

Deventer
Snipperlingsdijk 4
7417 BJ Deventer
Postbus 161
7400 AD Deventer
T +31 (0)570 666 222
goudappel@goudappel.nl

Den Haag
Casuariestraat 9a
2511 VB Den Haag

Eindhoven
Emmasingel 15
5611 AZ Eindhoven

Leeuwarden
F. HaverSchmidtwei 2
8914 BC Leeuwarden

Amsterdam
De Ruyterkade 143
1011 AC Amsterdam

Klepierre Management Nederland B.V.

Versterking Alexandrium Shopping Center

Reactie op advies Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland

Datum
Kenmerk
Eerste versie

7 september 2018
002725.20190709.N.1.01

De Adviescommissie Zuid-Holland heeft een positief advies uitgebracht over de plannen voor versterking van Alexandrium Shopping Center¹. Bij dit advies zijn de overwegingen en enkele kanttekeningen opgenomen. Hieronder leest u een korte reactie op de genoemde kanttekeningen.

Effecten afname vloerproductiviteit op zittende ondernemers

Een verlaging van de vloerproductiviteit door de uitbreiding van Alexandrium heeft geen verstrekende gevolgen voor de zittende ondernemers. Ook bij de maximale toevoeging van nieuwe meters zit de vloerproductiviteit in Alexandrium Shopping Center op het niveau van de normvloerproductiviteit. Op dit moment functioneert het bestaande aanbod bovengemiddeld. Daarbij geldt dat uitbreidingsmeters minder omzet per m² nodig hebben, dan nieuwe meters. De uitbreidingsmeters zijn vooral bedoeld om meer comfort te bieden en zullen niet leiden tot aan verzwakking van het ondernemersklimaat. De uitbreidingsmeters bieden de ondernemers de mogelijkheid om hun concept goed neer te zetten en in te spelen op de wensen van de moderne consument.

Regionale effecten uitbreiding Alexandrium Shopping Center

In de marktanalyse is ingegaan op de effecten van de concurrerende centra in de regio. Onder meer op de nabijgelegen centra van Capelle en Krimpen, de binnenstad van Rotterdam en Zuidplein, maar ook op de binnensteden van bijvoorbeeld Gouda, Vlaardingen en Spijkenisse. De beschrijving van de effecten kan wellicht uitvoeriger, maar de essentie is in de marktanalyse weergegeven. De effecten van een uitbreiding van Alexandrium Shopping Center op de winkelgebieden in de regio zijn beperkt, vanwege het verschil in functie en / of afstand. Daarnaast is aangegeven dat een aantal van deze centra zich versterken en voor Alexandrium eveneens geldt dat een versterking nodig is om te kunnen voldoen aan de wensen en eisen van de moderne consument en retailers.

¹ Advies 22 augustus 2018 Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland

Uitbreidingsruimte dagelijkse sector

In de marktanalyse is de uitbreidingsruimte weergegeven voor de niet-dagelijkse branchegroepen Mode & luxe en vrijetijd. In de marktanalyse is niet ingegaan op de uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector. Een indicatie van de uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector is weergegeven in een distributieve verkenning.

Deventer
Snipperlingsdijk 4
7417 BJ Deventer
Postbus 161
7400 AD Deventer
T +31 (0)570 666 222
goudappel@goudappel.nl

Den Haag
Casuariestraat 9a
2511 VB Den Haag

Leeuwarden
F. HaverSchmidtwei 2
8914 BC Leeuwarden

Eindhoven
Emmasingel 15
5611 AZ Eindhoven

Amsterdam
De Ruyterkade 143
1011 AC Amsterdam

Klépierre Management Nederland B.V.

Uitbreidingsmogelijkheden dagelijkse sector

Distributieve verkenning

Datum 10 september 2018
Kenmerk 002445.20180709.N.0004
Eerste versie

In de Marktanalyse voor Alexandrium Shopping Center ¹ is de distributieve uitbreidingsruimte aangegeven voor het winkelaanbod in de hoofdbranchegroepen mode & luxe en vrije tijd (circa 15.000 m² wvo). In deze notitie geven wij een korte schets van de distributieve uitbreidingsruimte voor de dagelijkse sector² van Alexandrium Shopping Center.

Volgens het Koopstromenonderzoek Randstad 2016 weet het dagelijkse aanbod in Alexandrium een omzet te behalen van 75 miljoen euro per jaar. In de dagelijkse sector weet Alexandrium 5% van de dagelijkse bestedingen van alle inwoners van de gemeente Rotterdam aan zich te binden. Van de totale omzet in de dagelijkse sector in Alexandrium, is 9% afkomstig van buiten de eigen gemeente.

Volgens het Koopstromenonderzoek Randstad omvat het aanbod in de dagelijkse sector in Alexandrium 7.500 m² wvo³. Uitgaande van de totale omzet van 75 miljoen euro, wordt een bovengemiddelde vloerproductiviteit (omzet per m² wvo) gerealiseerd van 10.000 euro per m².

In distributieplanologisch onderzoek wordt doorgaans uitgegaan van de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit. Die bedraagt 8.100 euro per m²⁴. Voor stadsdeelcentra geldt dat de vloerproductiviteit in de praktijk vaak boven het gemiddelde ligt. Daar staat tegenover dat bij grote aanbieders de vloerproductiviteit afneemt en onder het gemiddelde ligt. Rekening houdend met de functie van een stadsdeelcentrum als Alexandrium Shopping Center, maar ook met de omvang van de dagelijkse aanbieders gaan we voor de

¹ Modernisering Alexandrium Shopping Center, Goudappel Coffeng 2018

² Dagelijkse sector betreft levensmiddelen (supermarkten en specialzaken als bakker, slager, groenteboer, viszaak, poelier, delicatessen en slijterij) en drogisterijen.

