Detailhandel Zuid-Holland

dtnp

Droogh Trommelen en Partners (DTNP)
Adviseurs voor Ruimte en Strategie
Graafseweg 109
6512 BS Nijmegen

T 024 - 379 20 83
E info@dtnp.nl
W www.dtnp.nl

Opdrachtgever:	Provincie Zuid-Holland
Contactpersoon:	Mevrouw A. de Wolf
Projectteam DTNP:	De heer D.J. Droogh
	De heer W. Frielink
Projectnummer:	1819.0117
Datum:	12 mei 2017

Detailhandel Zuid-Holland

Inhoudsopgave

0 Inleiding 1

1 Trends 4
1.1 Landelijke winkeltrends 5
1.2 Demografische ontwikkeling 10

2 Reguliere detailhandelsstructuur 11
2.1 Totaal winkelaanbod 12
2.2 Winkelaanbod per gemeente 14
2.3 Winkelgebieden 17
2.4 Ontwikkeling van aanbod 19
2.5 Economisch functioneren 22

3 PDV-structuur 26
3.1 Provinciale PDV/GDV-structuur 27
3.2 Economisch functioneren 29
3.3 Afstudeeronderzoek 31

4 Leegstand en plannen 33
4.1 Leegstand reguliere detailhandelsstructuur 34
4.2 Leegstand PDV/GDV-structuur 36
4.3 Harde en zachte plannen 37

5 Marktruimte 39
5.1 Uitgangspunten 40
5.2 Dagelijkse sector 41
5.3 Niet-dagelijkse sector 42
5.4 Doorkijk naar 2030 44

6 Beleidsafweging en -advies 46
6.1 Beleidsuitgangspunten 47
6.2 Provinciale hoofdwinkelstructuur 49
6.3 Provinciale PDV/GDV-structuur 54
6.4 Beleidsimplicaties 58

Bijlagen 59
Bijlage 1 Uitbreidingsruimte per gemeente 60
Bijlage 2 Harde en zachte plannen per gemeente 65

0 Inleiding

Aanleiding

De provincie Zuid-Holland voert een actief detailhandelsbeleid gericht op krachtige en vitale dorpen en steden. De hoofdlijnen van het detailhandelsbeleid dateren uit 2012 en zijn mede gebaseerd op het Randstad Koopstromenonderzoek 2011. Het beleid uit 2012 is gericht op vernieuwing en aanpassing, waarbij kansrijke onderdelen van de structuur worden versterkt en solitaire vestigingen worden ontmoedigd.

Positie van winkelgebieden verandert

Sinds 2012 is de dynamiek in de detailhandelssector onverminderd groot. Grote winkelketens zijn omgevallen, de leegstand is toegenomen en de schaalvergroting in winkels en de winkelstructuur zette door. Het aandeel ouderen en eenpersoonshuishoudens nam toe.
Het recent verschenen Koopstromenonderzoek Randstad 2016 (KSO 2016) laat zien dat ook het (ruimtelijke) koopgedrag wijzigt en daarmee de positie van de afzonderlijke winkelgebieden.

Hoofdlijnenakkoord 2015-2019

Het Hoofdlijnenakkoord 2015-2019 van de provincie Zuid-Holland geeft voor het detailhandelsbeleid de volgende accenten:

- bijdragen aan krachtige, levendige en goed bereikbare stedelijke en dorpscentra, waar

Provincie Zuid-Holland en haar regio's en gemeenten

kantoren, horeca, woningen, detailhandel en culturele voorzieningen elkaar versterken;
- vastgesteld ruimtelijk en mobiliteitsbeleid is uitgangspunt voor handelen;
- uitvoering geven aan visie detailhandel, als vastgesteld in het ruimtelijk beleid;
- betrekken resultaten koopstromenonderzoek om in te spelen op nieuwe ontwikkelingen;
- meedenken met partijen over hoe nieuwe ontwikkelingen binnen de geldende regels kunnen worden gerealiseerd;
- gesprek aangaan over herbestemming perifere detailhandelslocaties zonder toekomstperspectief;
- gemeenten aanmoedigen om gezamenlijk regionale detailhandelsvisies op te stellen.

Actualisatie beleid: Notitie detailhandel 2017

Een en ander is aanleiding voor de provincie om het detailhandelsbeleid van 2012 te actualiseren in een 'Notitie detailhandel 2017', als bouwsteen voor de Omgevingsvisie.

Dit rapport: input voor de Notitie Detailhandel

Aan DTNP is gevraagd om inhoudelijke input te leveren en advies uit te brengen voor de volgende onderwerpen:

1. Aanvullingen op literatuuronderzoek door de provincie Zuid-Holland:
   - Welke trends en ontwikkelingen doen zich voor binnen de detailhandel op landelijke schaal en specifiek in Zuid-Holland?;
   - Welke ontwikkelingen op economisch, demografisch en technologisch gebied zijn er te identificeren die relevant zijn voor de detailhandel in Zuid-Holland?;
   - Welke invloed hebben deze trends en ontwikkelingen op de behoefte aan winkelvastgoed en op de bestaande detailhandelsstructuur op lokaal, (sub-) regionaal en provinciaal niveau?
2. Analyse van het aanbod en het functioneren van de detailhandel (onder andere gebruikmakend van KSO 2016 / 2011) op provinciaal en (sub)regionaal niveau en voor de provinciale detailhandelsstructuur ('te ontwikkelen' en 'te optimaliseren centra');
3. Analyse van de beschikbare data uit het KSO 2016 m.b.t. de PDV-locaties en dit koppelen aan afstudeeronderzoek dat de toekomstbestendigheid van de PDV-locaties in kaart heeft gebracht. Hierdoor ontstaat een totaalinzicht in het functioneren van de PDV-structuur;
4. Inventarisatie en analyse leegstand en planvoorraad;
5. Kwantitatief kader op provinciaal en (sub-) regionaal niveau voor de periode 2017-2022, met een aanvullend vergezicht tot 2030. Kwantitatief kader dient in te gaan op de branches dagelijks en niet dagelijks. Niet-dagelijks met inzicht in de branches Mode en luxe, Vrije tijd, en In en om het huis. Bij de laatste dient inzicht verkregen te worden in Plant & Dier, Doe-Het-Zelf en Wonen.
6. Advies over herziening/actualisering provinciale detailhandelsstructuur (zowel gericht op welke centra als op de indelings-systematiek en bijbehorende ontwikkelings-perspectieven); beleidsimplicaties ten aanzien van minder kansrijke PDV-locaties (in relatie tot punt 3).

Bouwsteen voor (sub)regionaal beleid

De analyses en kwantitatief kader zijn bruikbaar om ook op (sub)regionale schaal visies op te stellen voor de detailhandel. Bij het opstellen is ambtelijk en bestuurlijk overleg geweest met de regio (Holland Rijnland, Midden-Holland, Zuid-Holland Zuid en MRDH). In dit rapport zijn resultaten ook per regio weergegeven.

1 Trends

1.1 Landelijke winkeltrends

De landelijke winkelmarkt bevindt zich, na de transitie van kleine zelfstandige winkels in de jaren ’30 naar grootwinkelbedrijven met brede en diepe assortimenten, in een nieuwe transitie. Internet en online winkelen zijn niet meer weg te denken uit de maatschappij en hebben grote invloed op de fysieke (en ruimtelijke) winkelmarkt. In deze paragraaf staan we stil bij de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt. Veel van deze trends grijpen op elkaar in en versterken elkaar.

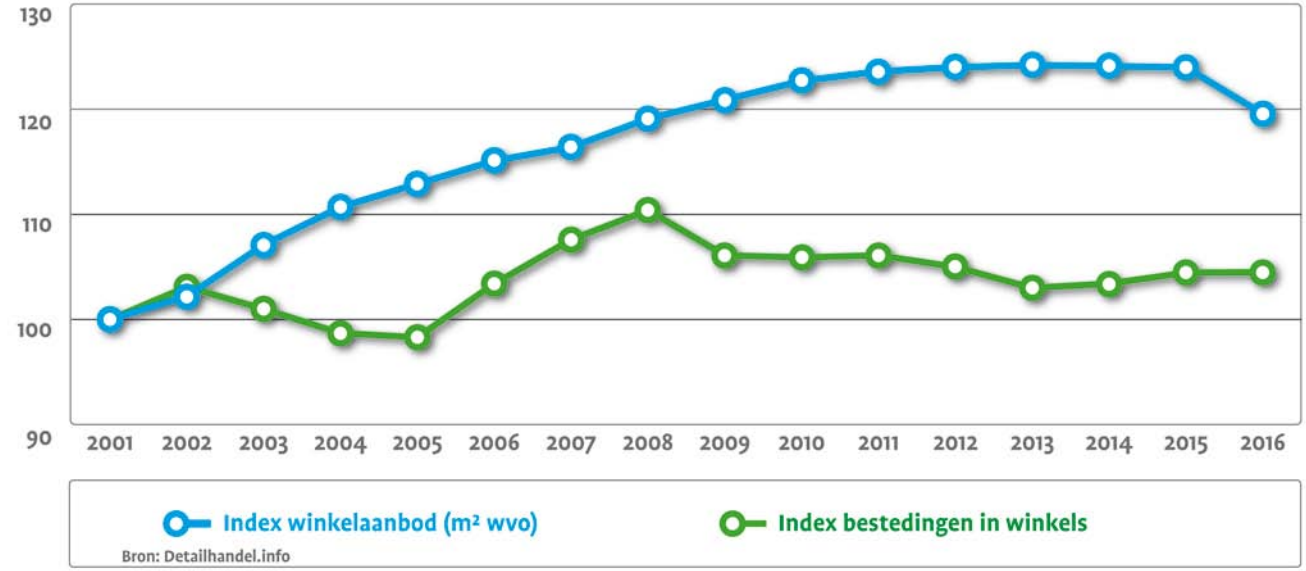
Groei, groei, groei

Aan de aanbodzijde van de winkelmarkt was tot 2008 sprake van een sterk expansieve winkelmarkt. Er werden veel nieuwe winkelprojecten opgeleverd met grotere winkelunits dan voorheen en units werden als vanzelf verhuurd aan grootwinkelbedrijven. Vooral in de non-foodsector was als gevolg hiervan sprake van een sterke toename van winkelaanbod.

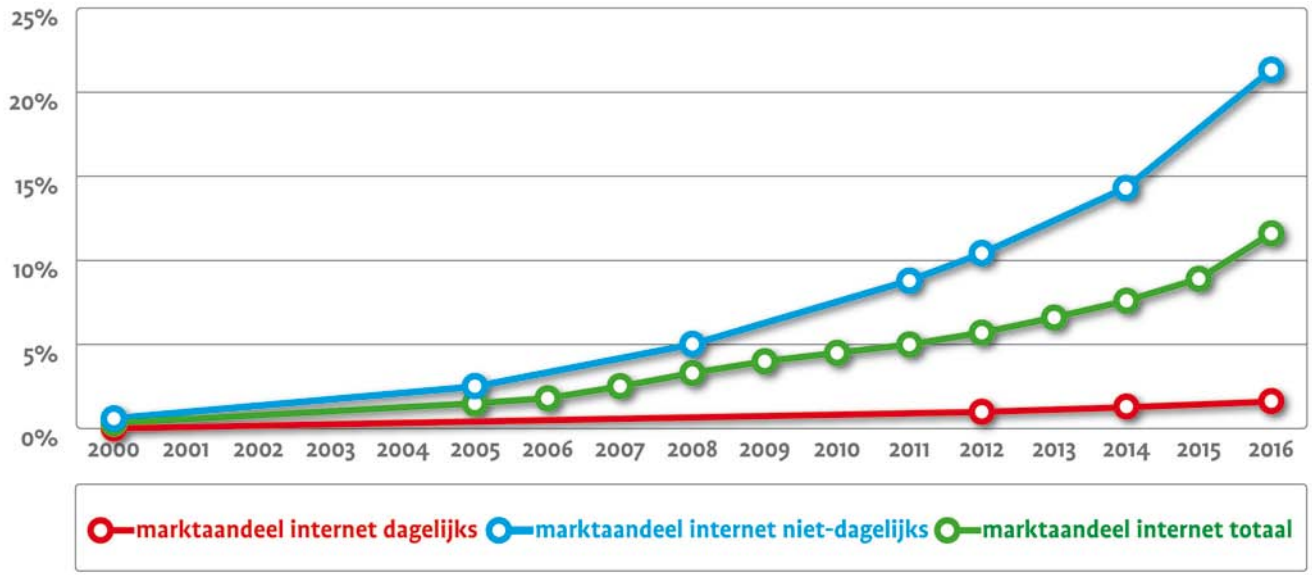
Veranderende consument

De bestedingen van consumenten aan producten gingen echter niet in dezelfde tred mee. 2008 was daarbij een kantelpunt. De bestedingen in fysieke winkels dalen sindsdien. Deels door de economische crisis waar destijds

Ontwikkeling vraag- en aanbod totale detailhandel



Ontwikkeling marktaandeel internet



sprake van was, maar zeker ook door het vanaf dat moment sterk opkomen van internet als aankoopkanaal. Het is wellicht niet de start van de huidige transitie waar de detailhandel zich in bevindt, maar wel een duidelijk kantelpunt.

Waar 'de consument' zich eerder kenmerkte door consumptiegedreven consumentengedrag, gedreven door uniformiteit in winkelaanbod, kenmerkt de nieuwe winkelmarkt zich door een kritische en goed geïnformeerde, dualistische consument, die enerzijds op zoek is naar de beste prijs en anderzijds naar een manier om zichzelf te onderscheiden, materieel of immaterieel. Deze verandering van de consument vertaalt zich op diverse wijzen.

Internet als aankoopkanaal

In het Randstad Koopstromenonderzoek 2016 is gemeten dat inmiddels 11,9% van alle consumentenbestedingen aan producten op internet wordt gedaan. Vooral in de niet-dagelijkse sector vormen webwinkels, met een marktaandeel van 21,6%, een substantieel deel van de sector. Consumenten kiezen vooral voor webwinkels vanwege het gemak (24/7 open, thuisbezorging, etc.). In de dagelijkse sector hebben webwinkels, met een marktaandeel van 1,6%, vooralsnog een beperktere rol. Wel verdubbelde het marktaandeel van internet in de dagelijkse sector tussen 2011 en 2016, en lijken er inmiddels een aantal succesvolle online boodschappenwinkels en maaltijdpakket-services te bestaan.

Internet als verkoopkanaal

De sterke groei van bestedingen via internet wordt niet alleen gevoed door de consument. Webwinkels hebben zich doorontwikkeld en vormen steeds vaker een integraal onderdeel van de bedrijfsvoering van fysieke winkel-bedrijven. Door technologische innovaties aan voor- en achterkant, zoals responsive web-design, e-fulfilmentcentra, gebruik van big en small data en makkelijkere en vertrouwde (online) betaal-methoden, faciliteren (en stuwen) bedrijven de groei van internet als verkoop- en aankoopkanaal.

Internet: grootste winkelcentrum van NL

Inmiddels zijn er ruim 29.000 pure niet-dagelijkse webwinkels in Nederland, alle webshops van fysieke winkelbedrijven als HEMA en Blokker, en buitenlandse webwinkels nog daargelaten. Dit is evenveel als het aantal niet-dagelijkse winkels in Zuid-Holland, Noord-Holland én Utrecht samen. Internet is daarmee veruit het grootste winkelcentrum van Neder-land, en bovendien 24/7 direct beschikbaar op elke denkbare locatie.

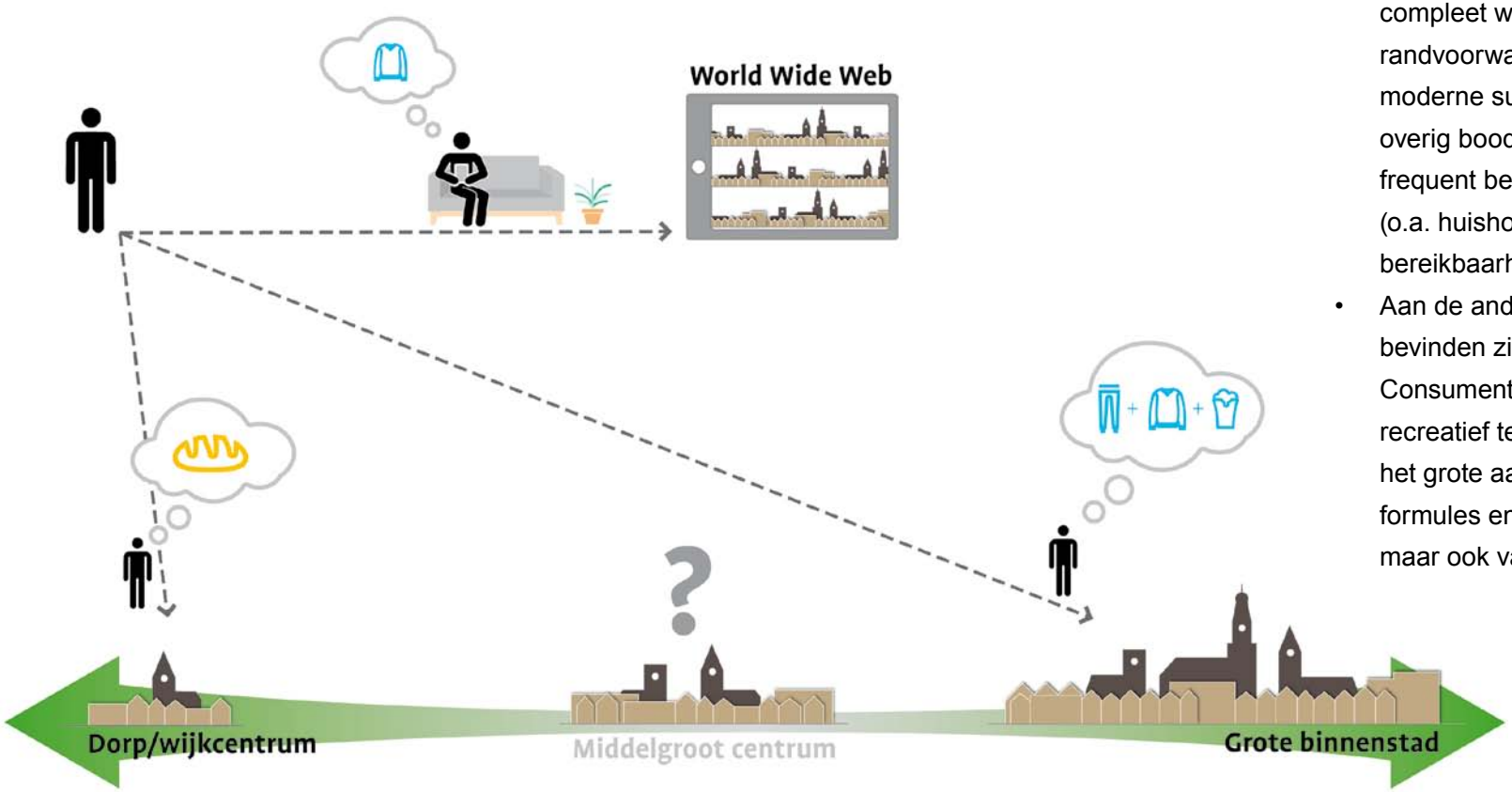
Veranderend ruimtelijk gedrag

De bestedingen die consumenten bij webshops doen, doen zij niet meer bij fysieke winkels. Er is sprake van verschuiving en verdringing. Deze verdringing verdeelt zich niet evenredig over alle winkels en winkelgebieden. Winkels en winkelgebieden die zich niet (goed) van (het winkelcentrum) internet kunnen onderscheiden, ondervinden meer verdringing dan winkels en winkelgebieden die dat wel kunnen.

