uit van het regionale fietsnetwerk. De Kooilaan krijgt fietspaden aan beide zijden, welke aangesloten dienen te worden op fietsroutes vanuit de wijk. Door op zowel de hoeken het winkelcentrum aan de noordzijde als aan de zuidzijde van de Kooilaan strategisch fietsparkeerplekken te plaatsen kan de Kooilaan voor fietsers juist voor een praktische binnenkomst worden. Fietsparkeerplekken moeten in ieder geval direct nabij de trekkers gesitueerd worden.
- De bereikbaarheid voor voetgangers verdient extra aandacht, vooral omdat de Kooilaan zoals gezegd als belangrijke doorgangsroute fungeert. Het plan voorziet in verkeersremmende maatregelen (waaronder verkeerslichten) zodat oversteken van bezoekers veilig kan gebeuren.

Parkeren

De opgave:

- Winkelcentrum Kooiplein kan alleen een goed functionerend dagelijkse voorzieningencentrum voor Leiden Noord zijn als het vanuit de wijk niet alleen goed bereikbaar is, maar er ook voldoende stallingsmogelijkheden zijn voor zowel auto's als fietsen.

Planbeoordeling:

- Om als wijkwinkelcentrum comfortabel te kunnen zijn moet voorzien worden in voldoende en gratis parkeergelegenheden, voldoende stallingmogelijkheden voor fietsers en dient de afstand tussen zowel autoparkeren als fietsparkeren en de winkels niet langer te zijn dan noodzakelijk. Tegelijkertijd dienen gestalde auto's en fietsen niet het comfort van het winkelend publiek in de weg te zitten.

- Het plan voorziet in twee parkeergarages voor bezoekers van het winkelcentrum waarbij de parkeergarage op maaiveld bij de nieuwe Albert Heijn (deelgebied 4A) voorziet in ca. 150 parkeerplaatsen en de parkeergarage (verdiept) onder de tweede supermarkt/aanvullende winkels (deelgebied 5A/5B) voorziet in ca. 280 parkeerplaatsen. Dit totaal van ca. 430 parkeerplaatsen dient zowel het winkelend publiek als de bezoekers van het woningprogramma. Het aantal plaatsen is conform de normen die de gemeente Leiden hanteert. Ook de verdeling tussen het westelijke en oostelijke plandeel is op orde.
- De parkeerplaatsen zijn in de onmiddellijke nabijheid van beide plandelen gesitueerd, maar liggen daarmee op enige afstand tot de winkels in het bestaande deel van het winkelcentrum. Aangezien een invulling met een subtrekker hier meer voor de hand ligt dan een invulling met een supermarkt als trekker, is dit niet zeer bezwaarlijk. Door het creëren van een aantrekkelijk en veilig loopgebied kunnen de negatieve effecten verder worden ondervangen.
- Ook in kwalitatief opzicht moet het parkeren op orde zijn, denk aan goede signing, voldoende manoeuvreerruimte en goede vindbaarheid van de parkeerplaatsen. Voor beide parkeergarages is het belangrijk dat vanaf beide zijden (maar vooral vanaf de noordkant) van de Kooilaan met duidelijke signing wordt aangegeven waar de ingang van de parkeergarage zich bevindt. Dit ook om verkeersopstoppen te voorkomen.
- Bij de verdiepte parkeergarage wordt voorzien in een tapis roulant naar de winkels. Deze is gesitueerd in het midden van de parkeergarage en ontsluit zowel de supermarkt als de dagwinkels. In de parkeergarage op maaiveld bij deelgebied 4A (locatie nieuwe Albert Heijn) is voorzien in een dubbele entree tot de supermarkt, zowel vanuit de parkeergarage als vanuit de Bernardkade (fietsers, voetgangers).