³ Wvo: is winkelvloeroppervlak (alle voor publiektoegankelijke winkelruimte, dus exclusief magazijn en kantine)

⁴ Bron: Omzetkengetallen 2016 ten behoeve van ruimtelijke-economisch onderzoek, Panteia september 2017

distributieve verkenning uit van een bovengemiddelde benodigde vloerproductiviteit van 9.000 euro per m².

Op basis van de hiervoor beschreven uitgangspunten is in onderstaande tabel 1 een indicatieve distributieve berekening opgesteld van de uitbreidingsruimte voor de dagelijkse sector in Alexandrium.

kengetallen	Rotterdam, 2016
Totale bestedingen dagelijkse sector Rotterdam-Alexandrium*	€ 75.000.000
Normatieve vloerproductiviteit (omzet per m ²)**	€ 9.000
Economische ruimte	8.300
Aanwezig aanbod***	7.500
Uitbreidingsruimte in m ² vvo	800
Uitbreidingsruimte in m ² bvo	1.000

* Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016

** Bron: Omzetkengetallen 2016 ten behoeve van ruimtelijke-economisch onderzoek, Panteia september 2017, bewerking Goudappel Coffeng

*** Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016 en input Klepierre

Tabel 1: indicatie distributieve uitbreidingsruimte dagelijkse sector Alexandrium

Uit tabel 1 blijkt dat de uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector voor Rotterdam Alexandrium circa 1.000 m² bvo⁵ bedraagt. Bij deze indicatie van de uitbreidingsruimte geldt de volgende nuancering. De berekende uitbreidingsruimte is op basis van kengetallen die afkomstig zijn uit 2016. Ten opzichte van 2016 zal het inwonertal van Rotterdam de komende jaren toenemen en daarmee ook de uitbreidingsruimte. Daar staat tegenover dat ook in de dagelijkse sector de bestedingen via internet toenemen, wat weer een afname van de distributieve ruimte tot gevolg heeft.

Vooralsnog is het aandeel van internet in de dagelijkse sector beperkt (circa 2%) en is de omzet bij de dagelijkse winkels in Alexandrium in het Koopstromenonderzoek 2016 verder toegenomen ten opzichte van het Koopstromenonderzoek in 2011. Over hoe het aandeel van internet in de dagelijkse sector zich gaat ontwikkelen, bestaan verschillende visies. De algemene verwachting is dat het aandeel van internet in de dagelijkse sector verder zal groeien, maar achter zal blijven bij de niet-dagelijkse sector. Naar verwachting zal het positieve effect van de bevolkingsgroei in Rotterdam en de upgrading van het stadsdeelcentrum Alexandrium, opwegen tegen het negatieve effect van een toenemend aandeel internet in de dagelijkse sector.

⁵ BVO = bedrijfsvloeroppervlak: alle ruimte in de winkel (verkoopvloeroppervlak, maar ook magazijn en kantine). Betreft niet de ruimte buiten de winkel.

Klepierre Management Nederland B.V

Versterking Alexandrium Shopping Center

Marktanalyse

Omdat we ons verplaatsen

adviseurs
mobiliteit
**Goudappel
Coffeng**

Klepierre Management Nederland B.V.

Versterking Alexandrium Shopping Center

Marktanalyse

Datum
Kenmerk
Eerste versie

10 oktober 2017
CNR042/Sdg/0175.01

Documentatiepagina

Opdrachtgever(s)	Klepierre Management Nederland B.V.
Titel rapport	Versterking Alexandrium Shopping Center Marktanalyse
Kenmerk	CNR042/Sdg/0175.01
Datum publicatie	10 oktober 2017
Projectteam opdrachtgever(s)	Marianne Wesselo en Annet Elzenaar
Projectteam Goudappel Coffeng	Guido Scheerder en Tim van Huffelen
Projectomschrijving	Analyse van de marktmogelijkheden voor versterking van het Alexander Shopping Center in Rotterdam met toets aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking.
Trefwoorden	Alexandrium Shopping Center, marktanalyse, Ladder voor Duurzame Verstedelijking, uitbreidingsruimte

	Inhoud	Pagina
1	Inleiding	1
1.1	Aanleiding en vraagstelling	1
2	Actuele situatie en plannen	2
2.1	Huidige situatie	2
2.2	De plannen	4
2.3	Beleidskaders	4
3	Marktanalyse	7
3.1	Vooraf	7
3.2	Het regionale winkelaanbod	8
3.3	De consumentenvraag	10
3.4	Actuele marktvraag	11
3.5	Gevolgen voor leegstand	13
3.6	Toets Ladder voor Duurzame Verstedelijking	13

1

Inleiding

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Klepierre Management Nederland B.V. werkt hard aan de vernieuwing van Alexandrium Shopping Center in Rotterdam. Hiermee wil Klepierre inspelen op de wensen en eisen van de moderne consument en de ontwikkelingen in de retail. Een versterking van het winkelgebied en het voorzieningenaanbod maken deel uit van de upgradering van het Shopping Center.

In 2015 is de uitbreidingsbehoefte in vierkante meters bepaald in het rapport: 'Versterking Alexandrium Shopping Center, marktanalyse (Goudappel Coffeng, juni 2015)'.