Succesvolle winkels

Er is niet één soort winkel aan te wijzen die het gaat winnen van internet. Winkels kunnen zich op velerlei manieren onderscheiden van en meerwaarde bieden op webwinkels. Veel gehoorde termen daarbij zijn onder andere service, ervaring en beleving. Allemaal containerbegrippen, maar wel relevante begrippen. Een winkel kan aantrekkelijk zijn voor consumenten, doordat bijvoorbeeld door de uitstraling en merken een bepaalde leefstijl aangesproken wordt, of doordat met persoonlijk face-to-facecontact een band met de klant opgebouwd wordt. Ook webwinkels bieden deze beleving steeds beter aan, maar het blijft dan vaak nog onpersoonlijker dan bij een fysieke winkel. Welke benadering wordt geprefereerd ligt uiteindelijk aan consument-typen en -leefstijlen.

Wat niet vergeten moet worden is dat, naast de hele stroming van beleving en ervaring, voor veel consumenten nabijheid en bezoekgemak nog steeds één van de meest belangrijke redenen is om voor een bepaalde winkel te kiezen. Kan je op korte afstand en zonder al te veel moeite vinden wat je zoekt bij een fysieke winkel, dan kiest een consument nog vaak voor de fysieke winkel in plaats van voor een webwinkel. Per productcategorie en consument wisselt het waar de grens ligt. Vooral dagelijkse boodschappen zijn meestal ruimschoots in de nabijheid van de woning aanwezig en snel en tegen lage kosten verkrijgbaar. Ook producten die smaak- of keuzegevoelig zijn, kopen veel consumenten graag in fysieke winkels. Voor steeds meer producten en consumenten bieden webwinkels echter een concurrerend alternatief (ruim aanbod, veel informatie, vergelijkbare prijzen en snelle levering thuis of op het werk).



Ruimtelijke polarisatie van winkelgebieden

Wat op het schaalniveau van individuele winkels geldt, geldt min of meer ook voor hele winkelgebieden. Het KSO 2016 heeft heel inzichtelijk gemaakt wat kansrijke en zwakke centra zijn:

- Aan de ene kant van het ruimtelijke spectrum bevinden zich lokale centra, dicht bij huis. Consumenten kiezen voor deze centra voor het doen van hun dagelijkse boodschappen, mits sprake is van een compleet winkelaanbod en goede randvoorwaarden. Dit houdt ten minste een moderne supermarkt in, aangevuld met overig boodschappenaanbod en enkele frequent bezochte niet-dagelijkse winkels (o.a. huishoudelijke artikelen), en goede bereikbaarheid en parkeermogelijkheden.
- Aan de andere kant van het spectrum bevinden zich de grootste centra. Consumenten kiezen voor deze centra om recreatief te winkelen, niet alleen vanwege het grote aanbod (aansprekende landelijke formules en verrassende speciaalzaken), maar ook vanwege de sfeer en beleving.

Uiteraard hebben beide type centra ook te maken met toenemende concurrentie als gevolg van internet, maar de gevolgen daarvan zijn in deze centra relatief ‘beperkt’. Zij beschikken over voldoende mogelijkheden om zich qua aanbod te onderscheiden.

- De centra die tussen wal en schip vallen zijn de middelgrote centra. Enerzijds zijn deze centra qua omvang te groot om met alleen een lokale boodschappenfunctie het centrum ingevuld te houden. Anderzijds is het aanbod weer te klein en te weinig onderscheidend (van grotere centra en van webwinkels) om voldoende consumenten te binden. Het wegvallende lokale en regionale bestedingsdraagvlak maakt deze centra ook minder aantrekkelijk voor de vestiging van nieuwe winkels. Dit type centrum zal zich moeten herpositioneren.

Veranderende functie van centra

Mede door het gewijzigde bezoekersgedrag wijzigt de reden waarom consumenten naar bepaalde centra toe gaan. In hoofdlijnen zijn er vier bezoekmotieven (zie hiernaast): boodschappen doen, vergelijkend winkelen, recreatief winkelen en doelgericht aankopen. Afhankelijk van de aard en omvang van een centrum is één bezoekmotief dominant of is een

Bezoekmotieven consumenten

Recreatief winkelen
Ontspanning, vermaak en beleving in een sfeervolle ambiance: ‘een dagje stad, ik zie wel of ik iets koop’.

Boodschappen doen
Frequent gekochte artikelen, deels vers, gemak en nabijheid belangrijk: ‘handig, dichtbij, alles bij elkaar’.

Vergelijkend winkelen
Oriëntatie, aankoop van een smaak- of keuzegevoelig artikel: ‘op zoek naar een nieuwe bank, jas, flatscreen, etc.’

Doelgericht aankopen
Artikel al in het hoofd, snelheid, efficiëntie en verkrijgbaarheid bepalend: ‘snel ... halen’ (runshoppen).

combinatie van bezoekmotieven aanwezig. Veel (middelgrote) centra in Nederland moeten er in de toekomst rekening mee houden dat het recreatief winkelen, maar ook het vergelijkend winkelen, zal gaan afnemen. Vergelijkend winkelen gaat steeds meer via internet en het recreatieve winkelen gebeurt vooral nog in de grotere binnensteden.

Veranderende vastgoedbehoefte

Alle voorgaande veranderingen uiten zich ook in een veranderende (ruimtelijke) behoefte aan vastgoed. De vraag naar winkelvastgoed op de drukke A1-locaties in de grootste centra blijft onverminderd groot. Ook in lokale centra blijft zich een vastgoedvraag voordoen, met name om de blijvende schaalvergrotingswens van supermarkten te kunnen faciliteren.

Gelijktijdig ontstaat er ook een nieuwe vastgoedvraag, zowel aan de 'voor- als achterkant' van winkelbedrijven. Aan de voorkant bestaan initiatieven voor afhaalpunten (solitair of bij bestaande winkels), aan de achterkant is een toenemende vraag naar (zeer) grootschalige e-fulfilmentcentra (lees: distributiecentra, die gespecialiseerd zijn in grote hoeveelheden kleine bestellingen, in tegenstelling tot de 'traditionele' distributie-centra, die gebouwd zijn voor kleinere hoeveelheden grote orders).

Dynamiek in de winkelmarkt

De veranderingen in de winkelmarkt, en dan met name de opkomst van internet en de aandacht voor sfeer en beleving, leidt tot een grote verscheidenheid aan nieuwe winkel-concepten die al dan niet uit het buitenland naar Nederland komen overwaaien, zoals Søstrene Grene, Hudson's Bay en TEDi). Gelijktijdig sluiten bestaande (traditionele) winkelconcepten soms niet meer aan bij de huidige markt en verdwijnen uit het straatbeeld, zoals bijvoor-beeld V&D. Deze dynamiek in de winkelmarkt is niet nieuw, maar constant aanwezig en kenmerkend voor een open markt.

Tot nog toe heeft deze dynamiek zich, dankzij het ruimtelijke detailhandelsbeleid van de overheid, nagenoeg geheel binnen dorps- en stadscentra afgespeeld. In centra blijkt het goed mogelijk een enorm breed scala aan vastgoed-wensen te faciliteren: van kleinschalige panden voor bijvoorbeeld starters en snuffelwinkels, tot (zeer) grootschalige panden voor bijvoorbeeld grote internationale warenhuizen, en van goedkope C-locaties tot dure A1-locaties. Juist de dynamiek in Nederlandse centra en hun mogelijkheid zich aan te passen aan verande-rende marktomstandigheden maakt dat centra levendige en duurzame stedelijke gebieden (kunnen) zijn.

De sterke dynamiek (verdringing) in de winkel-markt leidt tot het beschikbaar komen van ruimte en gemiddeld lagere huurprijzen in centrumgebieden. Hoewel sommige winkel-formules primair inzetten op goedkopere perifere locaties, biedt de gewijzigde winkelmarkt nog meer dan voorheen kansen (en meerwaarde) om nieuwe, zelfs groot-schalige concepten (o.a. Hudson's Bay, Primark, Decathlon, Markthal, Hutspot) een plek te laten vinden in centrumgebieden. Met een toenemend belang van beleven in de detailhandel (passen, proeven, proberen) sluit dit zowel aan op de behoefte van retail-organisaties als van consumenten. We zien dan ook een blijvend grote belangstelling bij retail-organistaties voor drukbezochte topwinkel-locaties. Minder centraal gelegen locaties blijken (keer op keer) kwetsbaar.

1.2 Demografische ontwikkeling

Naast de trends in de winkelmarkt wordt de detailhandel in Zuid-Holland ook beïnvloed door demografische veranderingen. In heel Zuid-Holland zal de bevolking tussen 2016 en 2022 naar verwachting met circa 150.000 inwoners groeien tot bijna 3,8 miljoen inwoners*. Dit is een toename van 4,2%. Deze bevolkingsgroei is niet gelijkelijk over de provincie verdeeld. Grote delen van de provincie laten tot 2022 een groei tot maximaal 5% zien. Gemeenten met een grotere groei zijn met name geconcentreerd in de subregio's Haaglanden en de Duin- en Bollenstreek. Drie van de Zuid-Hollandse gemeenten laten tot 2022 al een daling van het aantal inwoners zien.

Op de langere termijn (2030) laat de bevolkingsontwikkeling een verdere scheiding tussen 'stad en land' zien. De totale bevolking groeit naar 3,9 miljoen inwoners. Groei concentreert zich ook dan vooral in de gebieden waar nu ook al de grootste groei zit. Er komen echter ook meer gemeenten die met een afname van de bevolking te maken krijgen. Deze gemeenten liggen voor het grootste deel in Zuid-Holland Zuid.

* Provincie Zuid-Holland, Bevolkingsprognose 2016

Ontwikkeling van het aantal inwoners per gemeente tussen 2016 en 2022 (BP2016)

2 Reguliere detailhandelsstructuur

2.1 Totaal winkelaanbod

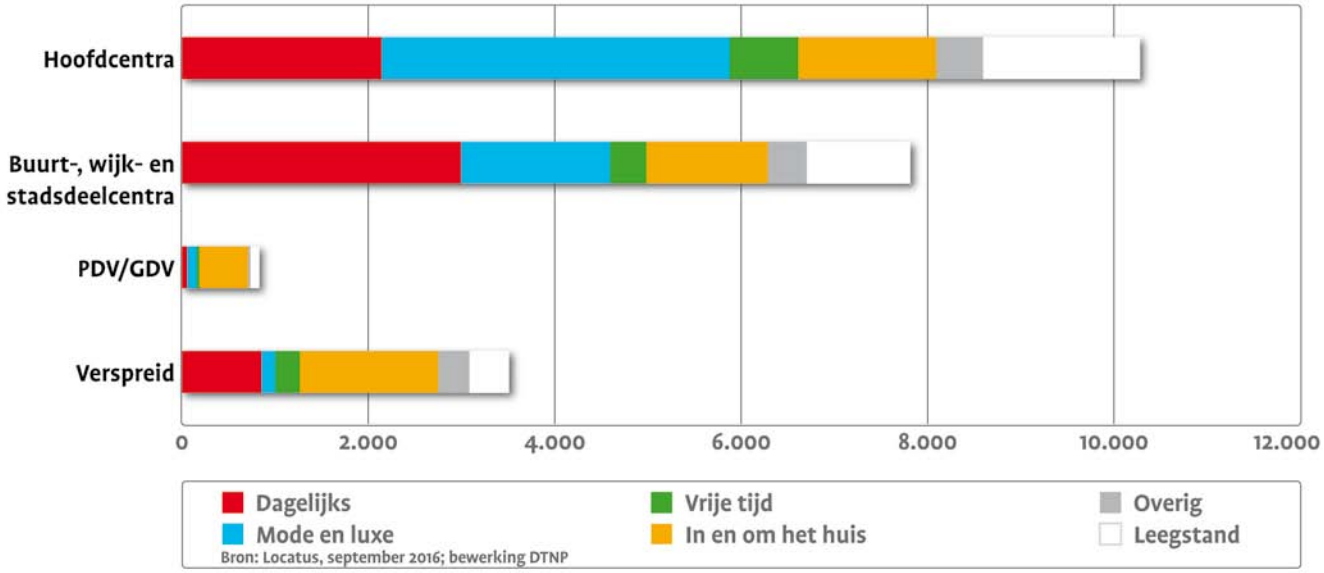
Aanbod provincie Zuid-Holland

De provincie Zuid-Holland telt circa 19 duizend winkels (exclusief leegstand), met circa 5 miljoen m² winkelvloeroppervlak (wvo). Het dagelijkse winkelaanbod (levensmiddelen, persoonlijke verzorging) beslaat bijna eenderde van het aantal winkels en een kwart van het oppervlak. Vergelijkbaar in zowel aantal als oppervlak is de branchegroep Mode en luxe (o.a. kleding, schoenen, huishoudelijke artikelen). De relatief grootschalige branche-groep In en om het huis (o.a. woonwinkels, bouwmarkten, tuincentra, elektronica) beslaat in aantal winkels circa 25%, maar in oppervlak circa 44% van het totaal.

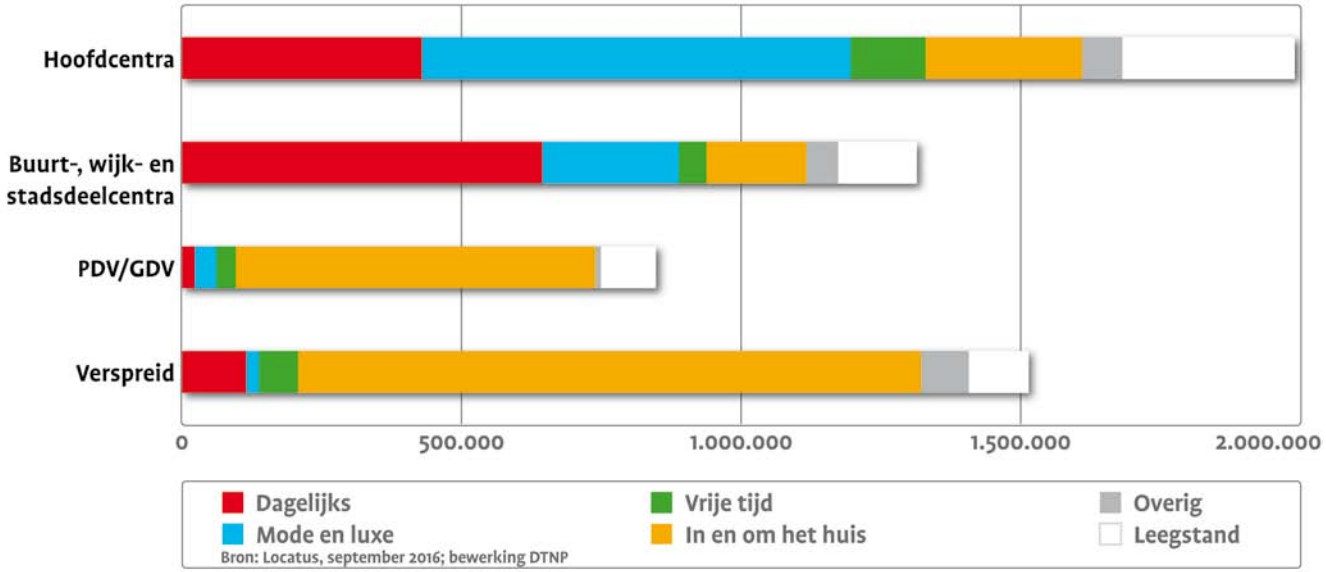
Spreiding naar type locatie

Bijna de helft van de Zuid-Hollandse winkels is gevestigd in een hoofdcentrum, en nog eens ruim eenderde van de winkels in een ondersteunend buurt-, wijk- of stadsdeelcentrum. De overige 20% van de winkels is buiten reguliere winkel-centra gevestigd: op een PDV/GDV-locatie of een verspreidgelegen solitaire locatie. In winkelvloer-oppervlak vormen deze laatste 20% van de winkels echter een veel groter aandeel, namelijk 43% van het winkelvloeroppervlak. Dit heeft alles te maken met de volumineuze sector In en om het huis. Het aanbod in die grootschalige sector

Omvang van het winkelaanbod in aantal verkooppunten naar type locatie in Zuid-Holland



Omvang van het winkelaanbod in m² wvo naar type locatie in Zuid-Holland



is voor 80% buiten reguliere centra gevestigd. Het gaat dan vaak om grootschalige winkels als bouwmarkten, woonwinkels en tuincentra.