4.3 Conclusie

In grote lijnen is het plan van voldoende kwaliteit om de functie als ‘hét dagelijkse voorzieningencentrum van Leiden Noord’ te vervullen. Vooral in programmatische zin heeft het plan voldoende ingrediënten om te voorzien in de beoogde functie. De omvang is met 7.000 m² bvo, waarvan ca. 5.500 m² bvo nieuw, toekomstgericht te noemen. Het plan wordt bovendien geschraagd door een tweetal in oppervlak volwaardige supermarkten (die qua omvang min of meer gelijkwaardig aan elkaar dienen te zijn en qua segment complementair) waardoor er een gezonde basis is voor een aanvullend winkelprogramma van maximaal 2.700 m² bvo. Ook het aantal en de verdeling van de parkeerplaatsen lijkt voldoende voor een gezond functionerend wijkwinkelcentrum.

Belangrijk is dat er ruimtelijke samenhang tussen de drie onderdelen van het nieuwe winkelcentrum ontstaat. Dit is te realiseren door de fysieke barrière die de Kooilaan in het plan legt te “verzachten”, en door het situeren van een sterke supermarkt in het westelijk deel. Om te voorkomen dat de Albert Heijn-supermarkt min of meer autonoom functioneert en weinig synergetisch effect heeft op de rest van het winkelcentrum dient de oversteekbaarheid van de Kooilaan voor voetgangers te zijn gewaarborgd.

Door een uniforme inrichting van het openbaar gebied tussen de drie elementen van het plan, en door een subtrekker te situeren in het oorspronkelijk deel van het

winkelcentrum moeten de drie elementen zodanig sterk op elkaar betrokken worden dat sprake is van een integraal functionerend wijkwinkelcentrum.

Bijlage: 1. Trends en ontwikkelingen

Er zijn een aantal trends en ontwikkelingen gaande die van invloed zijn op het functioneren van buurt- en wijkwinkelcentra.

Consumententrends

De winkelstructuur is aan veel veranderingen onderhevig. Er is een aantal factoren aan de vraagzijde van de markt die deze structuur beïnvloeden.

- **Veranderende activiteitenpatronen:** de traditionele winkelpatronen die uitgaan van een trip naar de winkel en weer terug naar huis worden vervangen door meer diffuse patronen, waarbij veel boodschappen gedaan na werk en het ophalen van de kinderen. Gemak en convenience staan meer centraal in de dagelijkse bestedingen;
- **Veranderende leefpatronen:** door ontwikkelingen als individualisatie, vergrijzing, stijging van het opleidingsniveau, meer tweeverdieners, hogere arbeidsparticipatie van vrouwen, delen van zorgtaken etc. Naast fysieke nabijheid van een winkel, wordt tegenwoordig door consumenten steeds meer waarde gehecht aan snelheid, gemak en uitgebreide keuzemogelijkheden;
- **Gezinsverdunding:** de laatste decennia is de gemiddelde grootte van het huishouden gedaald van 2,8 tot 2,2. Deze trend leidt in combinatie met de veranderende leefpatronen tot een groter aantal boodschappentrips;
- **Autobezit:** ongeveer driekwart van alle huishoudens beschikt over één of meerdere auto's. De verwachting is dat dit alleen maar zal toenemen. De mentale en geografische afstand tot winkelgebieden worden hierdoor steeds kleiner. Hierdoor zullen buurt- en wijkwinkelcentra meer en meer met elkaar in competitie zijn.

Aanbodtrends

Ook aan de aanbodzijde van de markt zijn er veel trends en ontwikkelingen gaande.