Uit dit rapport kwam naar voren dat voor dit winkelcentrum ruime uitbreidingsmogelijkheden aanwezig zijn. Klepierre Management Nederland B.V. heeft nu behoefte aan een actualisering van het marktonderzoek uit 2015.

Aan Goudappel Coffeng BV is gevraagd de actuele marktruimte in kaart te brengen. Daarbij worden de resultaten getoetst aan de (nieuwe) Ladder voor Duurzame Verstedelijking. Op 1 juli 2017 is het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) gewijzigd, waarbij een nieuwe Laddersystematiek geldt. In de 'nieuwe' Ladder voor Duurzame Verstedelijking staat de volgende vraag centraal:

'Is er behoefte aan de voorgenomen ontwikkeling?'

Bij de beantwoording van deze vraag dient tevens inzichtelijk te worden gemaakt dat de voorgenomen ontwikkeling geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben, dat dit tot een onaanvaardbare situatie zal leiden uit het oogpunt van een goede ruimtelijke ordening.

In het vervolg van deze rapportage stellen wij een actuele marktanalyse op voor Alexandrium Shopping Center en toetsen wij de plannen voor een versterking en uitbreiding van dit center aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking.

2

Actuele situatie en plannen

2.1 Huidige situatie

Winkelgebied Rotterdam Alexandrium is een combinatie van een stadsdeelcentrum (Shopping Center), Megastores en een Woonmall. Deze unieke combinatie presenteert zich als één winkelgebied¹ en wordt door de consument voor een deel ook zo gezien en bezocht. In deze paragraaf gaan wij eerst kort in op het totale winkelgebied Rotterdam Alexandrium en zoomen daarna in op het Shopping Center.

Rotterdam Alexandrium

In totaal telt Rotterdam Alexandrium bijna 200 winkels en ruim 100.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo). Hiervan neemt de Woonmall ruim 50.000 m² voor haar rekening, de Megastores ruim 20.000 m² en het Shopping Center ruim 30.000 m². In tabel 2.1 treft u het winkelaanbod aan voor totaal Rotterdam Alexandrium, onderverdeeld naar branchegroep. De leegstand is relatief laag, vooral in het aantal vierkante meters (3%).

branchegroep	aantal vestigingen	omvang in m ² wvo
dagelijks	30	7.100
mode & Luxe	65	21.900
vrije Tijd	12	8.200
in/om huis	68	62.900
overig	3	1.100
leegstand	16 (8%)	3.300 (3%)
totaal	194	104.500

Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016, I&O Research, gebaseerd op Locatus, aangevuld met gegevens Klepierre

Tabel 2.1: Winkelaanbod Rotterdam Alexandrium

¹ www.alexandrium.nl Alexandrium zo is er maar één.

De hoofdbranche­groep 'in en om het huis' is goed vertegenwoordigd in Alexandrium en voor een belangrijk deel terug te vinden in de Woonmall en de Megastores. De winkels in de hoofdbranche­groepen 'mode & luxe' en 'vrije tijd' zijn voor het merendeel gevestigd in het Shopping Center. De Megastores kennen enkele grootschalige aanbieders in deze twee hoofdbranche­groepen (o.a. Bristol, Blokker, Xenos, Daka Sports, Sports World en Toys XL). De hoofdbranche­groep 'dagelijks' is geconcentreerd in het Shopping Center.

Alexandrium Shopping Center

In tabel 2.2 is de samenstelling van het winkelaanbod in Alexandrium Shopping Center weergegeven.

branchegroep	aantal vestigingen	omvang in m² vvo
dagelijks	21	6.200
mode & Luxe	60	18.400
vrije Tijd	9	3.900
in/om huis	8	900
overig	0	0
leegstand	10 (9%)	1.200 (4%)
totaal	108	30.600

Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016, I&O Research, gebaseerd op Locatus en Klepierre Management BV, gebaseerd op Locatus

Tabel 2.2: Samenstelling winkelaanbod Alexandrium Shopping Center

Uit tabel 2.2 blijkt dat in het Shopping Center het accent ligt op de branchegroepen 'mode & luxe'. Het center beschikt met Primark, Zara, H&M, New Yorker en Mango over sterke formules die grote aantrekkingskracht op de consument uitoefenen. Daarnaast is de uitstekende multimodale bereikbaarheid een groot pluspunt en zorgt de combinatie met de Megastores en Woonmall voor synergie.

Op dit moment staat in het Shopping Center circa 9% van de units leeg en circa 4% van de winkelmeters leeg². Deze leegstand betreft met name kleine units op de minder courante plekken. Daarnaast is de leegstand in Shopping Center Alexandrium, net als in de rest van Nederland, voor een deel ook het gevolg van de sluiting van filialen van landelijk opererende ketens.

Afgezet tegen andere winkelgebieden in de regio, is de leegstand in Alexandrium Shopping Center laag. Uit tabel 2.3 blijkt dat veel andere winkelgebieden in de Rijnmond te kampen hebben met een hoog percentage leegstand. Voor enkele grote centrumgebieden is dit de laatste twee jaar fors toegenomen, vooral door het faillissement van V&D en enkele andere ketens. Overigens zijn in veel gevallen wel vergevorderde plannen voor herinvulling.

² Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016, I&O Research, gebaseerd op Locatus en gegevens Klepierre Management BV.

winkelgebied	percentage leegstand (m ² wvo)
centrum Rotterdam	18%
Rotterdam Zuidplein	25%
Alexandrium Shopping Center	4%
centrum Spijkenisse	28%
centrum Vlaardingen	16%
centrum Schiedam	36%
centrum Hellevoetsluis	14%
centrum Ridderkerk	13%
centrum Capelle aan den IJssel	11%
centrum Krimpen aan den IJssel	12%

Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016, I&O Research, gebaseerd op Locatus

Tabel 2.3: Leegstand grootste recreatieve winkelcentra REO Rijnmond

2.2 De plannen

Een upgradage van Alexandrium Shopping Center is nodig om in te kunnen spelen op de wensen en eisen van de moderne consument en de ontwikkelingen in de retail en de huidige marktpositie te kunnen behouden.

De plannen voor uitbreiding van het winkelaanbod in Alexandrium Shopping Center betreffen de winkels in de recreatieve branchegroepen:

- mode & luxe: warenhuizen, mode en luxe (huishoudelijke en luxeartikelen);
- vrije tijd: sport, hobby, spel en media.

Met de uitbreiding van het Shopping Center wordt vooral ingespeeld op de vraag van retailers naar grotere units om hun concept goed te kunnen presenteren en merken goed te kunnen vermarkten. Naast een uitbreiding van het winkelaanbod wordt uitgegaan van een uitbreiding van het aanbod aan horeca (food & beverage), om bij te dragen aan de totale beleving en service aan de consument. Dit is nodig om in te spelen op de ontwikkelingen in de detailhandel en trends in het consumentengedrag.

De branchegroep in en om het huis is vooral vertegenwoordigd in de Woonmall en maakt geen deel uit van de plannen voor een versterking van het Shopping Center en hiermee ook niet van de analyse van de uitbreidingsruimte.

De in de analyse betrokken branchegroepen mode & luxe en vrije tijd, zijn behalve in het Shopping Center voor een deel ook in de Megastores gevestigd. Hiermee zal in de marktanalyse rekening worden gehouden.

2.3 Beleidskaders

De gemeente Rotterdam maakt in haar concept detailhandelsnota³ de beleidskeuze voor toekomstbestendige winkelgebieden en zet in op concentratie van het aanbod. Deze keuze heeft consequenties. Per saldo betekent dit dat er winkelgebieden zijn waar ook in de toekomstige structuur plaats voor blijft en winkelgebieden waar dit niet het geval is. Rotterdam wil van meer naar betere meters.

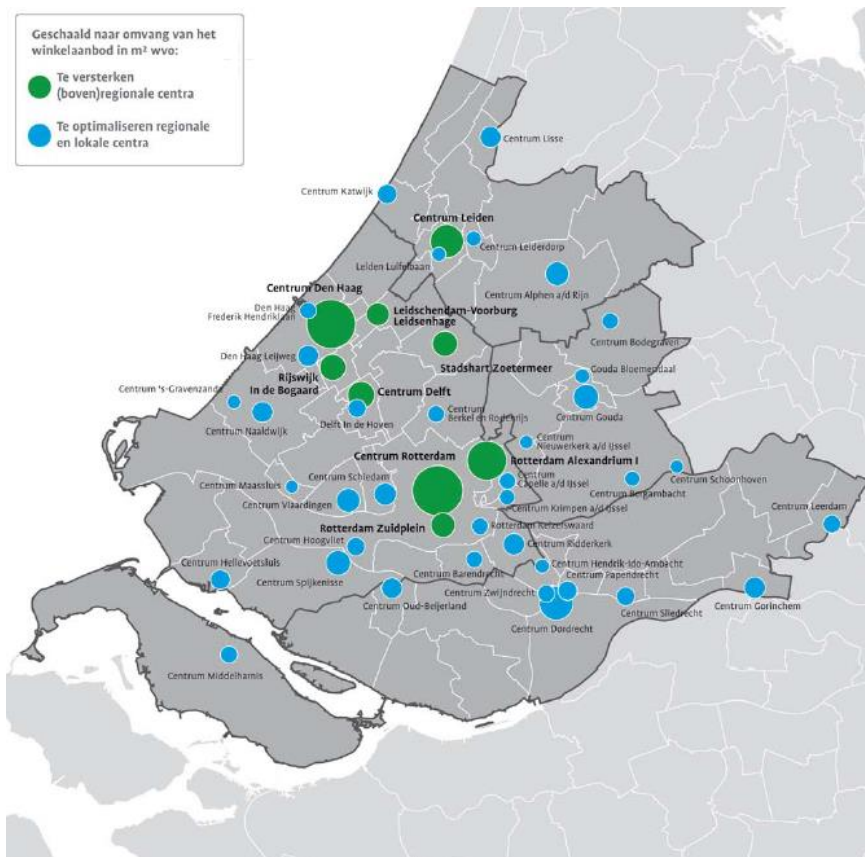
³ Bron: Detailhandel Rotterdam 2017

Voor een sterke en goed functionerende detailhandelsstructuur in de stedelijke regio, is ook afstemming met de MRDH (Metropoolregio Rotterdam Den Haag) nodig. In het detailhandelsbeleid van de MRDH⁴ is het centrale beleidsuitgangspunt eveneens het versterken van de bestaande winkelstructuur en wordt ingezet op het dusteren van detailhandel. Dynamiek wordt bij voorkeur gefaciliteerd in- of aangrenzend aan de bestaande winkelgebieden en themacentra (PDV- en GDV-concentraties). In de MRDH agenda is Shopping Center Alexandrium aangemerkt als onderdeel van bestaande winkelstructuur en getypeerd als regionaal verzorgend centrum.