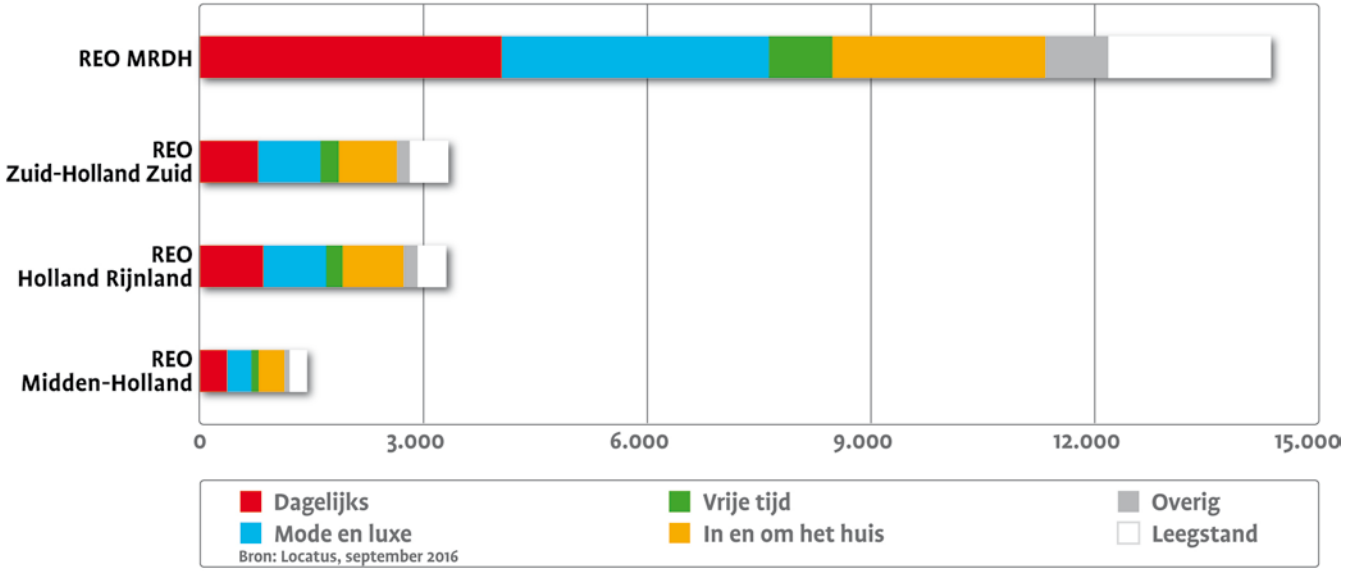
Spreiding naar regio

Van de vier regio's in de provincie Zuid-Holland beschikt de MRDH met ruim 12.000 winkels en ruim 3 miljoen m² wvo over veruit het meeste winkelaanbod (ongeveer 60% van het Zuid-Hollandse aanbod).

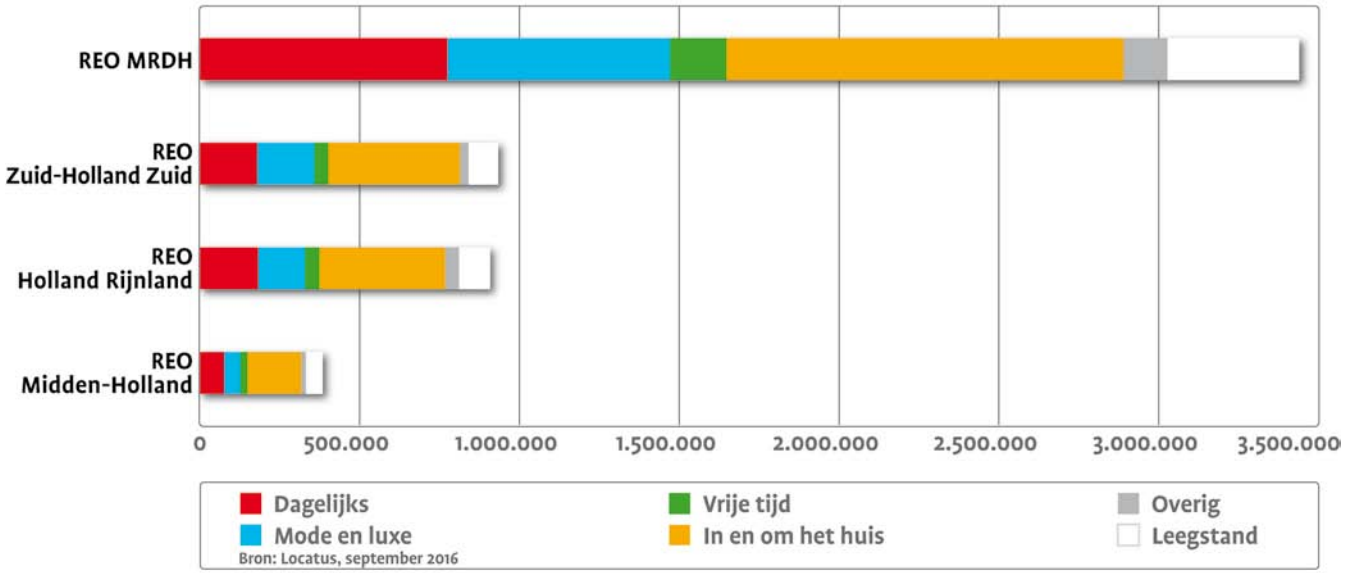
Zuid-Holland Zuid en Holland Rijnland hebben een heel vergelijkbaar winkelaanbod en beschikken beide over bijna 3.000 winkels en ruim 800.000 m² wvo. Midden-Holland beschikt met ongeveer 1.200 winkels en 330.000 m² wvo over het kleinste winkelaanbod.

De spreiding en concentratie van winkelaanbod over de regio's komt overigens overeen met de spreiding van inwoners over Zuid-Holland. Het gevolg daarvan is dat het aanbod per (1.000) inwoner(s) in alle regio's ongeveer op hetzelfde niveau ligt: 1,4 m² wvo per inwoner en 5,3 winkels per 1.000 inwoners. Wel zijn er verschillen in branchering tussen de vier regio's. Met name de MRDH wijkt af. Daar beschikken inwoners over een relatief groter dagelijks en mode- en luxe-aanbod, maar is het aanbod in de branche In en om het huis relatief klein ten opzichte van de andere regio's.

Omvang van het winkelaanbod in aantal verkooppunten per regio in Zuid-Holland



Omvang van het winkelaanbod in m² wvo per regio in Zuid-Holland



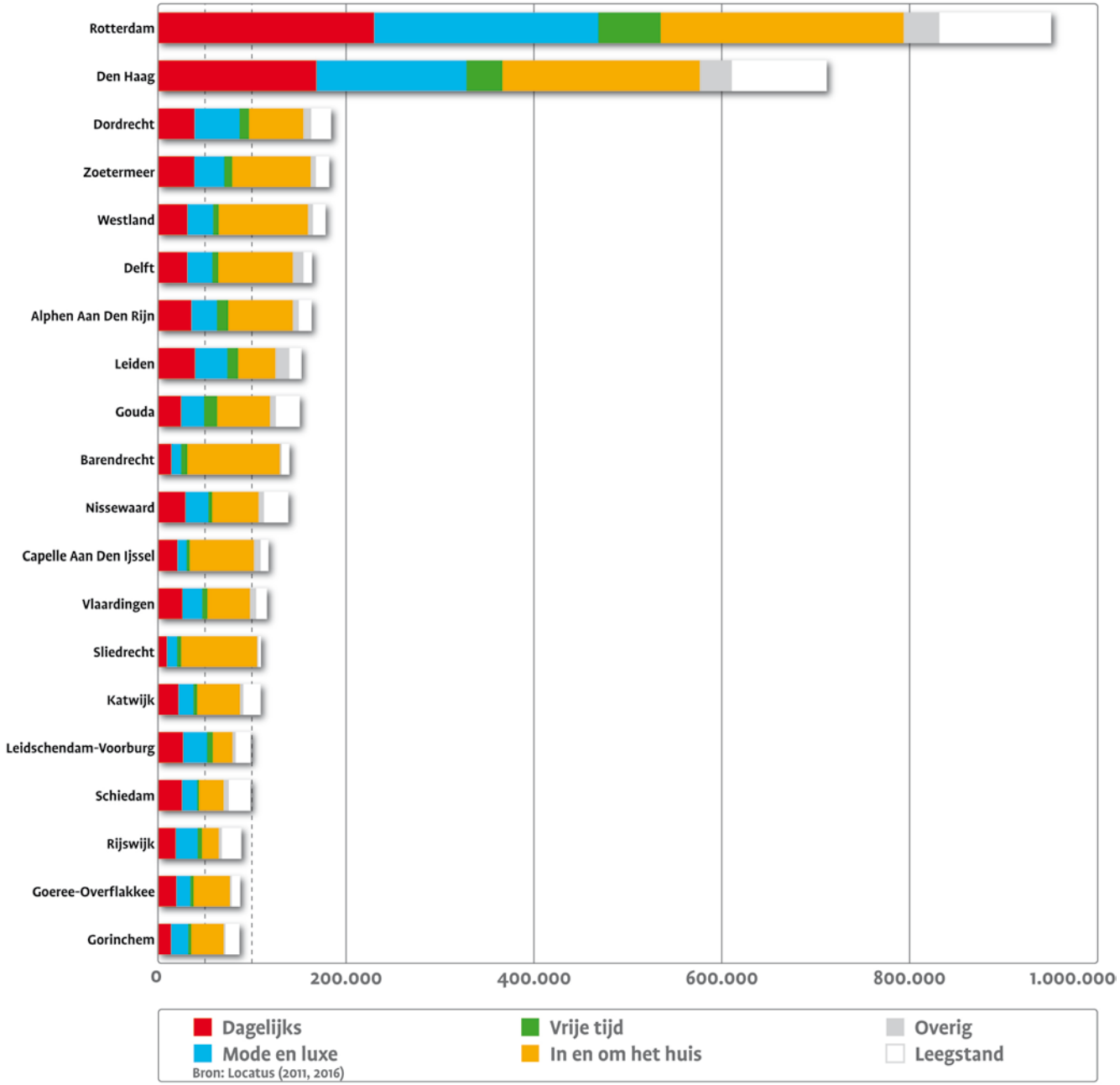
2.2 Winkelaanbod per gemeente

De gemeenten Rotterdam en Den Haag hebben (logischerwijs) veruit het meeste winkelaanbod. Met ruim 800.000 en 600.000 m² wvo hebben deze gemeenten circa 30% van het wvo (en 32% van de inwoners) in Zuid-Holland. Het aandeel Zuid-Hollandse winkels (verkoop-punten) dat in Rotterdam en Den Haag is gevestigd is nog groter (circa 36%). Den Haag en Rotterdam zijn daarmee samen dé winkel-steden van provincie Zuid-Holland met een verzorgingsfunctie die de eigen gemeente (ver) overstijgt.

Andere Zuid-Hollandse gemeenten volgen wat betreft omvang van het winkelaanbod op (grote) afstand. De samenstelling van het aanbod (en het wvo per inwoner) verschilt onderling sterk. Dit is voor een belangrijk deel het gevolg van het type gemeente: één stad of juist meerdere kleinere kernen.

Het dagelijks winkelaanbod volgt vrijwel altijd het aantal inwoners. Een groter aantal inwoners leidt ook tot een groter dagelijks winkelaanbod. Dit is vooral een logisch gevolg van het verzorgingsbereik van de dagelijkse sector: consumenten doen hun dagelijkse

Winkelaanbod (in m² wvo) per gemeente, inclusief bestaande uitbreidingsplannen (1/3)

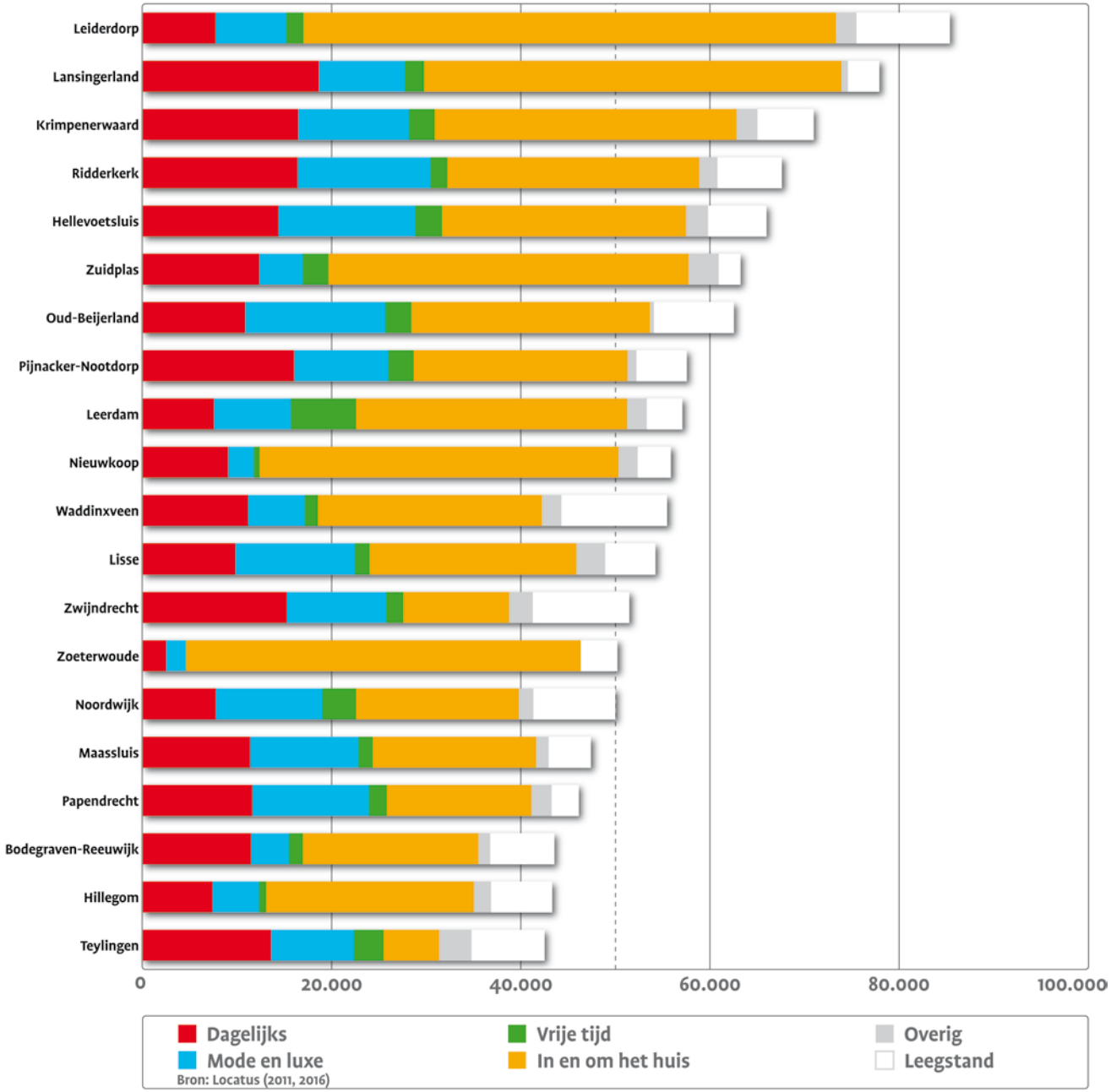


boodschappen vooral dicht bij huis (zie ook hoofdstuk 1).

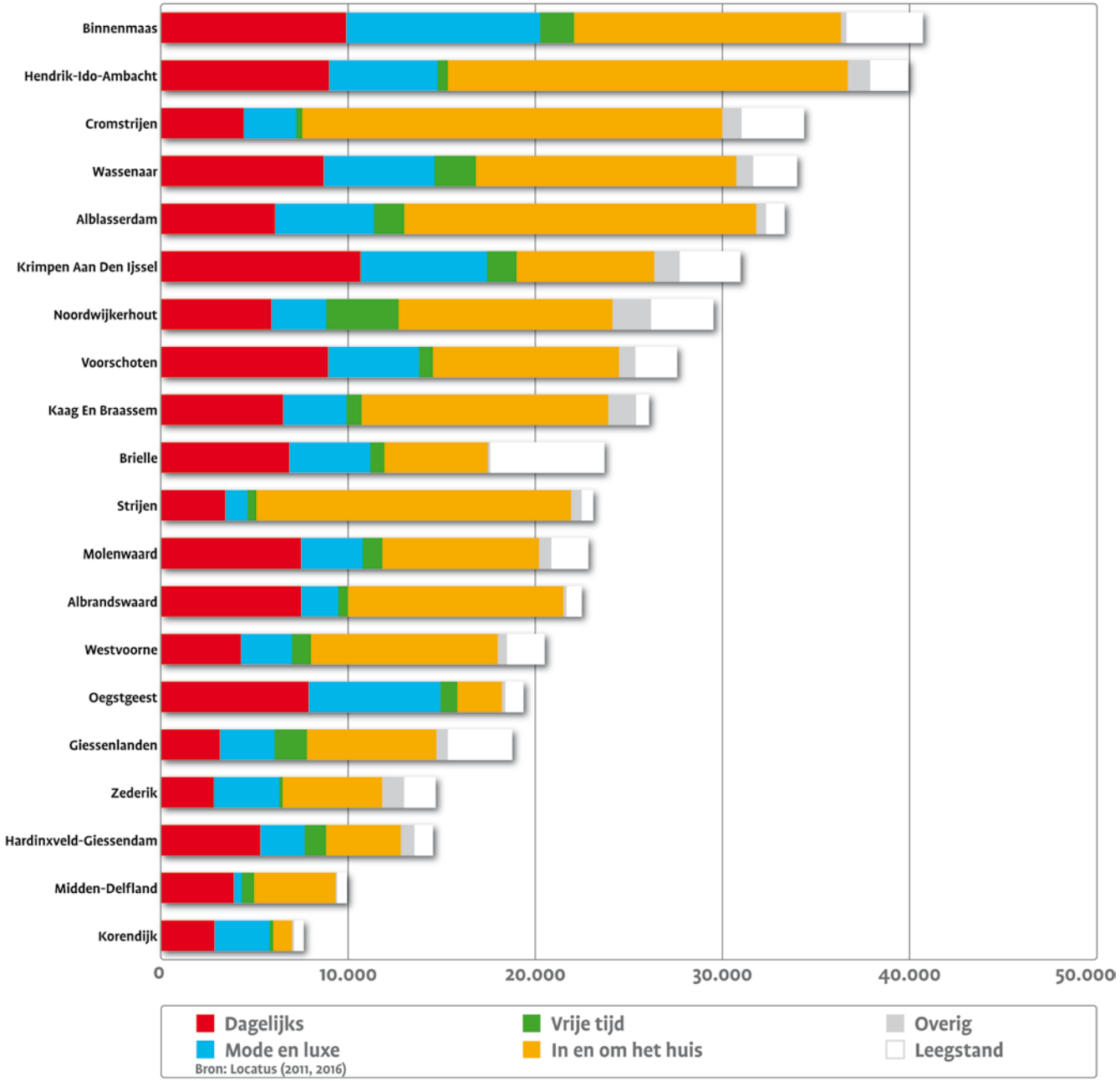
Grotere verschillen in omvang van het winkelaanbod zijn er bij de niet-dagelijkse sector. De omvang van dit aanbod is afhankelijk van veel verschillende variabelen, waaronder aantal inwoners, type gemeente en de ligging ten opzichte van andere gemeenten (en centra). Ook zijn er soms gemeenten waar het niet-dagelijkse winkelaanbod vanuit historisch oogpunt groot is (bijvoorbeeld Leerdam of Gorinchem) of waar het winkelaanbod niet met dezelfde snelheid is gegroeid als het aantal inwoners (relatief weinig bijgebouwd, zoals in bijvoorbeeld de groeigemeenten Lansingerland en Zoetermeer).