- **Supermarkt vs. speciaalzaak:** Door de toenemende parallellisatie zijn speciaalzaken tegenwoordig alleen levensvatbaar indien het winkelcentrum een sterk supermarktaanbod heeft, en de speciaalzaken zich in zaken als service, kwaliteit en breedte en diepte van het aanbod weten te onderscheiden van de supermarkt;
- Opkomst van **discountformules:** naast grootschalige supermarkten zijn ook discountsupermarkten zoals Aldi en (vooral) Lidl in opkomst. Kenmerkend voor deze formules zijn het beperkte assortiment, lage prijzen en mindere focus op service;
- Verandering in een meer **pluriform winkellandschap:** opkomst van nieuwe winkelgebieden en -vormen, zoals factory outlets, traffic locaties, retail parken;
- Groeiende rol van **internet**, zowel in de oriëntatie op nieuwe aankopen als in de daadwerkelijke aanschaf. Internet maakt inmiddels 5% uit van de totale detailhandelsverkoop. De mentale horizon van consumenten wordt steeds groter;
- Verdwijning van winkelvoorzieningen aan de **onderkant van de hiërarchie:** kleinere buurtstrips en -centra;
- **Schaalvergroting en schaalverkleining:** Aan de ene kant worden supermarkten steeds groter (AH XL) en aan de andere kant komen er nieuwe typen kleinschalige detailhandel gericht op gemak, zoals kleine supermarkten en kiosks op traffic locaties (bijvoorbeeld stations, ziekenhuizen, onderwijsinstellingen, stadions);
- **Funciemenging:** steeds meer waarde wordt gehecht aan keuze, vermaak, gemak, doelgerichtheid, efficiëntie.

Bijlage: 2. Uitkomsten Benchmark-analyse

Tabel 5 Branchering naar hoofdbranche Kooiplein (KP) en benchmarkcentra (BM) (n=14¹⁰)

	m ² wvo				Aantal vkp	
	KP	% KP	BM	% BM	KP	BM
Levensmiddelen	768	63	3.256	56	2	10,1
Persoonlijke Verzorging	320	26	506	9	2	2,9
Totaal dagelijks	1.088	90	4.010	69	4	14,5
Warenhuis	0	0	72	1	0	0,2
Kleding & Mode	0	0	440	8	0	2,8
Schoenen & Lederwaren	0	0	43	1	0	0,5
Juwelier & Optiek	0	0	86	1	0	1,4
Huishoudelijk- & Luxe	0	0	455	8	0	1,4
Antiek & Kunst	0	0	6	0	0	0,1
Sport & Spel	0	0	71	1	0	0,6
Hobby	0	0	9	0	0	0,3
Media	0	0	94	2	0	0,9
Plant & Dier	15	1	219	4	1	2,4
Bruin & Witgoed	112	9	15	0	1	0,2
Auto & Fiets	0	0	60	1	0	0,6
Doe-Het-Zelf	0	0	97	2	0	0,6
Wonen	0	0	50	1	0	0,4
Detailhandel Overig	0	0	66	1	0	0,6
Totaal niet-dagelijks	127	10	1.782	31	2	13,0
Leegstand	0	0	247	4	0	1,5
Totaal	1.215	100	5.792	100	7	27,5
Horeca/ Leisure	-	-	-	-	0	5,9
Dienstverlening	-	-	-	-	1	6,0

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner 2012, bewerking Bureau Stedelijke Planning

¹⁰ De benchmarkwinkelcentra zijn Angelso (Emmen), Binnenhof (Rotterdam), Boekeloseweg-Industriestraat (Hengelo Ov), De Savorin Lohmanplein ('s Gravenhage), De Stede ('s Gravenhage), Hart van Zuid Apeldoorn (Apeldoorn), Keizerslanden (Deventer), Kleine Loo ('s Gravenhage), Ridderhof (Alphen aan den Rijn), Sierplein (Amsterdam), Smaragdplein (Utrecht), Vermiljoenweg (Zaandam), Vinkenhof (Groningen), Zuiderhout (Oosterhout NB).