Ook het beleid van de provincie Zuid-Holland richt zich op versterking van de bestaande structuur en zet in op de toekomstbestendige centra. Buiten de gewenste structuur is afbouw / transformatie van niet-levensvatbare winkellocaties gewenst om marktpotenties zoveel mogelijk te bundelen. Binnen de provinciale winkelstructuur wordt Rotterdam Alexandrium aangemerkt als één van de negen te versterken winkelcentra. Voorgesteld wordt om deze centra te faciliteren in de versterking van hun (boven)regionale positie (inbreiding in bestaand stedelijk gebied), waarbij kwantitatieve en kwalitatieve versterking mogelijk is (binnen marktruimte)⁵.

⁴ Bron: Agenda detailhandel MRDH 2016 -2021, november 2016

⁵ Bron: Detailhandel Zuid-Holland 2017, Provincie Zuid-Holland, 2017



Figuur 2.1: Provinciale hoofdwinkelstructuur, typering en beleid⁶

⁶ Bron: Detailhandel Zuid-Holland 2017, Provincie Zuid-Holland, mei 2017

3

Marktanalyse

3.1 Vooraf

Volgens de gemeentelijke, regionale en provinciale beleidskaders en de Ladder voor Duurzame Verstedelijking dient via een marktonderzoek aangetoond te worden dat er een behoefte bestaat voor uitbreiding van het winkelaanbod van Alexandrium. Deze dient zowel kwantitatief als kwalitatief onderbouwd te zijn, waarbij moet worden aangetoond dat rekening is gehouden met het tegengaan van leegstand.

De versterking en uitbreiding van het winkelaanbod van Alexandrium Shopping Center wordt in deze analyse getoetst op het niveau van de regio Rijnmond. Deze regio sluit goed aan bij de verzorgingsfunctie van Alexandrium, zoals uit het Koopstromenonderzoek Randstad blijkt.

In het Koopstromenonderzoek Randstad 2016 is de koopkrachtbinding van de inwoners van de gemeente Rotterdam voor het hele winkelgebied Alexandrium gemeten en weergegeven. De koopkrachttoevloeiing van buiten Rotterdam is eveneens voor het gehele winkelgebied weergegeven. Dit betekent dat op basis van het koopstromenonderzoek geen onderscheid kan worden gemaakt tussen koopstromen die naar het Shopping Center gaan en koopstromen die naar de Megastores gaan. Daarom wordt bij het aanbod in de hoofdbranchegroepen mode & luxe en vrije tijd niet alleen het winkelaanbod in het Shopping Center meegenomen, maar ook het aanbod in de Megastores. Op dit moment bevindt het merendeel van de winkels en ook de vierkante meters zich in het Shopping Center.

Tabel 3.1 geeft de verdeling van de branches 'mode & luxe' en vrije tijd over het Shopping Center en de Megastores.

branchegroep	aantal vestigingen Shopping Center	omvang in m ² wvo Shopping Center	aantal vestigingen Megastores	omvang in m ² wvo Megastores
mode & Luxe	60	18.400	3	3.100
vrije Tijd	9	3.900	3	4.300
totaal	690	22.300	6	7.400

Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016, I&O Research, gebaseerd op Locatus en Klepierre Management BV, gebaseerd op Locatus

Tabel 3.1: Aanbod branchegroepen mode & luxe en vrije tijd Shopping Center en Megastores Alexandrium

3.2 Het regionale winkelaanbod

Dit onderzoek richt zich op het winkelaanbod in de branches mode & luxe en vrije tijd. In tabel 3.2 is het winkelaanbod in deze specifieke branches weergegeven voor de gemeenten in de regio Rijnmond. In totaal is er 486.000 m² aan winkelruimte, waarvan 305.000 m² zich in Rotterdam bevindt. In de overige kernen is het aanbod aanmerkelijk kleiner van aard.

gemeente	omvang mode & luxe en vrije tijd in m ² wvo
Rotterdam	305.000
Nissewaard	29.000
Vlaardingen	27.000
Schiedam	18.000
Hellevoetsluis	17.000
Barendrecht	17.000
Ridderkerk	16.000
Capelle aan den IJssel	13.000
Maassluis	13.000
Lansingerland	11.000
Krimpen aan den IJssel	8.000
Brielle	5.000
Westvoorne	4.000
Albrandswaard	3.000
totaal Regio Rijnmond	486.000

Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016, I&O Research, gebaseerd op Locatus

Tabel 3.2: Omvang winkelaanbod branches mode & luxe en vrije tijd per gemeente regio Rijnmond

De grootste winkelgebieden in de regio Rijnmond zijn in tabel 3.3 weergegeven. Daarnaast zijn de centrumgebieden van Capelle aan den IJssel en Krimpen aan den IJssel toegevoegd. Deze hebben gezien hun ligging nabij Alexandrium een relevante positie.

winkelgebied	aantal winkels	omvang mode & luxe, vrije tijd in m ² wvo
Centrum Rotterdam	429	120.000
Rotterdam Alexandrium	78	30.000
Rotterdam Zuidplein	80	28.000
Centrum Spijkenisse	93	23.000
Centrum Vlaardingen	90	19.000
Centrum Ridderkerk	73	14.000
Centrum Schiedam	78	13.000
Centrum Hellevoetsluis	57	12.000
Centrum Capelle ad IJssel	41	8.000
Centrum Krimpen aan den IJssel	28	5.000

Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2016, I&O Research, gebaseerd op Locatus

Tabel 3.3: Winkelaanbod branches mode & luxe en vrije tijd grootste recreatieve winkelcentra Regio Rijnmond

Uit tabel 3.3 blijkt dat het centrum van Rotterdam met 120.000 m² wvo veruit het grootste winkelgebied is op het gebied van mode & luxe en vrije tijd, op ruime afstand gevolgd door Alexandrium (30.000 m²) en het in ontwikkeling zijnde Zuidplein (nu 28.000 m²). De centrumgebieden in de regio van Rotterdam hebben een aanmerkelijk kleinere omvang.