In de branchegroep In en om het huis zijn de verschillen tussen gemeenten het grootst. Dit is vooral het gevolg van de aan- of afwezigheid van grote(re) woonboulevards. Voorbeelden daarvan zijn de gemeenten Barendrecht en Sliedrecht. Zij beschikken over woonboulevards met een zeer groot winkelaanbod, en hebben een verzorgingsfunctie die ver boven de eigen gemeente uit stijgt.

Winkelaanbod (in m² wvo) per gemeente, inclusief bestaande uitbreidingsplannen (2/3)



Winkelaanbod (in m² wvo) per gemeente, inclusief bestaande uitbreidingsplannen (3/3)



2.3 Winkelgebieden

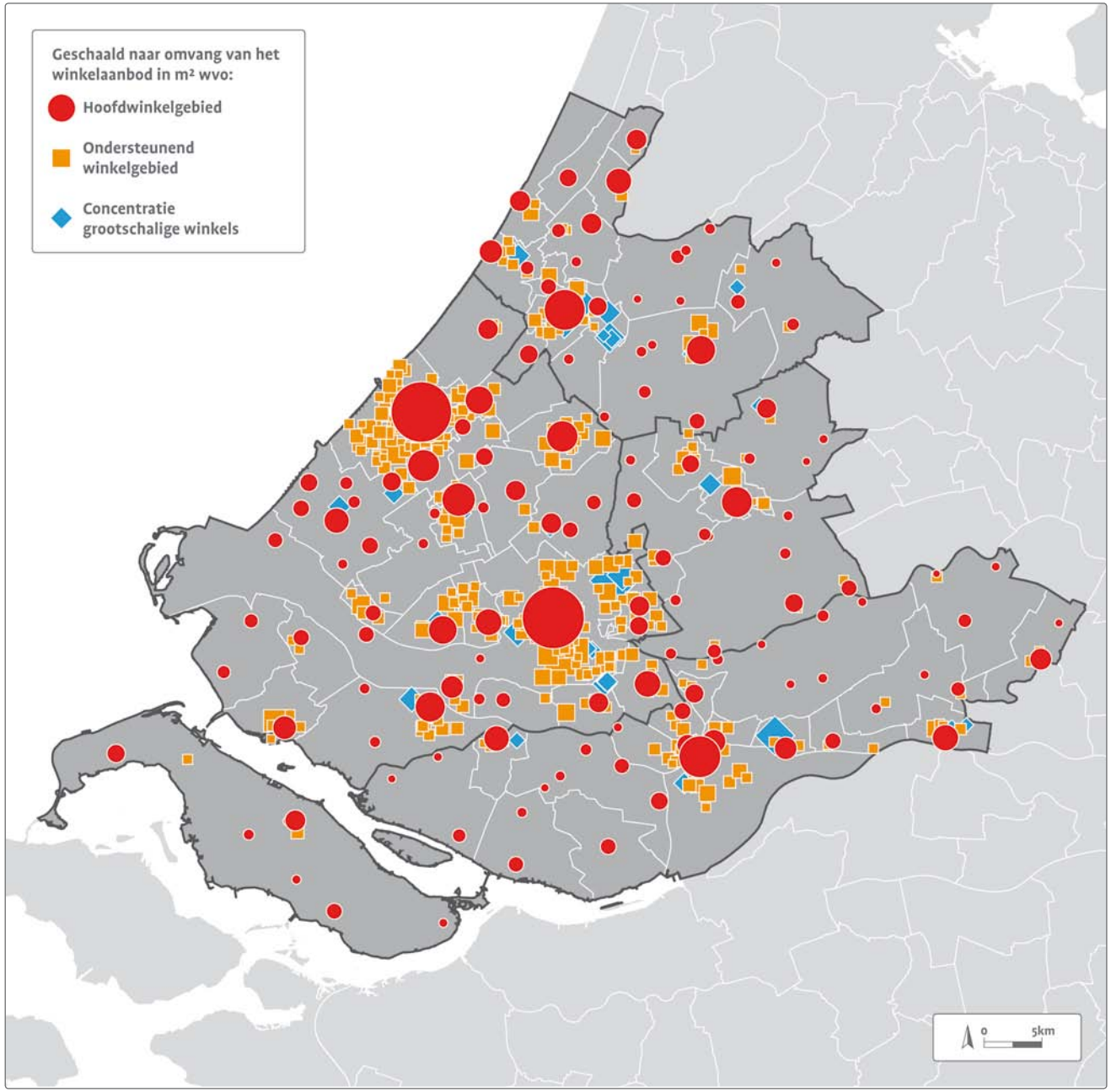
Circa 84% van het aantal winkels en circa 72% van het wvo is gelegen in winkelgebieden (vijf verkooppunten of meer). In bijgaande kaart zijn alle winkelgebieden weergegeven. Deze zijn geschaald naar omvang (m² wvo) van het winkelgebied.

De winkelstructuur volgt in grote lijnen de spreiding van de inwoners. In de steden als Rotterdam, Den Haag, Leiden, Dordrecht en Zoetermeer zien we naast hoofdwinkelgebieden ook ondersteunende winkelgebieden: de stads-deel-, wijk- en buurtcentra. Daarnaast is er een aantal (perifere detailhandels)concentraties, met vooral grootschalige winkels.

Detailhandelsstructuur reguliere centra
Centraal in het provinciale beleid (2012) staat de hoofdstructuur van reguliere centra, die weer onderverdeeld is in ‘te ontwikkelen’ en ‘te optimaliseren’ centra. Op bijgaande kaart is deze structuur weergegeven. De 11 grootste centra in Zuid-Holland hebben de status ‘te ontwikkelen’, 35 andere centra hebben de status ‘te optimaliseren’.

Het beleid voor ‘te ontwikkelen’ centra is in de Verordening Ruimte van de provincie Zuid-

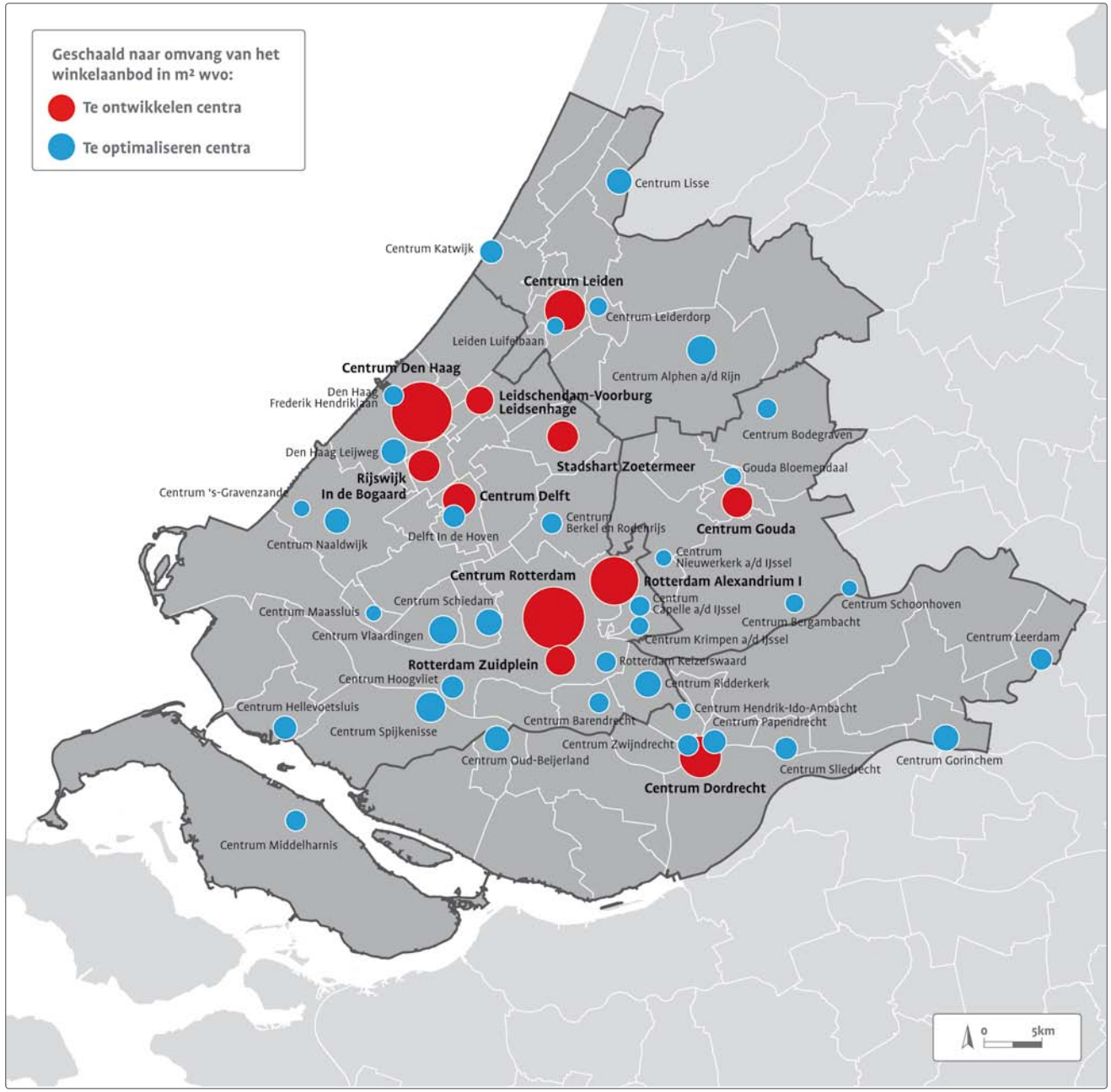
Alle winkelgebieden in de provincie Zuid-Holland (conform indeling Locatus, 2016)



Holland als volgt beschreven: “Op basis van het ja-mits-principe kan voor deze categorie sprake zijn van uitbreiding van het winkelareaal. Primair wordt voor deze categorie centra gestreefd naar een opwaardering van de detailhandelsfunctie in termen van kwaliteit (winkelbestand en openbare ruimte), parkeren en bereikbaarheid en imago/beleving.”

Het beleid voor ‘te optimaliseren’ centra is in de Verordening Ruimte als volgt beschreven: “Ook de ‘te optimaliseren centra’ hebben een boven-lokale functie. Dit betekent dat vooral zal moeten worden gewerkt aan een kwalitatieve versterking van de centra. Bij voorkeur zonder netto toevoeging van winkelmeters. Ruimtelijke ontwikkelingen binnen deze categorie dienen vooral gericht te zijn op de ruimtelijke structuur-versterking van de centra. Te denken valt aan verbetering van de routing en opzet van het winkelgebied, verdwijnen van incourante leegstaande (kleine) units, mogelijk maken van schaalvergroting van bestaande winkels en het verbinden met andere voorzieningen, zoals horeca en leisure. Toevoeging van nieuwe winkelmeters is mogelijk op basis van het nee-tenzij-principe waarbij eventuele nieuwe winkelmeters dienen bij te dragen aan de verbeterde ruimtelijke opzet van de centra.”

Reguliere provinciale detailhandelsstructuur (2012)



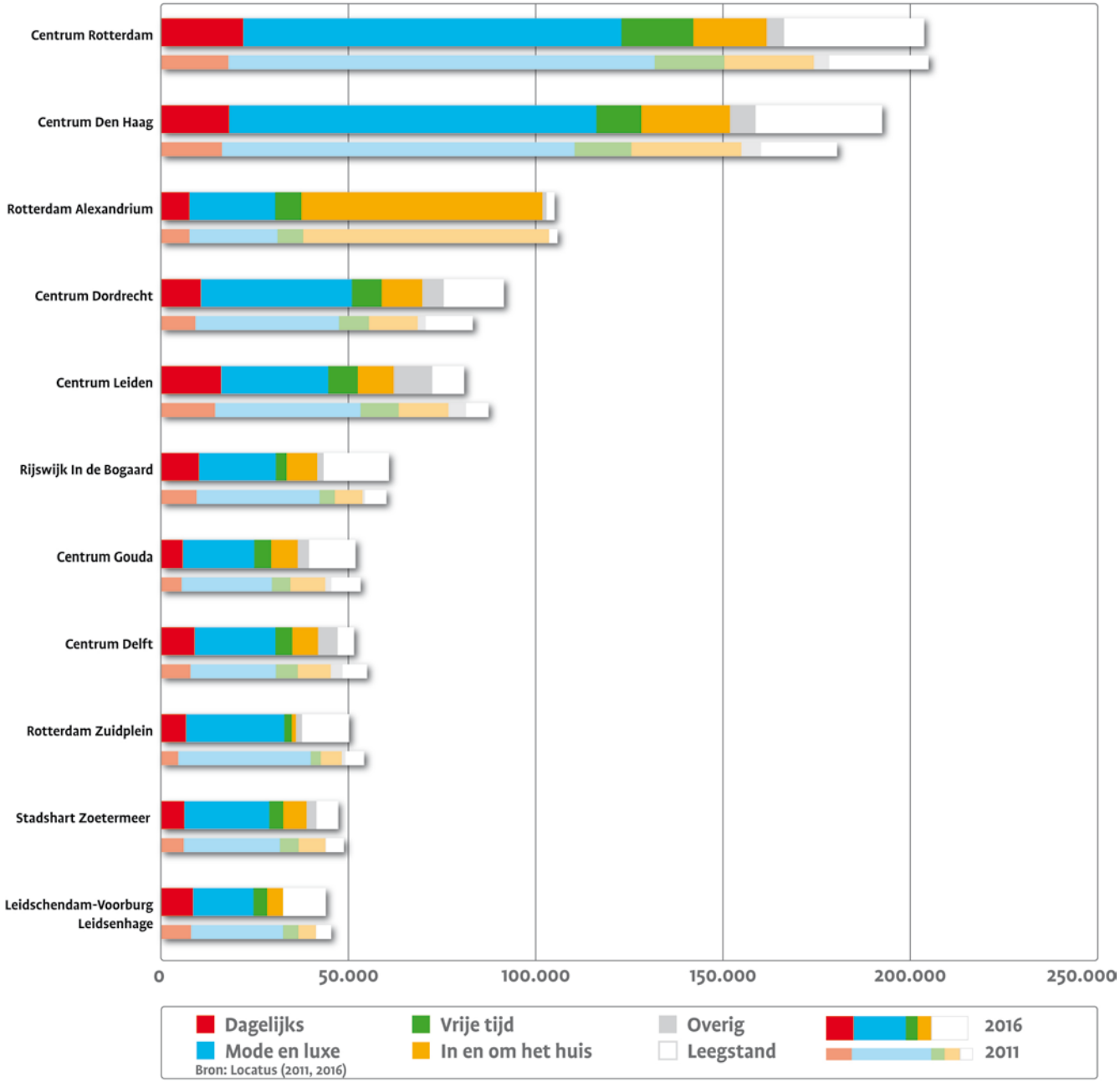
2.4 Ontwikkeling van aanbod

Ontwikkeling aanbod 'te ontwikkelen' centra
De 11 grootste winkelgebieden in de provincie hebben (in 2012) de status 'te ontwikkelen' gekregen. Het zijn de (historische) binnensteden van Rotterdam, Den Haag, Dordrecht, Leiden, Gouda en Delft en de planmatig ontwikkelde stads(deel)centra van de grootste bevolkings-(groei)concentraties.

In vrijwel alle te ontwikkelen winkelgebieden is de leegstand toegenomen en het winkelopper-vlak afgenomen. In Den Haag, Alexandrium* en Dordrecht is het aanbod vrijwel gelijk gebleven, in de binnensteden van Leiden en Gouda en in de planmatige centra van Rijswijk, Rotterdam-Zuid en Leidschendam is sprake van relatief grote terugloop van aanbod.

Opgemerkt moet worden dat tussen en binnen winkelgebieden grote verschillen bestaan. Soms gaan leegstand en afname van winkelaanbod op verouderde en/of minder centrale locaties samen met een (her)ontwikkeling op meer centrale locaties.

Ontwikkeling winkelaanbod in m² wvo van centra met beleidsstatus 'te ontwikkelen'



* Cijfers over Alexandrium zijn alleen beschikbaar voor de samenstelling van Alexandrium I (Shopping Centre), II (Megastores) en III (Woonmall).