Bijlage: 3. Distributie planologische berekening

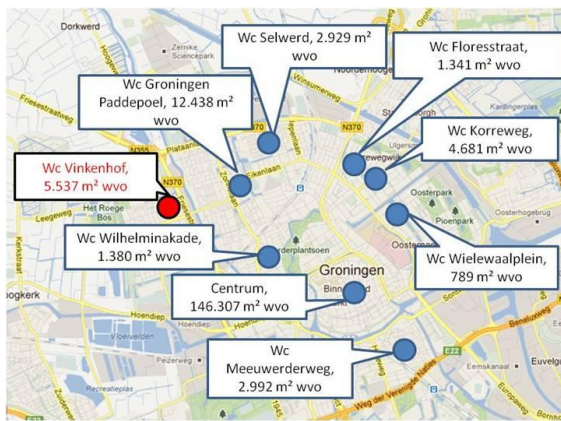
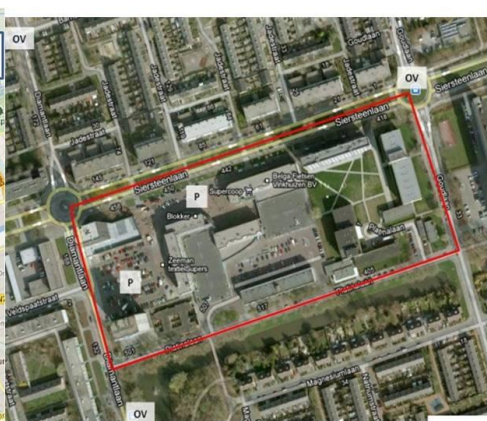
Met de volgende kengetallen is gekomen tot de distributie planologische berekening voor het dagelijkse aanbod in Kooiplein:

- Inwoneraantal van 13.106 op 1 januari 2011 (bron: Gemeente Leiden, Feiten en cijfers, 2012) en inwoneraantal van 15.500 in 2020 (eigen inschatting op basis van bevolkingsprognose gemeente Leiden en woningbouwplannen);
- De bestedingen aan dagelijkse artikelen zijn vastgesteld op € 2.222,- per hoofd van de bevolking per jaar (exclusief BTW), 3,8% onder het Nederlands gemiddelde van € 2.310,-. Vanwege de gemiddeld lage inkomens in de wijk (15,2% lager dan gemiddeld) hebben we een bestedingscorrectie van 3,8% toegepast (inkomenselasticiteit dagelijks is ongeveer 0,25). Dit cijfer is gebaseerd op gegevens uit het rapport 'Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek' van het Hoofdbedrijfsschap Detailhandel (augustus 2011);
- De vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde winkel per jaar en per m² wvo aan omzet realiseert. Voor de dagelijkse artikelen hanteren we een vloerproductiviteit van € 7.130 (exclusief BTW). Ook dit cijfer is gebaseerd op gegevens uit het rapport 'Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek' van het Hoofdbedrijfsschap Detailhandel (augustus 2011);
- Een momenteel lage koopkrachtbinding van 40% en een toevloeiing van 10% (gebaseerd op actuele gegevens over de supermarkt). Bij opwaardering van het winkelcentrum kan een fors hogere binding en toevloeiing worden verwacht in de dagelijkse sector. Wij schatten deze in op 65 tot 70% voor de koopkrachtbinding en 15 tot 20% voor de koopkrachtoevloeiing.

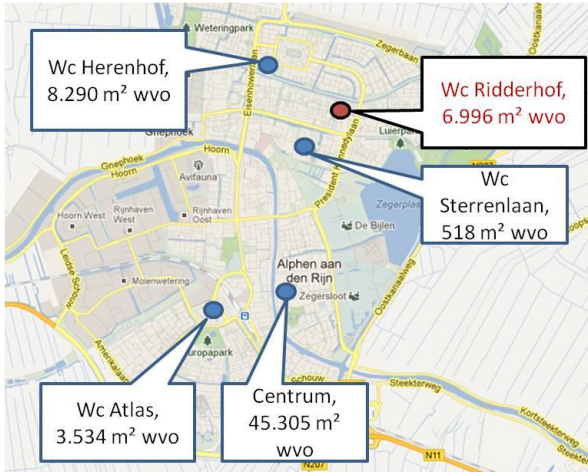
Tabel 6 Distributieve berekening marktruimte dagelijkse sector Leiden Kooiplein