De ontwikkelingsplannen in de regio

Richting 2022 is er in de regio Rijnmond circa 51.000 m² wvo aan harde en zachte plannen in de niet-dagelijkse sector, waarvan circa 38.000 m² in Rotterdam⁷. Bij deze harde en zachte plannen in de niet-dagelijkse sector gaat het niet alleen om de branchegroepen mode & luxe en vrije tijd, maar ook om de branchegroep in en om het huis, waartoe onder meer bouwmarkten en tuincentra behoren.

De belangrijkste plannen voor Rotterdam-Alexandrium betreffen Forum in het centrum van Rotterdam en Zuidplein. De bouw van Forum is in augustus 2017 van start gegaan, met een verwachte oplevering in 2019. Bij Forum gaat om een ontwikkeling in de niet-dagelijkse sector van ruim 12.000 m² wvo, met een flagshipstore van Primark als belangrijkste consumententrekker⁸. Ook Rotterdam Zuidplein is volop in ontwikkeling. In totaal zijn plannen voor toevoeging van circa 5.000 m² wvo in de niet-dagelijkse sector⁹.

Verder spelen in de regio Rijnmond nog enkele ontwikkelingsplannen in de centrumgebieden. De belangrijkste ontwikkelingen zijn de uitbreiding en vernieuwing van winkelcentrum Koperwiek in het centrum Capelle aan den IJssel en winkelcentrum De Crimpenhof in het centrum van Krimpen aan den IJssel. Bij de Koperwiek gaat het om een ontwikkeling van circa 2.000 m² wvo in de niet-dagelijkse sector en bij De Crimpenhof om circa 3.800 m² wvo aan niet-dagelijks aanbod¹⁰.

⁷ Bron: Concept Detailhandel Zuid-Holland (DTNP 2017)

⁸ Bron: Top010.nl.

⁹ Bron: Concept Detailhandel Zuid-Holland (DTNP 2017)

¹⁰ Bron: Concept Detailhandel Zuid-Holland (DTNP 2017)

3.3 De consumentenvraag

Demografische ontwikkeling

Het primaire marktgebied van Alexandrium Shopping Center bestaat uit de gemeente Rotterdam. In 2017 wonen hier bijna 635.000 inwoners. Dit aantal groeit richting 2025 naar bijna 670.000 inwoners. In de volledige regio Rijnmond wonen in 2017 ruim 1,2 miljoen inwoners. Dit aantal stijgt in totaal naar ruim 1,3 miljoen inwoners in 2025. De gemeente Rotterdam heeft meer dan de helft van dit inwoneraantal binnen de gemeentegrenzen.

gemeente	2017	2020	2025
Albrandswaard	25.100	25.600	25.900
Barendrecht	48.300	48.800	48.900
Brielle	16.800	16.900	17.200
Capelle aan den IJssel	66.400	66.800	66.600
Hellevoetsluis	38.700	38.600	38.100
Krimpen aan den IJssel	29.100	29.100	29.000
Lansingerland	60.100	63.400	68.000
Maassluis	32.500	32.900	33.500
Nissewaard	85.400	85.900	86.200
Ridderkerk	45.400	45.800	45.500
Rotterdam	634.700	650.300	668.900
Schiedam	77.800	78.800	80.500
Vlaardingen	72.000	74.400	77.800
Westvoorne	14.300	14.300	14.600
totaal regio Rijnmond	1.246.700	1.271.700	1.300.700

Tabel 3.4: Bevolkingsaantallen en prognose regio Rijnmond per gemeente

Koopstromen

De koopkrachtbinding van inwoners uit Rotterdam op Alexandrium bedraagt voor de branches mode & luxe en vrije tijd 10% (bron: Koopstromenonderzoek Randstad, 2016). Dit betekent dat 10% van de bestedingen van de Rotterdammers in deze branches in Alexandrium terecht komt. De koopkrachttoevoeiing voor de branches mode & luxe en vrije tijd bedraagt 43% (bron: KSO Randstad, 2016). Dit betekent dat iets minder dan de helft van de omzet in Alexandrium in deze branches afkomstig is van consumenten van buiten de gemeente Rotterdam. Deze koopkrachttoevoeiing maakt duidelijk dat Alexandrium Shopping Center en de Megastores een (boven)regionale functie vervullen. Met de versterking van het winkelgebied wordt beoogd deze koopkrachtbinding en -toevoeiing te consolideren.

Richting de toekomst treden twee effecten op:

1. *Versterking aantrekkingskracht*

Een mogelijk iets grotere binding en toevoeiing bij vernieuwing en uitbreiding van Alexandrium Shopping Center. Het winkelcentrum wordt aantrekkelijker, waardoor meer Rotterdammers en inwoners van de regio naar Alexandrium kunnen gaan. Hierbij dient te worden bedacht dat andere winkelgebieden binnen Rotterdam (o.a. Forum) en de regio Rijnmond (o.a. Koperwiek) zich ook versterken.