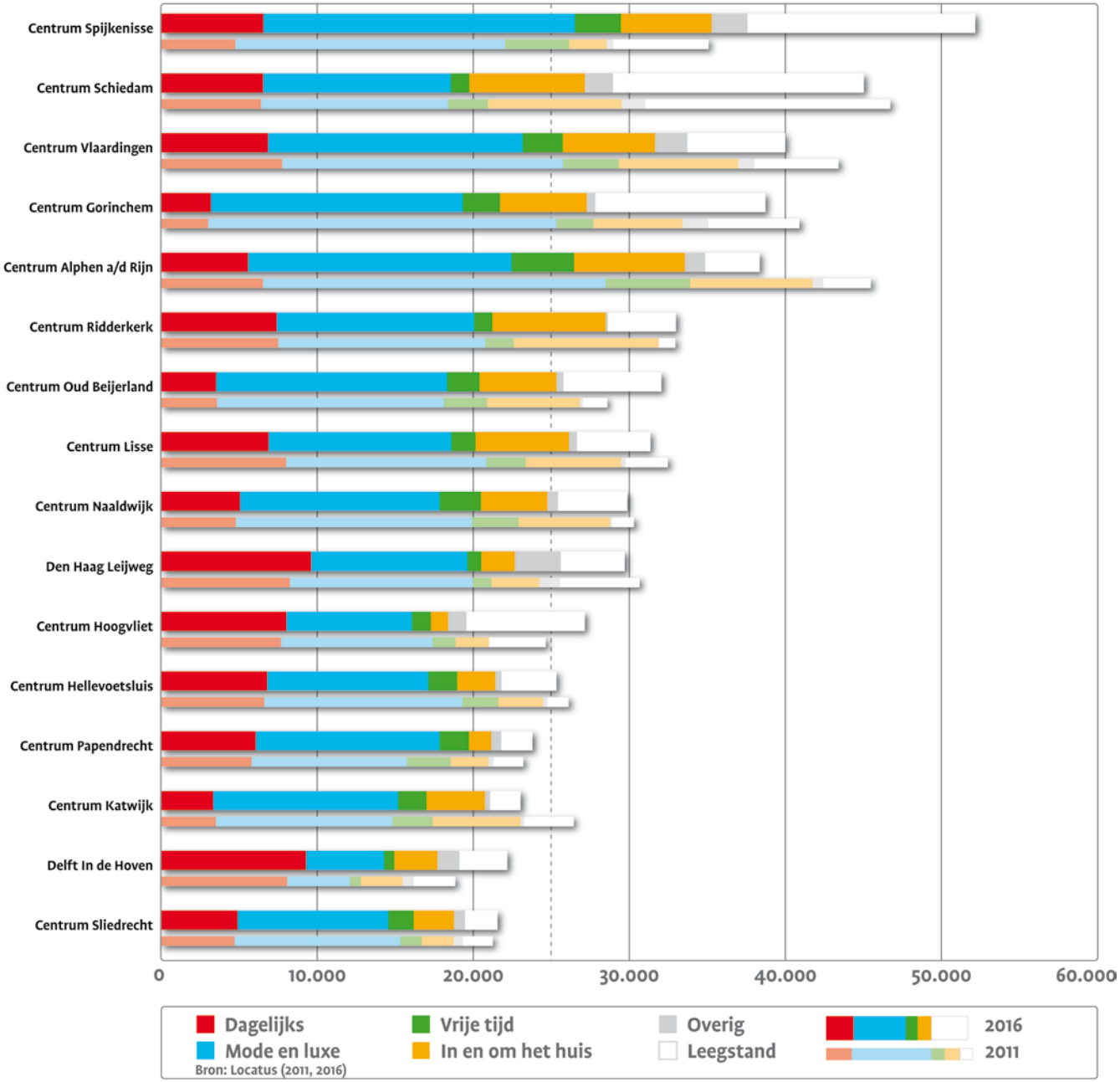
Ontwikkeling aanbod ‘te optimaliseren’ centra

Aanvullend aan de 11 centra met de status ‘te ontwikkelen’ zijn in het provinciale beleid 35 centra aangewezen als ‘te optimaliseren’. Dit betreft centra van middelgrote en kleine steden, maar ook enkele stadsdeel- en grote wijkcentra. De omvang van de centra varieert sterk: van het centrum van Spijkenisse (circa 37.500 m² wvo) tot aan het centrum van Schoonhoven (circa 8.000 m² wvo).

Net als bij de ‘te ontwikkelen’ centra is in veel ‘te optimaliseren’ centra het winkelaanbod kleiner geworden en is de leegstand toegenomen. Krimp van het aanbod heeft vooral plaatsgevonden binnen de niet-dagelijkse sector, en dan met name bij Mode en luxe. Het dagelijkse winkelaanbod is veelal op hetzelfde niveau gebleven of zelfs gegroeid. Opvallend is dat bij de kleinere centra in deze groep gemiddeld genomen minder vaak sprake was van een afname van winkelaanbod.

Het aanbod in de centra van Spijkenisse en Berkel en Rodenrijs is in tegenstelling tot veel andere ‘te optimaliseren’ centra een stuk groter geworden, als gevolg van planmatige uitbreidingen van de centra.

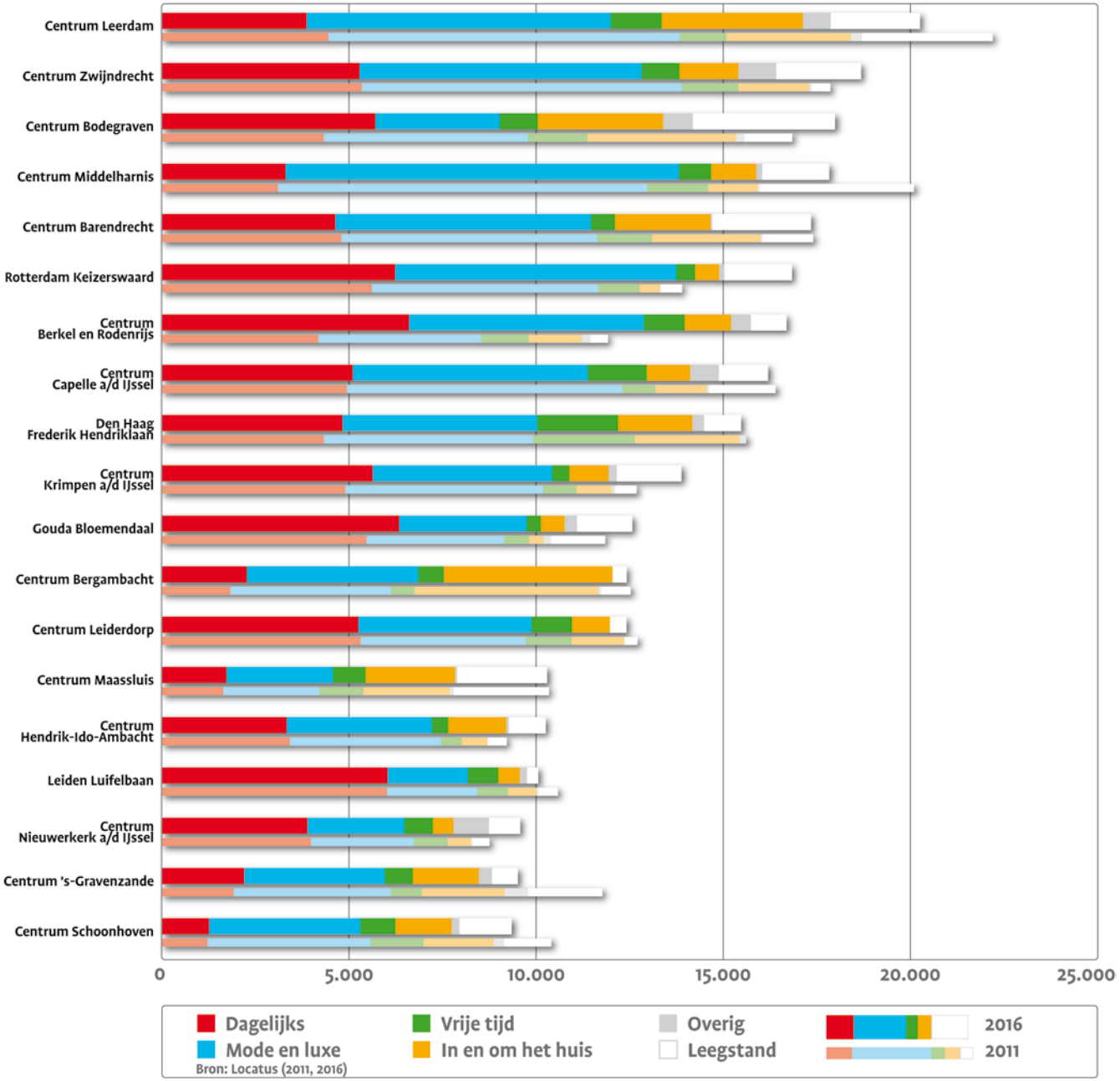
Ontwikkeling winkelaanbod in m² wvo van centra met beleidsstatus ‘te optimaliseren’ (1/2)



Verschillen tussen ‘te ontwikkelen’ en ‘te optimaliseren’ centra

Waar wellicht verwacht werd dat de ‘te ontwikkelen’ centra een meer positieve ontwikkeling van het winkelaanbod en de leegstand zouden hebben laten zien dan de ‘te optimaliseren’ centra, lijkt daar geen sprake van geweest te zijn. Over de hele linie is gemiddeld genomen het niet-dagelijkse aanbod af- en de leegstand toegenomen, ook in bijvoorbeeld de grootste binnenstad van Zuid-Holland (Rotterdam). Mogelijk ligt een belangrijke oorzaak daarvan in het type aanbod in de verschillende centra. Grotere centra hebben ook een groter niet-dagelijks winkel-aanbod en zijn daardoor gevoeliger voor de effecten van internet dan kleinere centra met minder (en ook ander) niet-dagelijks aanbod. Ook het vrijkomen van de grootschalige V&D-panden tikt juist in de grote binnenstreden hard aan.

Ontwikkeling winkelaanbod in m² wvo van centra met beleidsstatus ‘te optimaliseren’ (2/2)



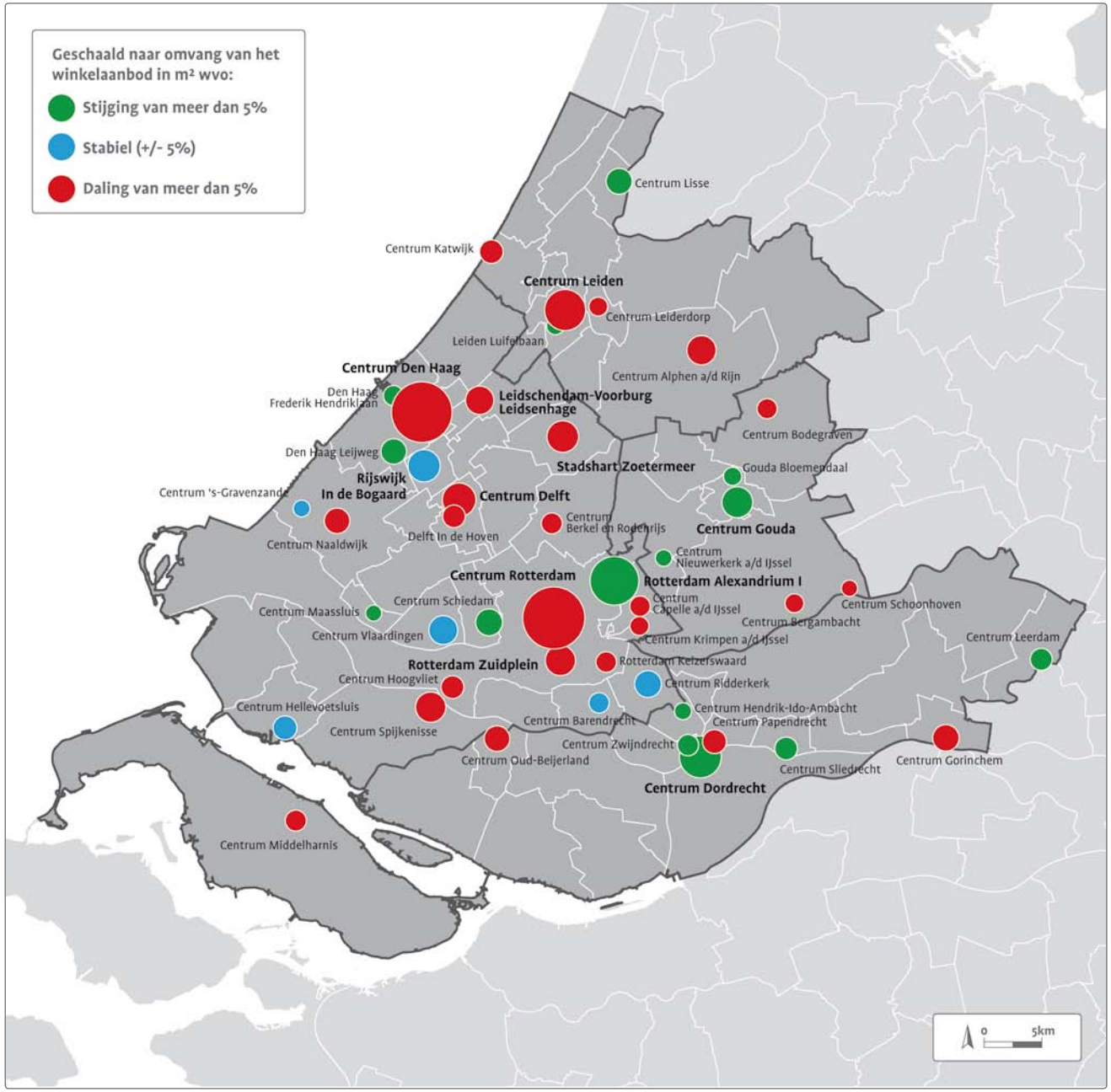
2.5 Economisch functioneren

De bestedingen per m² wvo geven een indicatie van het economisch functioneren van een centrum. Bij hoge bestedingen per m² wvo is het gemiddeld goed boeren, bij lage bestedingen staat het aanbod gemiddeld meer onder druk.

Ontwikkeling dagelijkse sector

Een ruime helft van de centra uit de provinciale detailhandelsstructuur heeft in de dagelijkse sector (levensmiddelen, persoonlijke verzorging) sinds 2011 te maken gekregen met een daling van de gemiddelde bestedingen per m² wvo. Het betreft zowel grote als kleinere centra, verspreid over heel Zuid-Holland. Tegenover deze grote groep staan 13 centra waar de bestedingen per m² wvo in de dagelijkse sector groeiden met meer dan 5% sinds 2011.

Ontwikkeling (2011-2016) van de bestedingen per m² wvo in de dagelijkse sector

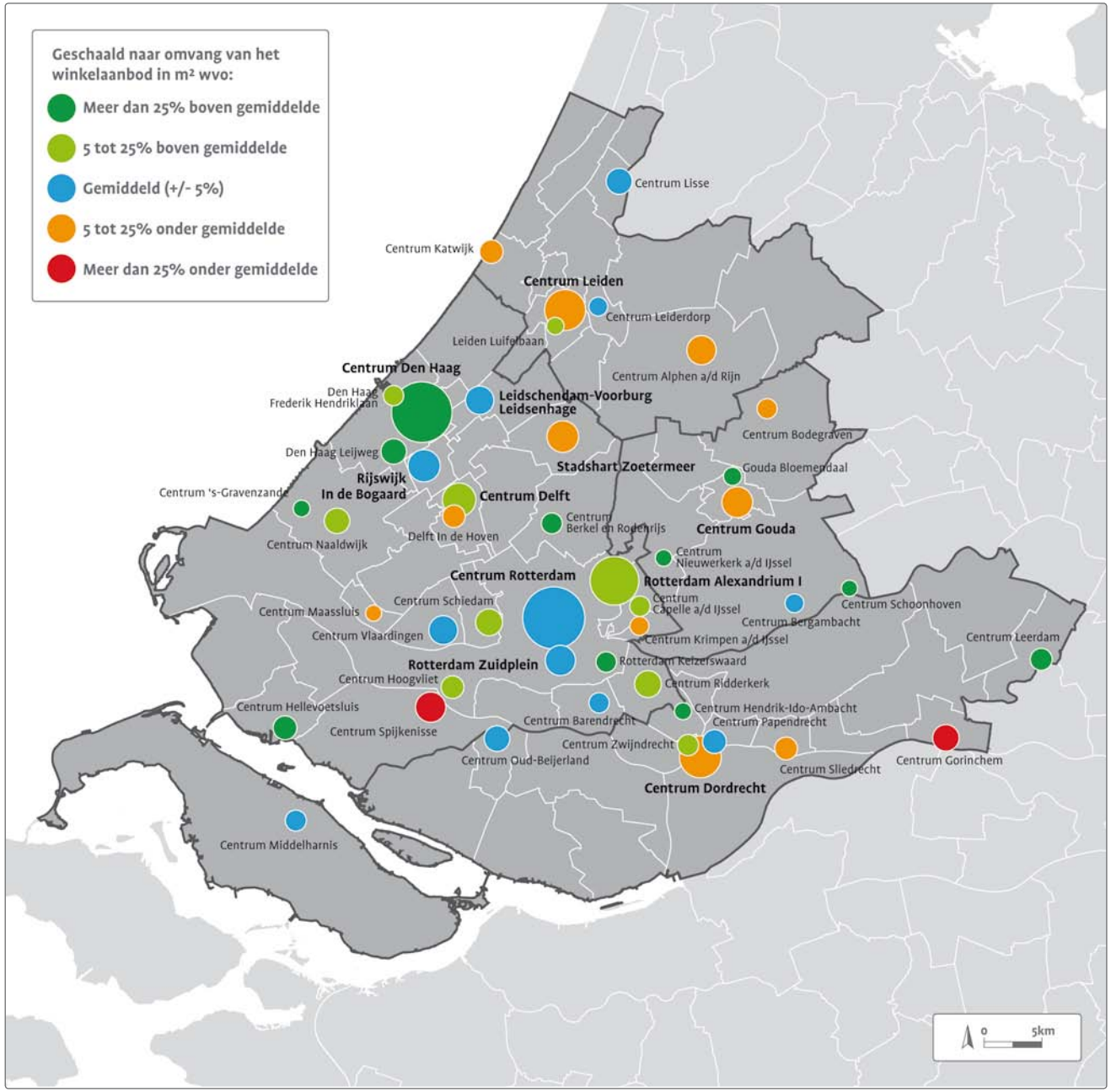


Huidig functioneren dagelijkse sector

Behalve de ontwikkelingen van de bestedingen per m² wvo is vooral ook het huidige niveau van functioneren relevant. Een daling naar een (nog steeds) hoge gemiddelde besteding per m² wvo hoeft tenslotte niet op problemen te duiden.