	2012	2020
Inwoners	13.106	15.430
Bestedingen per hoofd	€ 2.222	€ 2.222
Bestedingspotentieel in € mln.	€ 29,1	€ 34,3
Koopkrachtbinding	40%	70%
Gebonden bestedingen in € mln.	€ 11,7	€ 24,0
Koopkrachtoevloeiing	10%	15-20%
Omzet door toevloeiing in € mln.	€ 1,3	€ 4,2 – 6,0
Totale bestedingen in €mln.	€ 12,9	€ 28,2 – 30,0
Gem. Vloerproductiviteit in €/m ² wvo p.j.	7.130	7.130
Haalbaar aanbod m ² wvo	1.815	3.960 – 4.208
Gevestigd aanbod m ² wvo	1.088	1.088
Uitbreidingsruimte m² wvo	727	2.872 – 3.120

Bijlage: 4. Referentiecentrum Vinkenhof, Groningen

Groningen	
Winkelcentrum Vinkenhof	
- Ligging: Siersteenlaan, noordwesten van de binnenstad - Aantal inw. verzorgingsgebied: 10.730 (primair) - Jaar van herontwikkeling: 2003/2004 - Omvang winkelcentrum: 5.537 m² wvo - Supermarktaanbod: 3.772 m² wvo (68%): Albert Heijn (2.013 m² wvo), Aldi-Markt (735 m² wvo), Supercoop (1.024 m² wvo) - Belangrijkste trekkers niet dagelijks: Blokker (344 m² wvo), Kruidvat (283 m² wvo), Zeeman (167 m² wvo), Gall & Gall (146 m² wvo) en Etos (154 m² wvo)	
Gemeente Groningen	
- Totaal 51 supermarkten - Omvang: 48.493 m² wvo - Supermarktdkking 0,25 m² wvo / inwoner	
	
 	
Lessons learned	
• Forse en ingrijpende herontwikkeling van winkelcentrum, vergroting supermarkten, komt derde • Winkelcentrum profiteert van aanliggend nieuwbouwgebied zonder dagelijkse voorzieningen • Zorgvuldige situering en segmentering supermarkten, ongelijke situering parkeerplaatsen rond centrum	

Bijlage: 5. Referentiecentrum Ridderhof, Alphen aan den Rijn

Alphen aan den Rijn	
Winkelcentrum Ridderhof	
- Ligging: in Componistenbuurt, ten noorden van het centrum - Aantal inw. verzorgingsgebied: 17.880 - Jaar van herontwikkeling: 2011 - Omvang winkelcentrum: 6.996 m² wvo - Supermarktaanbod: 3.345 m² wvo (nu 48%): Albert Heijn (980 m² wvo), C1000 (865 m² wvo), Hoogvliet (1.500 m² wvo), Aldi (in aanbouw) - Belangrijkste trekkers niet dagelijks: Marskramer (305 m² wvo), Hubo (266 m² wvo), Kruidvat (263 m² wvo), Schoenenreus (219 m² wvo), Etos (200 m² wvo), Wibra (174 m² wvo) en Zeeman (153 m² wvo)	
Gemeente Alphen aan den Rijn	
- Totaal 13 supermarkten - Omvang: 13.828 m² wvo - Supermarktdkking: 0,19 m² wvo / inwoner	
 	
Conclusies	
• Eerste fase herontwikkeling spitst zich toe op ontwikkeling Hoogvliet/Aldi, in latere fase renovatie bestaande deel en optimalisering bestaande supermarkten • Parkeren deels onder het winkelcentrum, deels ernaast; matige aansluiting fiets + auto-parkeren	