De versterking van Alexandrium Shopping Center is vooral nodig om de huidige marktpositie te behouden en te voldoen aan de eisen van de consument. In onze analyse houden wij daarom geen rekening met een sterkere kooporiëntatie op Alexandrium, maar met een gelijkblijvende koopkrachtbinding en -toevloeiing. Dit betekent in feite dat de versterking en uitbreiding van het Shopping Center een consolidatie van de marktpositie tot gevolg heeft.

2. *Ontwikkeling detailhandelsbestedingen en effecten e-commerce*

De afgelopen jaren hebben de detailhandelsbestedingen flink onder druk gestaan. De economische crisis en de toenemende verkoop via internet zijn belangrijke oorzaken van de afnemende detailhandelsbestedingen. Nu de economie weer uit het dal is, trekken ook de detailhandelsbestedingen voorzichtig weer aan.

Wat betreft de effecten van internet op de detailhandelsbestedingen is het beeld minder eenduidig. Uit het Koopstromenonderzoek Randstad blijkt dat het aandeel internet sinds 2011 in de branchegroep mode & luxe met 2,4%-punt per jaar is toegenomen en in de branchegroep vrije tijd met 0,2%-punt per jaar. Extrapolatie van deze toename van het aandeel internet naar 2020, betekent dat de koopkrachtbinding aan Rotterdam-Alexandrium afneemt van de huidige 10% naar 9%.

In hoeverre het aandeel internet in hetzelfde tempo als de afgelopen jaren blijft groeien is lastig te voorspellen. Het kan zijn dat het aandeel nog harder toeneemt, maar het is ook goed mogelijk dat de groei afvlakt. Verder dient bedacht te worden dat niet alle internetbestedingen ten koste gaan van de winkels. Voor ondernemers ligt ook een kans om met een slimme omnichannel strategie op de internetaankopen in te spelen. Vooralsnog gaan wij in onze analyse richting 2020 uit van een toename van het aandeel internet per jaar, vergelijkbaar met de in het Koopstromenonderzoek Randstad gemeten toename per jaar tussen 2011 en 2016.

3.4 Actuele markt vraag

In tabel 3.5 is de actuele marktruimte voor de branchegroepen mode & luxe en vrije tijd geanalyseerd in Alexandrium geanalyseerd. In deze marktanalyse zijn alle in dit hoofdstuk beschreven uitgangspunten verwerkt.

kengetallen	Rotterdam, 2017	Rotterdam, 2020
inwoneraantal Rotterdam*	634.700	650.300
besteding mode & luxe en vrije tijd (per inwoner per jaar)**	€ 1.269	€ 1.269
marktpotentieel Rotterdam (miljoen euro)	805,4	825,3
koopkrachtbinding***	10%	9%
gebonden bestedingen Rotterdam-Alexandrium (miljoen euro)	80,5	74,3
koopkrachttoevoeiing****	43%	43%
totale bestedingen Rotterdam-Alexandrium (miljoen euro)	141,3	130,3
normatieve vloerproductiviteit*****	€ 3.000	€ 3.000
economische ruimte	47.100	43.400
aanwezig aanbod*****	29.700	29.700
uitbreidingsruimte in m ² wvo	17.400	13.700
uitbreidingsruimte in m ² bvo	19.300	15.200

* Bron: CBS Statline 2017

** Bron: Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-onderzoek (Panteia, 2016)

*** Bron: KSO Randstad 2016, voor 2020 rekening gehouden met toenemend aandeel internet mode & luxe met 2,4%-punt per jaar en vrije tijd met 0,2%-punt per jaar.

**** Bron: KSO 2016 vloerproductiviteit ondersteunende centra > 20.000 m² wvo, bewerking Goudappel Coffeng.

***** Bron: Locatus Retail Verkenner, gegevens Klepierre Management Nederland B.V. 2017.

Tabel 3.5: Marktanalyse branches mode & luxe en vrije tijd Alexandrium

De marktruimte voor uitbreiding van het winkelaanbod in Alexandrium Shopping Center bedraagt in de huidige situatie 19.000 m² bvo. Richting 2020 neemt de uitbreidingsruimte af naar 15.000 m² bvo. Het negatieve effect van de afname van de bestedingen in de detailhandel door nog steeds toenemende internetaankopen is hiermee groter dan het positieve effect van de bevolkingsgroei.

Voor een goede beleving en service naar de consument kan bovenop deze uitbreidingsruimte voor de winkels in de branchegroepen mode & luxe en vrije tijd worden uitgegaan van een toevoeging van circa 1.500 m² bvo ondersteunende horeca (food & beverage). Doorgaans wordt bij een uitbreiding in centrumgebieden uitgegaan van een aandeel van 10% aan horeca. Zeker nu in het moderne consumentengedrag beleving en service steeds belangrijker worden bij een bezoek aan een winkelcentrum. Het zijn juist deze aspecten waarmee een winkelcentrum zich kan onderscheiden van internet.

Regionale situatie

Op het niveau van de hele regio Rijnmond overstijgen de harde en zachte plannen de aanwezige marktruimte in de niet-dagelijkse sector¹¹. Dit wil niet zeggen dat nergens meer ruimte is voor een versterking van het aanbod. Aan de ene kant zullen slecht functionerende winkelgebieden op zwakke locaties het niet meer redden en heeft versterking van deze gebieden geen zin. Aan de andere kant dienen goed functionerende winkelcentra de ruimte te krijgen zich te versterken en in te spelen op de wensen van de moderne consument.