In de dagelijkse sector functioneren 25 van de 45 centra uit de provinciale detailhandels-structuur op een gemiddeld of hoger niveau dan vergelijkbare winkelcentra*. Dit varieert van enigzins boven het gemiddelde tot sterk bovengemiddeld. Opvallend is dat, op het Delftse winkelcentrum In de Hoven na, alle stadsdeel- en grote wijkcentra voor de dagelijkse bood-schappen goed functioneren. Hoofdcentra laten een gevarieerder beeld zien. De centra van Spijkenisse en Gorinchem springen eruit en laten een sterk ondergemiddeld functioneren zien.

Economisch functioneren dagelijkse sector (t.o.v. het type-gemiddelde, 2016)



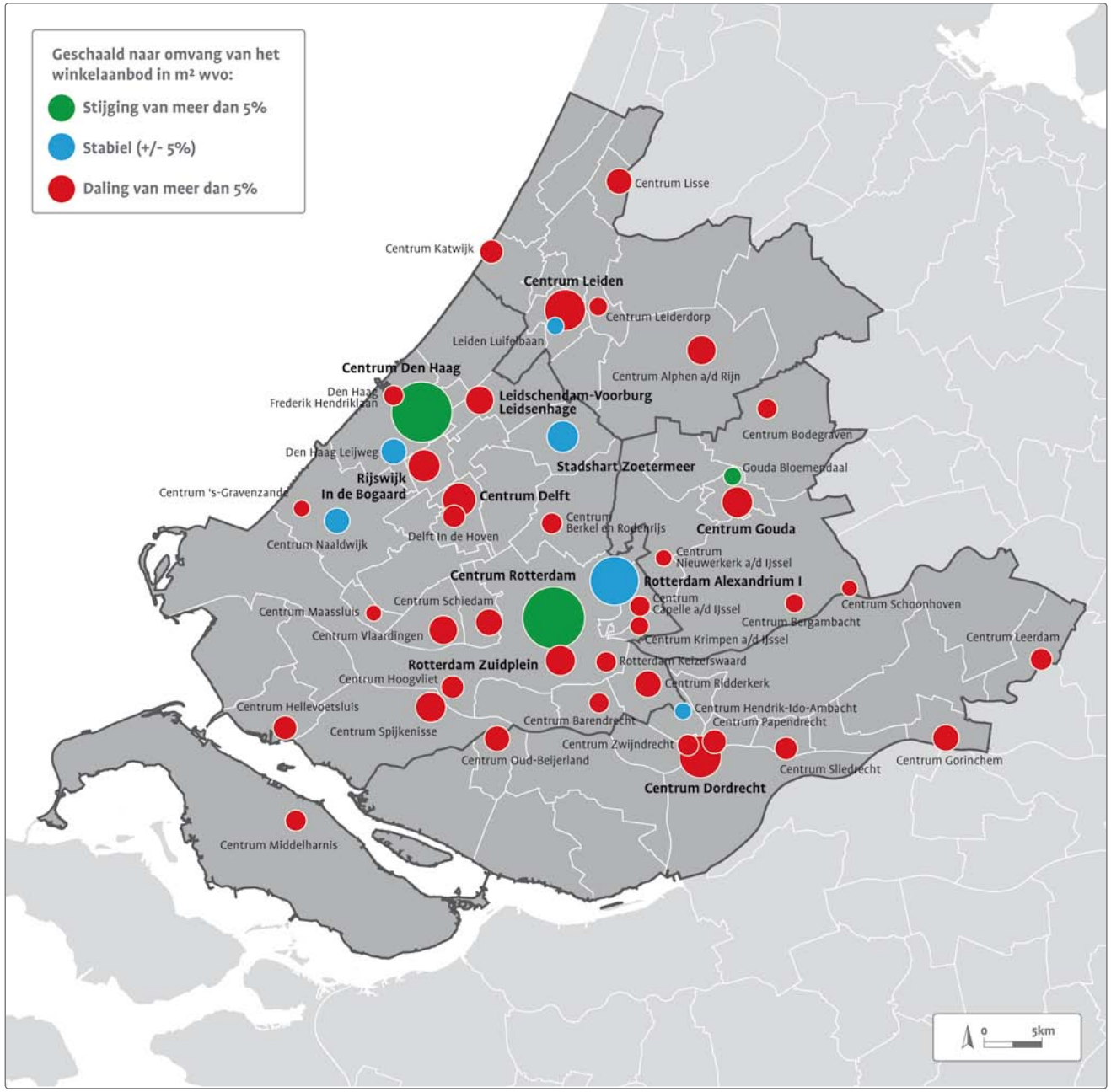
* Centra zijn vergeleken met het gemiddelde van dezelfde soort centra: hoofdcentra met hoofdcentra en ondersteunende centra met ondersteunende centra.

Ontwikkeling niet-dagelijkse sector

Veruit het grootste deel van de centra uit de provinciale detailhandelsstructuur hebben in de niet-dagelijkse sector in 2016 een lagere besteding per m² wvo gerealiseerd dan in 2011. Dit past binnen de ontwikkeling dat een steeds groter deel van de bestedingen aan niet-dagelijkse artikelen via internet wordt gedaan, en dus niet meer in fysieke winkels (hoofdstuk 1).

De binnensteden van Den Haag en Rotterdam en het stadsdeelcentrum Bloemendaal (Gouda) hebben als enige te maken gekregen met een groei in bestedingen per m² wvo. Daarnaast zijn er zes centra die hun omzet per m² wvo op niveau hebben weten te houden. Daar horen onder andere Rotterdam Alexandrium en het Stadshart van Zoetermeer bij.

Ontwikkeling (2011-2016) van de bestedingen per m² wvo in de niet-dagelijkse sector

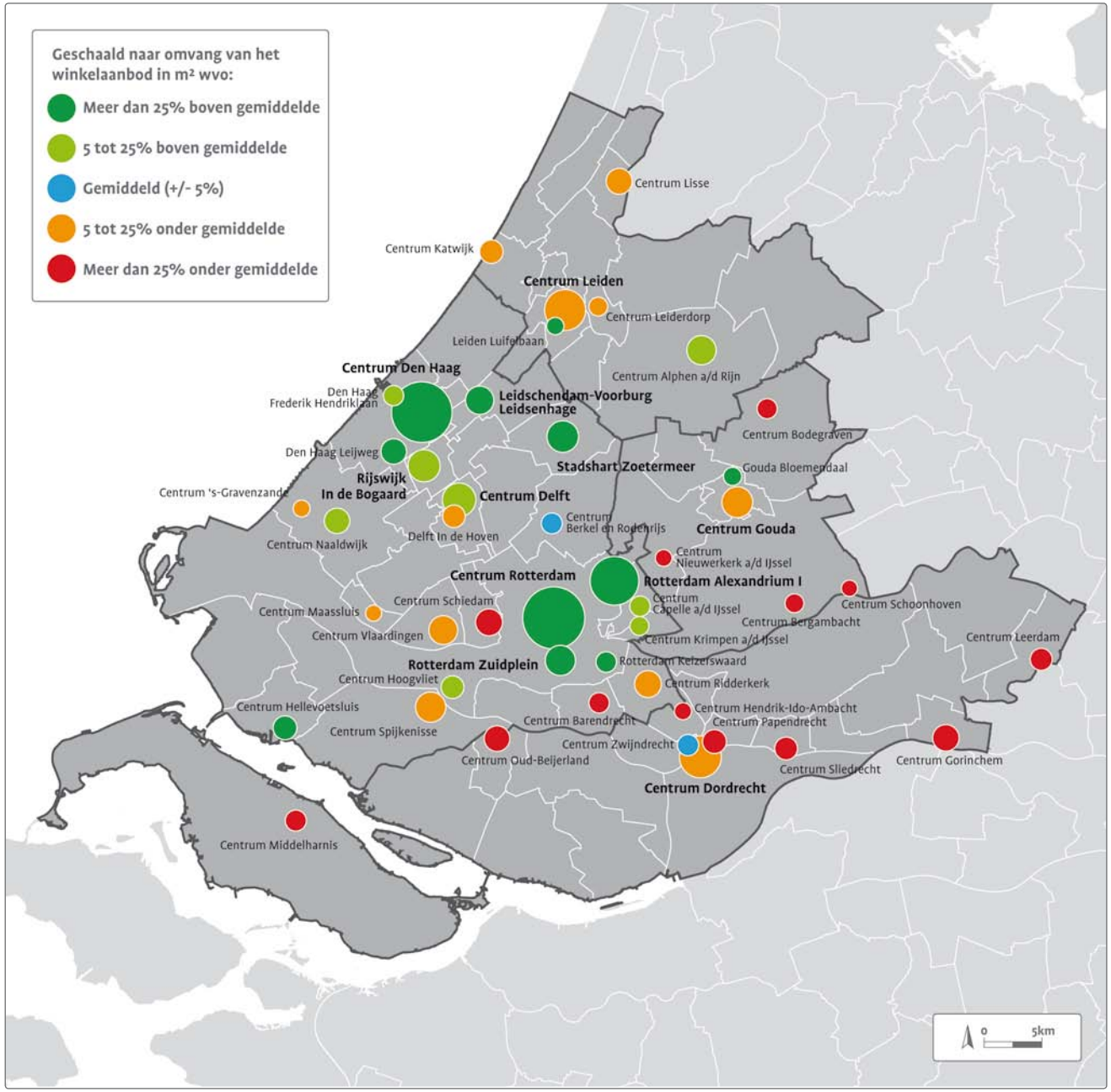


Huidig functioneren niet-dagelijkse sector

Het economisch functioneren van de niet-dagelijkse sector in Zuid-Holland laat een duidelijk geografisch patroon zien. De meeste centra met bovengemiddelde bestedingen per m² wvo zijn geconcentreerd rondom Den Haag en Rotterdam. De meeste centra in Zuid-Holland Zuid, Midden-Holland en Holland Rijnland hebben te maken met beperkt tot sterk lagere bestedingen per m² wvo. Bovendien was juist in deze regio's bij bijna alle centra al sinds 2011 een daling te zien. De ondersteunende centra Bloemendaal (Gouda) en Luifelbaan (Leiden) vormen daarop positieve uitzonderingen.

Geconstateerd kan worden dat binnen de categorie 'te versterken' centra (de vetgedrukte namen in de kaart) een relatief groot aandeel van de centra goed functioneert. Het niet-dagelijkse aanbod in 'te optimaliseren' centra functioneert daarentegen gemiddeld minder goed.

Economisch functioneren niet-dagelijkse sector (t.o.v. het type-gemiddelde, 2016)



3 PDV-structuur

3.1 Provinciale PDV/GDV-structuur

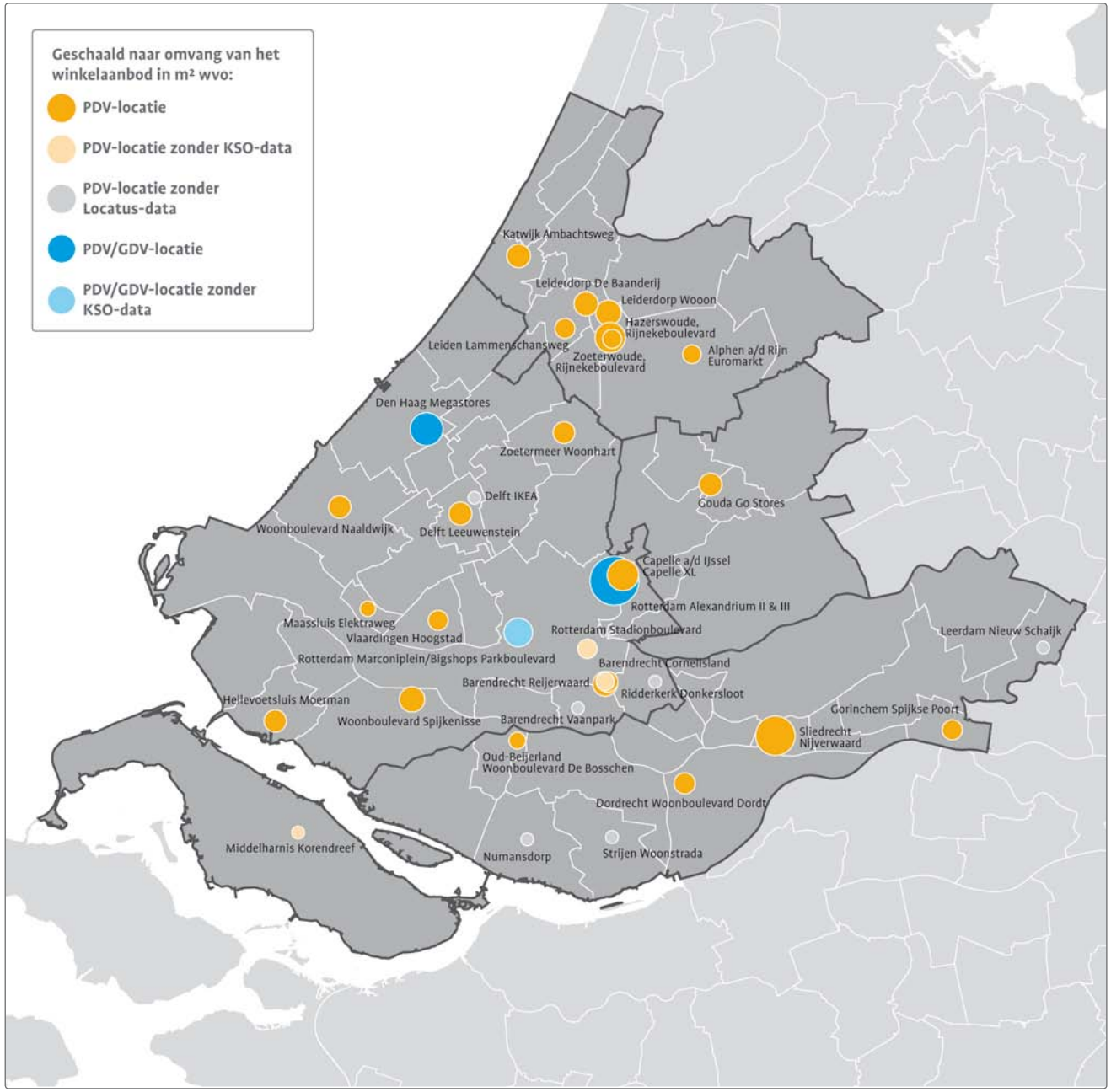
Naast de reguliere detailhandelsstructuur (hoofd-, stadsdeel- en grotere wijkcentra) is in het provinciale beleid ook een aparte PDV-structuur* opgenomen. De 32 PDV/GDV-locaties die onderdeel uitmaken van die structuur zijn primair bedoeld voor grootschalige winkels in een beperkt aantal volumineuze branches (vaak woninginrichting, bouwmarkten). Met name in de regio Holland-Rijnland bestaat, rondom Leiden, een relatief groot aantal PDV-locaties.

Twee locaties uit deze PDV/GDV-structuur (Rotterdam Alexandrium II en Den Haag Megastores) wijken af van de overige 30, doordat het GDV-locaties betreft. Op deze locaties gelden de strikte branchebeperkingen niet en zijn grootschalige winkels in reguliere branches toegestaan. Het gaat dan bijvoorbeeld om grote winkels van Mediamarkt en Blokker.

Een derde PDV/GDV-locatie die afwijkt is het Marconiplein/de Bigshops Parkboulevard in Rotterdam. Deze locatie is volgens het provinciale detailhandelsbeleid een PDV-locatie. Sinds 2012 is echter aansluitend aan het Marconiplein de Bigshops Parkboulevard

* PDV: perifere detailhandelsvestigingen
GDV: grootschalige detailhandelsvestigingen

Provinciale PDV/GDV-structuur



ontwikkeld, met daarin een grote variëteit aan (grootschalige) winkels in alle mogelijk branches. Er is daarmee een nieuwe PDV/GDV-locatie ontstaan à la Rotterdam Alexandrium II en Den Haag Megastores. In het vervolg van dit rapport worden Marconiplein en Bigshops Parkboulevard als één PDV/GDV-locatie beschouwd*.

Op de locaties waarvoor aanbodgegevens beschikbaar zijn** (zie kaart p. 27) is circa 680.000 m² wvo aanwezig, voor 85% (575.000 m²) betreft dat aanbod in de branche In en om het huis. Dit is circa 26% van het provinciale aanbod in die branche.

De PDV/GDV-locaties verschillen sterk in omvang en functie. Er is een aantal (zeer) grootschalige locaties in de provincie die een grote regio bedienen (zoals Nijverwaard, Alexandrium, Rijnekeboulevard), er is een relatief groot aantal locaties met primair een lokaalverzorgende functie, waar vooral bouwmarkten en eenvoudige woonwinkels zijn gevestigd (zoals in Naaldwijk, Katwijk, Spijkenisse en Gorinchem) en een aantal locaties bestaan feitelijk uit slecht één of enkele winkels (zoals in Strijen, Leerdam, Delft). Deze laatste groep betreft vaak winkels met een grote regionale reikwijdte.

* Locatus beschouwt deze locatie als een grootschalige concentratie van detailhandel. De MRDH heeft Bigshops Parkboulevard als een PDV-locatie in haar beleid opgenomen.

** Voor een tiental locaties is minder data voorhanden dan voor de overige locaties. Enerzijds ontbreken soms aanbodgegevens (solitaire, zeer grootschalige winkels, maar geen winkelgebied, zoals IKEA Delft en Woonstrada te Strijen), anderzijds ontbreekt soms koopstromeninformatie. Dit laatste kan zowel voor 2016 en 2011 zijn (voor kleine locaties, zoals bijvoorbeeld Middelharnis Korendreef), als alleen voor 2011 (voor bijvoorbeeld GoStores in Gouda: die locatie bestond in 2011 nog niet).

PDV-locaties primair voor volumineus aanbod

3.2 Economisch functioneren

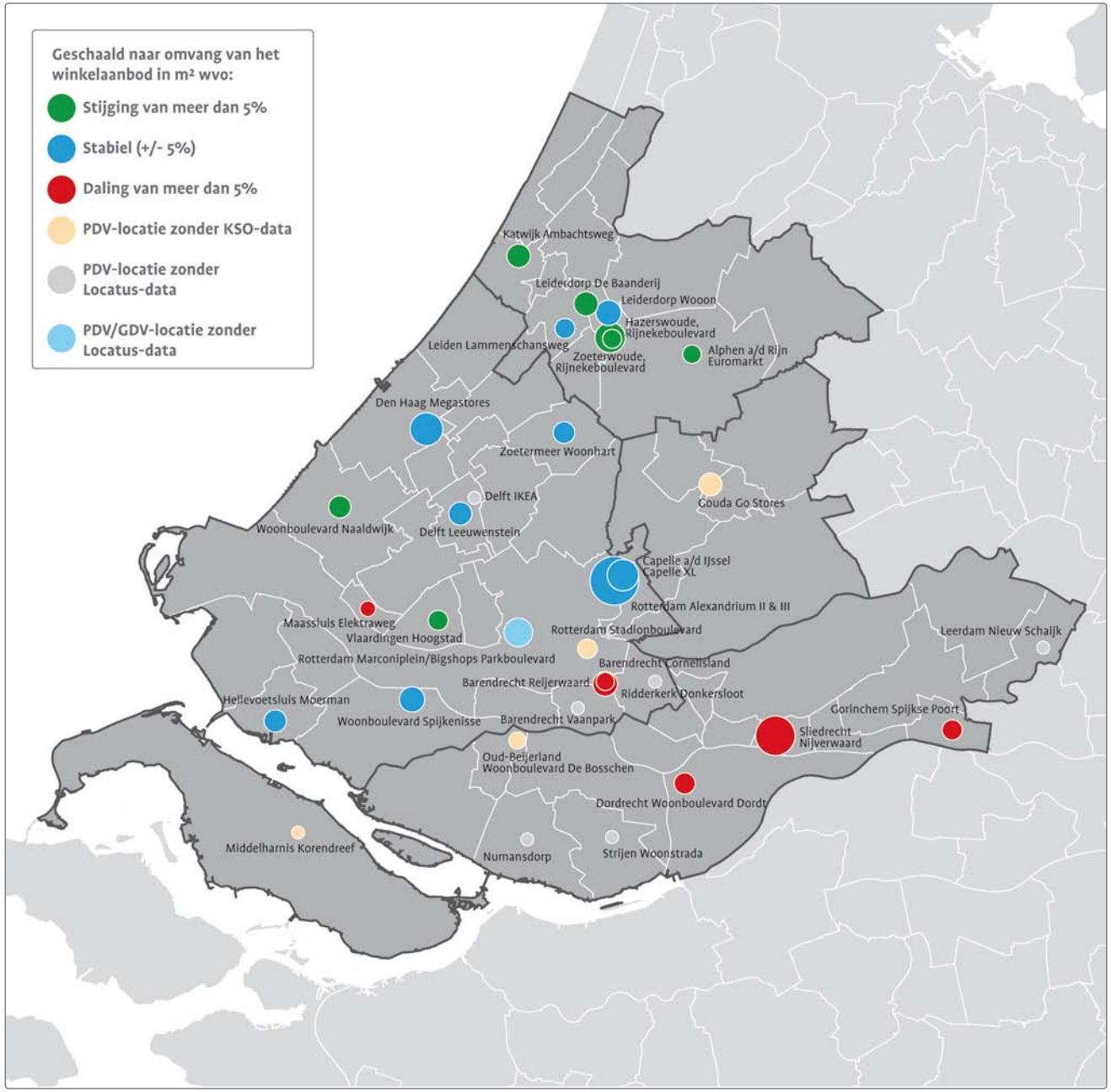
Ontwikkeling niet-dagelijkse sector

Het aanbod in de PDV-structuur bestaat nagenoeg alleen uit niet-dagelijks winkelaanbod*. Op de meeste locaties waarvan KSO-gegevens beschikbaar zijn, is de gemiddelde besteding per m² wvo stabiel gebleven ten opzichte van 2011. Op een aantal locaties is de omzet per m² wvo zelfs toegenomen. De PDV/GDV-locaties laten daarmee een ander beeld zien dan het niet-dagelijkse aanbod dat onderdeel is van de reguliere detailhandelsstructuur. Daar zijn een paar belangrijke verklaringen voor.

Op de eerste plaats is de woninginrichtingssector zich, na een sterke terugloop van bestedingen, langzaam aan het herstellen (maar het functioneren staat nog steeds sterk onder druk). Belangrijker nog is dat branches die veelal op PDV-locaties aanwezig zijn minder gevoelig zijn voor de gevolgen van internet. Artikelen in die branches worden namelijk minder op internet gekocht. Mogelijk speelt ook mee dat op enkele locaties ook niet-volumineuze detailhandel zich heeft gevestigd.

* Dagelijks aanbod mag zich op vrijwel geen van de PDV/GDV-locaties vestigen. Een uitzondering daarop vormt onder andere Marconiplein/Bigshops Parkboulevard.

Ontwikkeling (2011-2016) van de bestedingen per m² wvo in de niet-dagelijkse sector op PDV/GDV-locaties



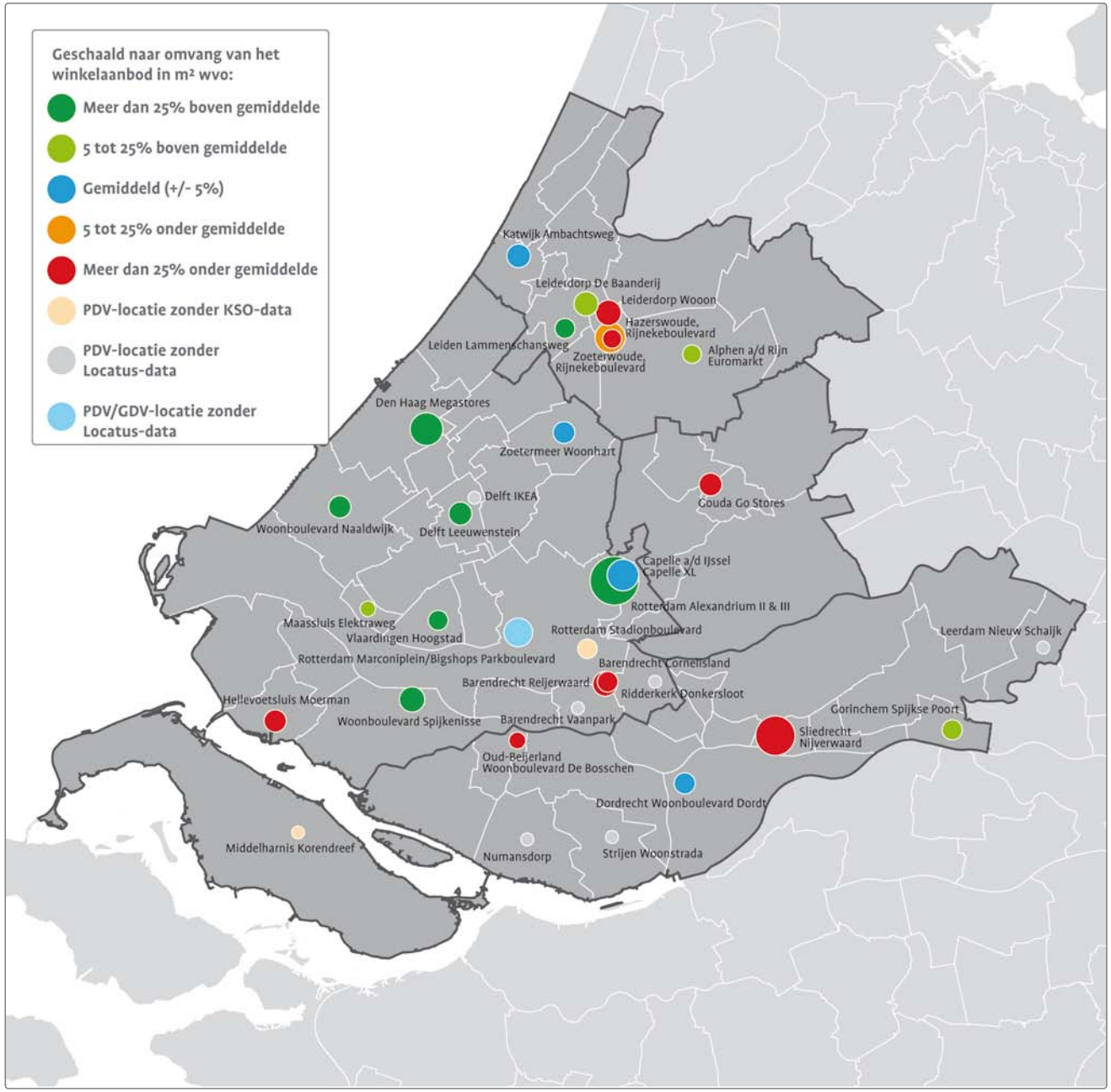
Huidig functioneren niet-dagelijkse sector

De PDV/GDV-locaties in de MRDH functioneren (zover er data voor beschikbaar is) gemiddeld op een goed niveau. Op Lammenschansweg (Leiden) na liggen alle PDV/GDV-locaties met een sterk bovengemiddeld functioneren in deze regio.

Het functioneren van de locaties in Holland Rijnland is zeer divers. Wooon (Leiderdorp) en de Rijnekeboulevard (Zoeterwoude/Hazerswoude) functioneren ondergemiddeld, maar bijvoorbeeld Lammenschansweg (Leiden) en Euromarkt (Alphen aan den Rijn) functioneren beter.

Het is belangrijk te bedenken dat, ondanks dat het aanbod op PDV/GDV-locaties soms een bovengemiddeld functioneren laat zien, de gemiddelde bestedingen per m² wvo nog steeds op een veel lager niveau liggen dan bij reguliere winkelcentra.

Economisch functioneren niet-dagelijkse sector op PDV/GDV-locaties (t.o.v. het type-gemiddelde, 2016)



3.3 Afstudeeronderzoek

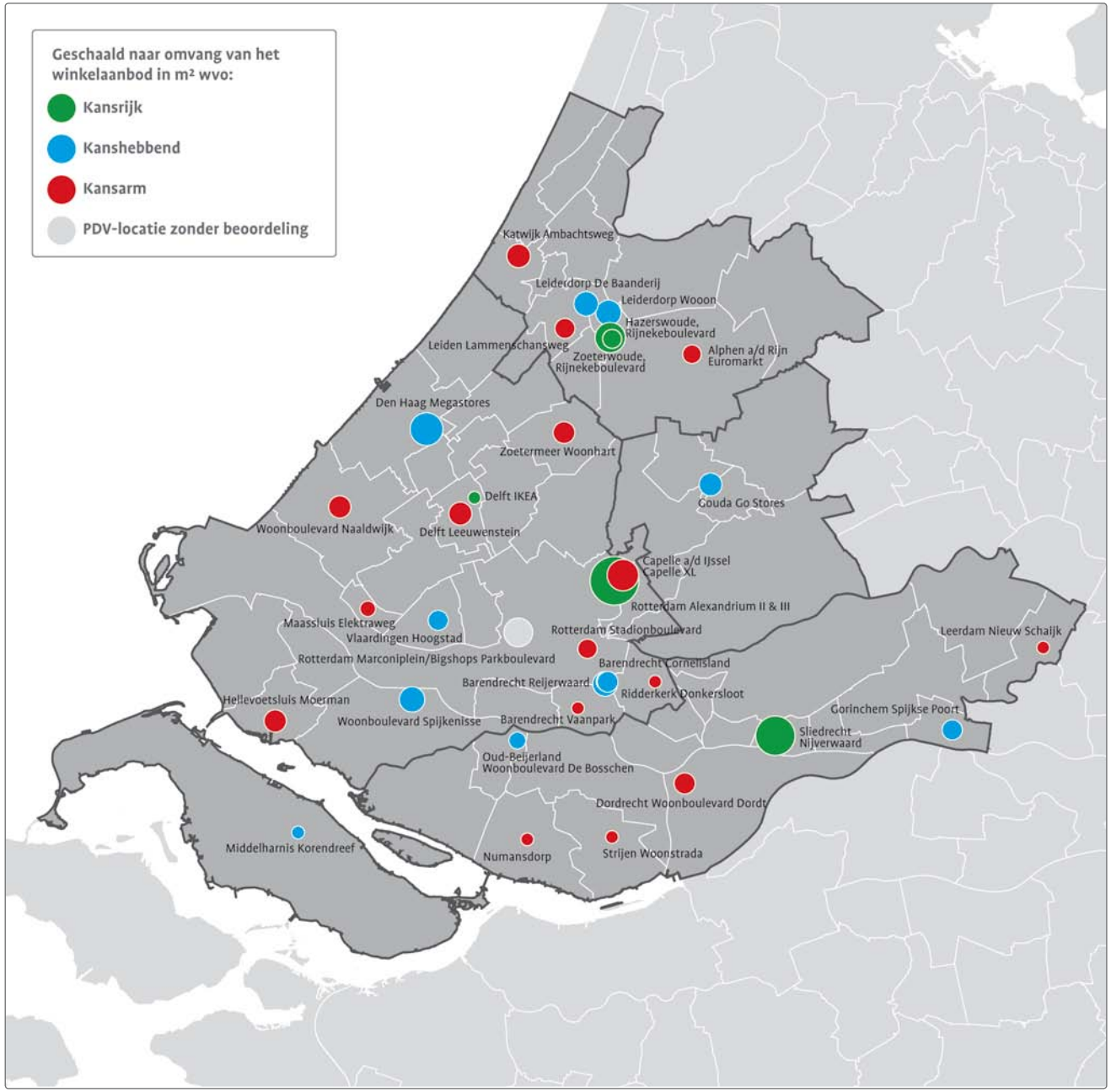
In 2016 heeft in opdracht van de provincie Zuid-Holland een onderzoek plaatsgevonden naar de toekomstbestendigheid van Zuid-Hollandse PDV/GDV-locaties*. In dat onderzoek zijn de 32 PDV/GDV-locaties uit het Zuid-Hollandse beleid gecategoriseerd op kansrijk (4), kanshebbend (10) en kansarm (18). De indeling is het resultaat van de score op variabelen:

- Omvang van het aanbod;
- Compleetheid en onderscheidendheid van het aanbod;
- Leegstand.

Kansrijk zijn volgens het onderzoek IKEA Delft, Rotterdam Alexandrium, Nijverwaard (Sliedrecht) en Rijnekeboulevard (Zoeterwoude/ Hazerswoude). Kanshebbend zijn Megastores (Den Haag), Baanderij en Wooon (Leiderdorp), Reijerwaard (Barendrecht), Woonboulevard Spijkenisse, GoStores (Gouda), Hoogstad (Vlaardingen), Woonboulevard De Bosschen (Oud-Beijerland), Spijkse Poort (Gorinchem), Korendreef (Middelharnis). De overige locaties zijn als kansarm getypeerd (zie kaart hiernaast).

* Parlevliet (2017), “Woonboulevard of webshop, de verandering in de detailhandel”

Typering PDV/GDV-locaties volgens Parlevliet



Een dergelijke categorisering en beoordeling dient met nuance te worden gelezen. De termen kansrijk en kansarm zijn tenslotte sterk afhankelijk van het gekozen perspectief. Zo is Delft Leeuwenstein als een kansarme locatie aangemerkt, maar is het gelijktijdig logisch dat er in een stad als Delft (met ruim 100.000 inwoners) een locatie bestaat voor bijvoorbeeld bouwmarkt- en en laagdrempelige woonwinkels, als Leen Bakker en Kwantum. Daarnaast zou van het als kansrijk bestempelde bedrijventerrein Nijverwaard (Sliedrecht) gezegd kunnen worden dat de locatie, door het ontbreken van een goede ruimtelijke samenhang en synergie tussen winkels, vooral kansrijk is voor grootschalige winkels die hun eigen publieksstroom op gang weten te brengen (bijvoorbeeld een bouwmarkt of Loods 5).

De beoordeling van Parlevliet is gebaseerd op drie voor hem toegankelijke variabelen. Inmiddels is door de beschikbaarheid van het Randstad Koopstromenonderzoek 2016 meer informatie over de PDV/GDV-locaties voorhanden, die aanvullende inzichten biedt. Zo kan nu ook het huidig economisch functioneren als een criterium worden meegenomen. In hoofdstuk 6 is een tabel opgenomen waarin de beoordeling van Parlevliet is uitgebreid. Ook gaan we daar nader in op de (beleidsmatige) interpretatie en eventuele implicaties.