De ontwikkelingen in de markt en in het consumentengedrag leiden in feite tot een trend van minder winkelgebieden die meer te bieden hebben. Dit is ook de keuze die in het detailhandelsbeleid van de gemeente Rotterdam, de MRDH regio en provincie Zuid-Holland wordt gemaakt. In het gemeentelijke, regionale en provinciale beleid wordt

¹¹ Bron: Concept Detailhandel Zuid-Holland (DTNP 2017)

ingezet op een versterking van de hoofdwinkelstructuur en concentratie van het aanbod en is Alexandrium aangemerkt als een te versterken centrum.

3.5 Gevolgen voor leegstand

Voor Shopping Center Alexandrium is richting 2020 marktruimte aanwezig voor een uitbreiding met circa 15.000 m² bvo aanbod in de branchegroepen mode & luxe en vrije tijd en circa 1.500 m² ondersteunende horeca (food & beverage). Invulling van deze marktruimte kan de hiernavolgende gevolgen hebben voor het winkelaanbod in Alexandrium en andere winkelgebieden in Rotterdam en regio:

- De omzetten per vierkante meter kunnen in Alexandrium Shopping Center wat afnemen na uitbreiding van het winkelaanbod. Omdat het aanbod bovengemiddeld functioneert, blijven de omzetten per vierkante meter in het Shopping Center op een goed niveau en blijft de kans op leegstand in dit winkelgebied klein.
- Een deel van de nieuwe klanten in Rotterdam Alexandrium is het gevolg van de lokale Rotterdamse en regionale bevolkingsgroei.
- De versterking van Alexandrium kan effect hebben op de andere winkelgebieden in Rotterdam en regio. Vanwege de ligging en functie kan het dan gaan om Rotterdam Centrum, Rotterdam Zuidplein, centrum Capelle aan den IJssel en centrum Krimpen aan den IJssel. Bedacht dient te worden dat deze winkelgebieden momenteel ook werken aan herontwikkelingen om hun positie te bestendigen en er in feite sprake is van een hernieuwd evenwicht.
- Het modische en recreatieve aanbod in Alexandrium Shopping Center blijft na versterking duidelijk ondergeschikt aan het aanbod in het centrum van Rotterdam. Het modische aanbod in Rotterdam Centrum is bijna 100.000 m² groter dan in Alexandrium. Rotterdam Centrum blijft een andere functie vervullen. Het centrum van Rotterdam heeft internationale allure en trekt een veel grotere en bredere doelgroep.
- Een uitbreiding van het winkelaanbod in Shopping Center Alexandrium in de orde van de actuele marktruimte (15.000 m² bvo) zal daarom niet leiden tot leegstand in Alexandrium, of andere winkelcentra in Rotterdam of regio.

3.6 Toets Ladder voor Duurzame Verstedelijking

Centraal in nieuwe Ladder voor Duurzame Verstedelijking staat de behoefte voor versterking en uitbreiding van Alexandrium Shopping Center. Dat deze behoefte aanwezig is, blijkt onder meer uit het volgende:

- Retailers geven aan behoefte te hebben aan grote units om hun concept goed te kunnen presenteren en merken goed te kunnen vermarkten. De vraag naar grotere units kan in Shopping Center Alexandrium niet gefaciliteerd worden in de leegstaande units. De leegstand in het Shopping Center is in meters relatief laag en doet zich vooral voor bij kleinere units op minder courante locaties.
- De actuele marktanalyse toont aan dat rekening houdend met het effect van toeneemende internetaankopen richting 2020 marktruimte aanwezig is voor een uitbreiding van het winkelaanbod in de branchegroepen mode & luxe en vrije tijd met 15.000 m² bvo en circa 1.500 m² aan ondersteunende horeca (food & beverage).
- Met de uitbreiding van het Shopping Center wordt ingespeeld op de vraag van retailers naar grotere units. De uitbreiding van het aanbod aan horeca (food & beverage) is nodig voor een goede beleving en service aan de consument. Juist met deze aspecten kunnen winkelgebieden zich onderscheiden van internet.

- Versterking van een winkelgebied met een goed perspectief als Alexandrium past in het lokale, regionale en provinciale detailhandelsbeleid, dat inzet op de hoofdwinkelstructuur en een versterking van de ruimtelijke structuur door middel van concentratie van het aanbod
- Het modische en recreatieve aanbod in Alexandrium Shopping Center blijft na versterking ondergeschikt aan het aanbod in het centrum van Rotterdam en blijft een andere functie vervullen. Het centrum van Rotterdam heeft internationale allure en trekt een veel grotere en bredere doelgroep.
- Vanwege de aanwezige marktruimte en de specifieke verzorgingsfunctie van Alexandrium is de kans op een toename van de leegstand in Alexandrium en in de andere winkelcentra in Rotterdam en regio, als gevolg van de herontwikkeling van Alexandrium, marginaal. Versterking van Shopping Center Alexandrium is nodig om ook in de toekomst goed te kunnen blijven functioneren. De consument wil keuze en een aangenaam verblijfsklimaat. Daarbij vormt de uitstekende multimodale bereikbaarheid al een pluspunt voor Alexandrium.

Vestiging Deventer
Snipperlingsdijk 4
7417 BJ Deventer
T +31 (0570) 666 222
F +31 (0570) 666 888
Postbus 161
7400 AD Deventer

www.goudappel.nl
goudappel@goudappel.nl