Kansrijke of kansarme PDV-locatie? Sterk afhankelijk van het gekozen perspectief

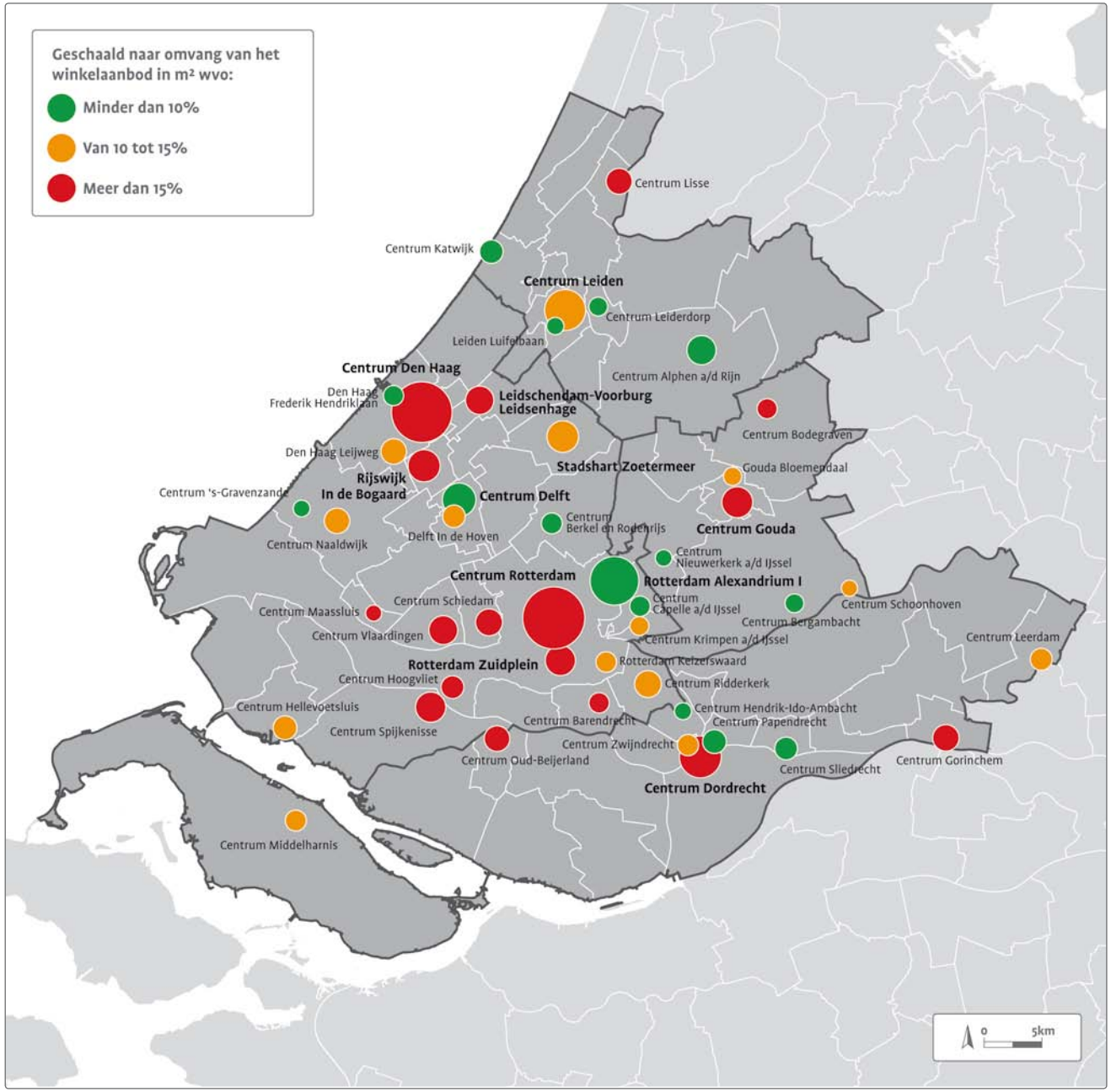
4 Leegstand en plannen

4.1 Leegstand reguliere detailhandelsstructuur

Leegstand in centrumgebieden wordt vaak gebruikt als een indicator voor het functioneren van een winkelgebied. De gedachte is dat als het slecht gaat met winkels in een winkelgebied, de kans op meer leegstand ook groter is.

Dit kan op zich kloppen, maar de gemiddelde leegstand van een centrumgebied is helaas geen goede afspiegeling van het huidig functioneren, getuige de kaart hiernaast. Binnen alle regio's in Zuid-Holland zijn er centra met weinig en centra met veel leegstand. Er is niet één soort centrum aan te wijzen met relatief veel of weinig leegstand. Zo hebben de binnensteden van Den Haag en Rotterdam een relatief grote leegstand (beide circa 18% van het beschikbare m² wvo). Andere 'te ontwikkelen' centra hebben weer een geringe leegstand, zoals het centrum van Delft (8%). Ook bij 'te optimaliseren' centra zijn er centra met veel (o.a. Hoogvliet, 28%) en weinig (o.a. Bergambacht, 3%) leegstand, en laten planmatige centra versus organisch gegroeide centra geen substantiële verschillen in leegstand zien.

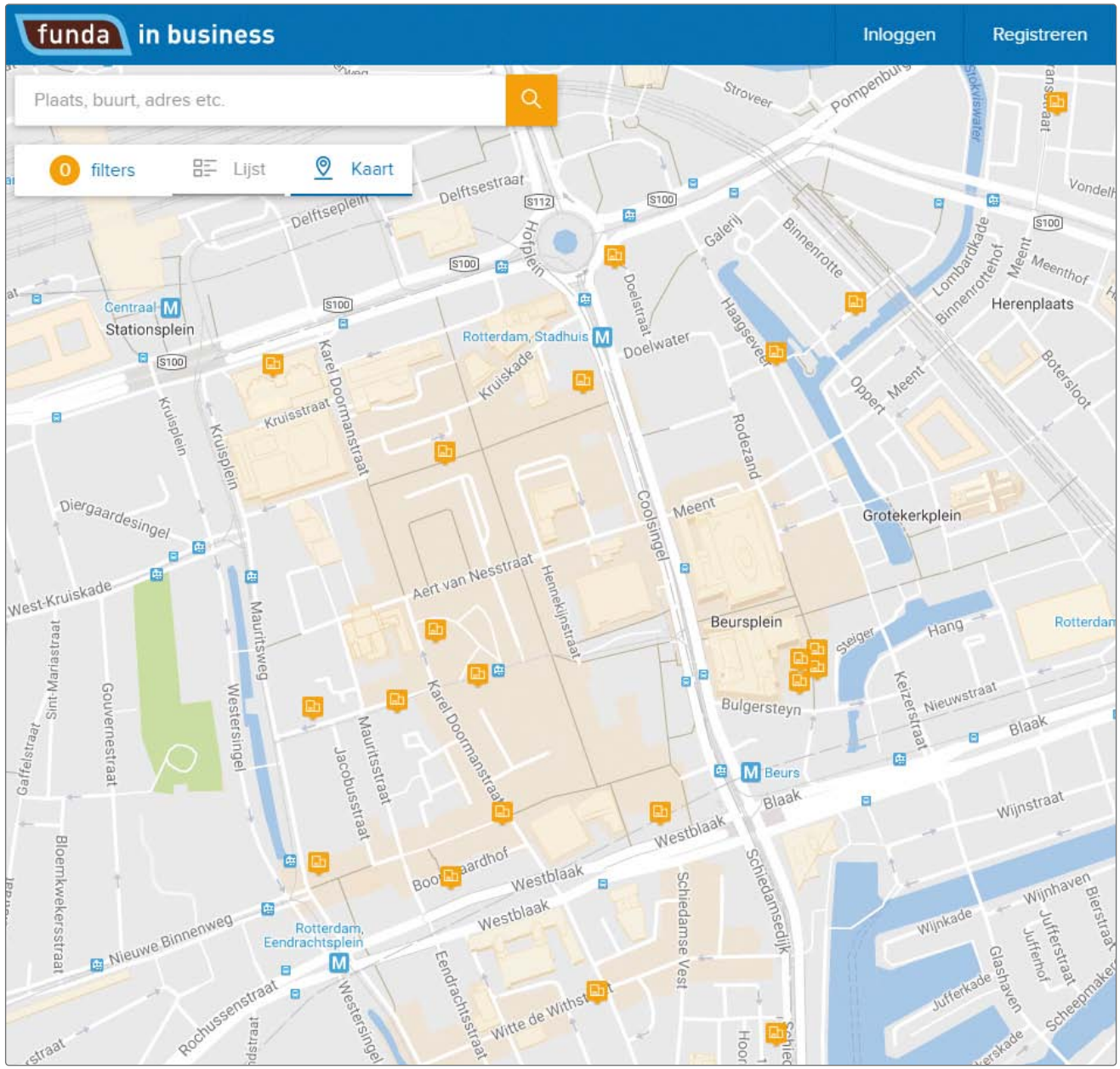
Leegstand in de reguliere provinciale detailhandelsstructuur



Zelfs een sterk bovengemiddeld functioneren kan gepaard gaan met veel leegstand (zoals de gemiddeld goed functionerende binnensteden van Den Haag en Rotterdam) en centra met een sterk ondergemiddeld functioneren kunnen weinig leegstand hebben (bijvoorbeeld centrum Hendrik-Ido-Ambacht en Sliedrecht).

De reden dat een leegstandspercentage op het niveau van een centrum als geheel geen relatie vertoont met het functioneren van centra is dat het leegstandscijfer ongenuanceerd is. Het zegt niets over de kwaliteit van de leegstand. Locaties uit de loop of bijvoorbeeld ongelukkig gevormde panden staan vaak langdurig leeg door hun intrinsieke eigenschappen en niet als gevolg van het functioneren van het centrum als geheel. Dat verklaart ook waarom bijvoorbeeld Rotterdam en Den Haag veel leegstand hebben, maar tegelijktijd tot de top behoren wat betreft economisch functioneren.

Kortom, leegstand is geen betrouwbare variabele als het gaat om het functioneren van een centrum. Dit laat onverlet dat veel leegstand ongewenst is.

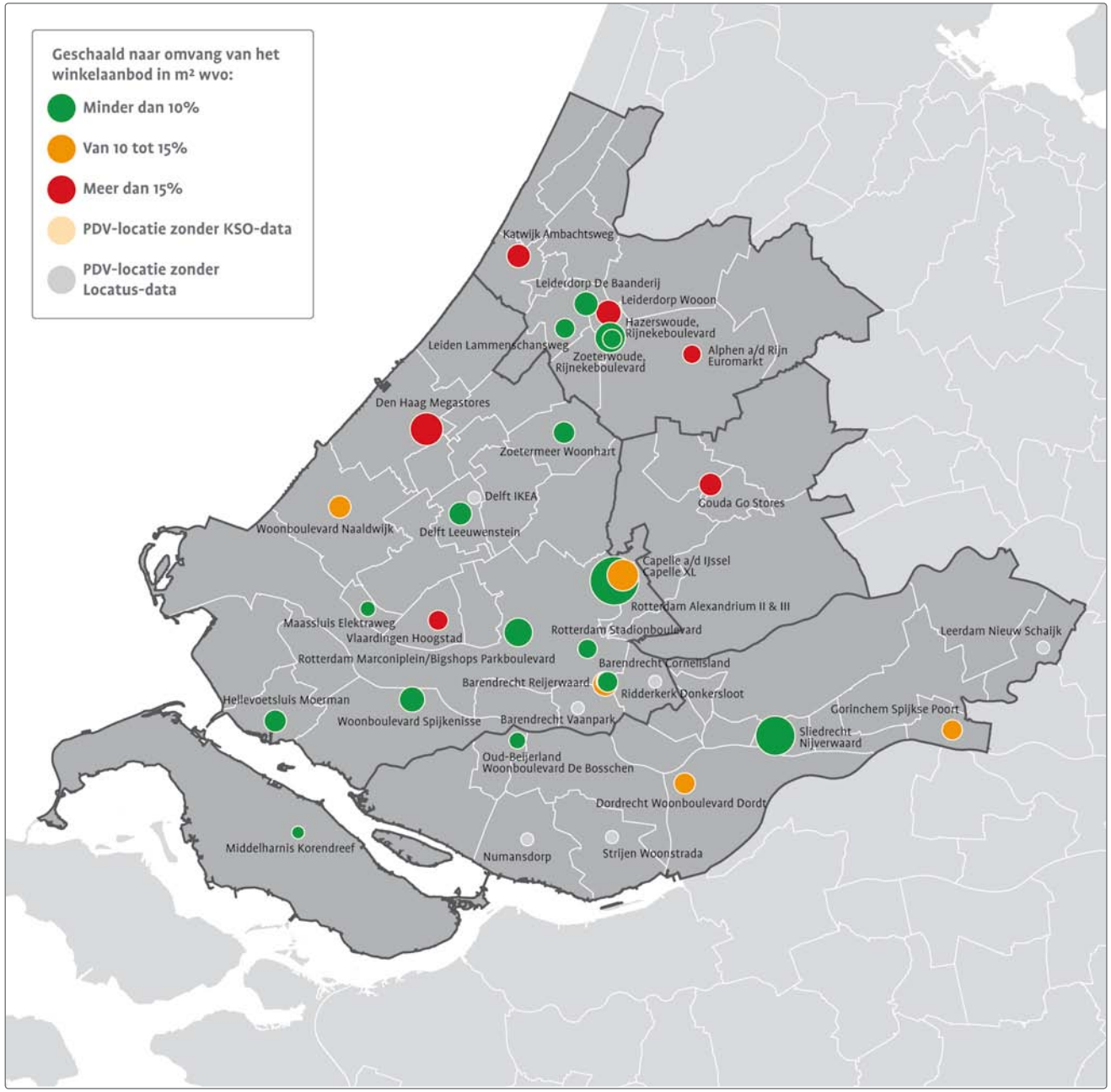


Voorbeeld binnenstad Rotterdam: beschikbare winkelpanden vooral buiten kernwinkelstraten, daarbinnen nauwelijks aanbod beschikbaar. Bron: funda in business (10-5-2017)

4.2 Leegstand PDV/GDV-structuur

Net als bij de leegstand in reguliere centra is er geen duidelijk geografisch patroon te ontdekken bij de leegstand op PDV/GDV-locaties en is er ook geen duidelijke samenhang met economisch functioneren of de ruimtelijke verschijningsvorm van de PDV/GDV-locatie. Het zijn vaak specifieke lokale omstandigheden die de aanwezige leegstand verklaren. Wel laat de kaart hiernaast zien dat een relatief groter deel van de PDV/GDV-locaties een relatief lage leegstand heeft in vergelijking met centra van de reguliere detailhandelsstructuur.

Leegstand op PDV/GDV-locaties



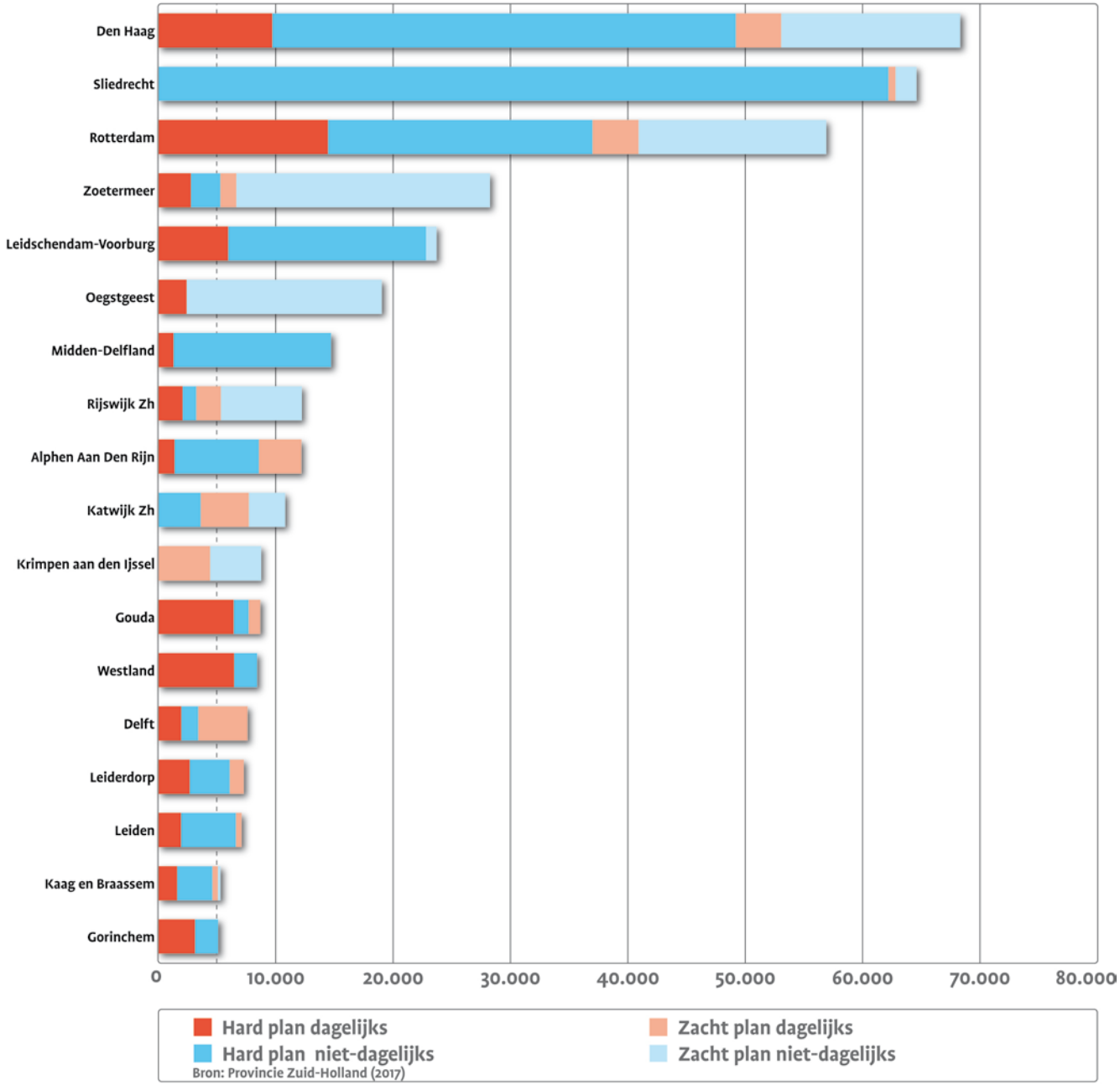
4.3 Harde en zachte plannen

In de provincie Zuid-Holland bestaan in totaal plannen voor toevoeging van bijna 420.000 m² wvo winkelaanbod*. Bij realisatie van al deze meters zou sprake zijn van een toevoeging van ruim 8% (ter vergelijking: het aantal inwoners zal de komende 5 jaar met ongeveer de helft daarvan (4,2%) toenemen).

De winkelplannen zijn erg verschillend van elkaar, zowel wat betreft status, als branche en omvang. In de grafieken hiernaast is het totaal aan plannen in m² wvo per gemeente weer-gegeven, onderverdeeld naar dagelijkse en niet-dagelijkse plannen, en harde en zachte plannen. In bijlage 2 zijn alle specifieke plannen opgenomen. Het betreft een overzicht van bij de provincie bekende plannen, dat naar verwachting als een minimum aan planvoorraad kan worden beschouwd. Zo is bijvoorbeeld geen onbenutte bestemmingsplan capaciteit in de overzichten opgenomen.

Het onderscheid tussen hard en zacht is niet altijd evident. Het gehanteerde onderscheid is gebaseerd op de status van het betreffende bestemmingsplan. Indien het een vastgesteld

Harde en zachte plannen per gemeente in provincie Zuid-Holland (in m² wvo) (1/2)



* Inventarisatie provincie Zuid-Holland. (90% versie. Lijst met harde/zachte plannen wordt geactualiseerd en aangevuld i.h.k.v. herziening VRM 2018).

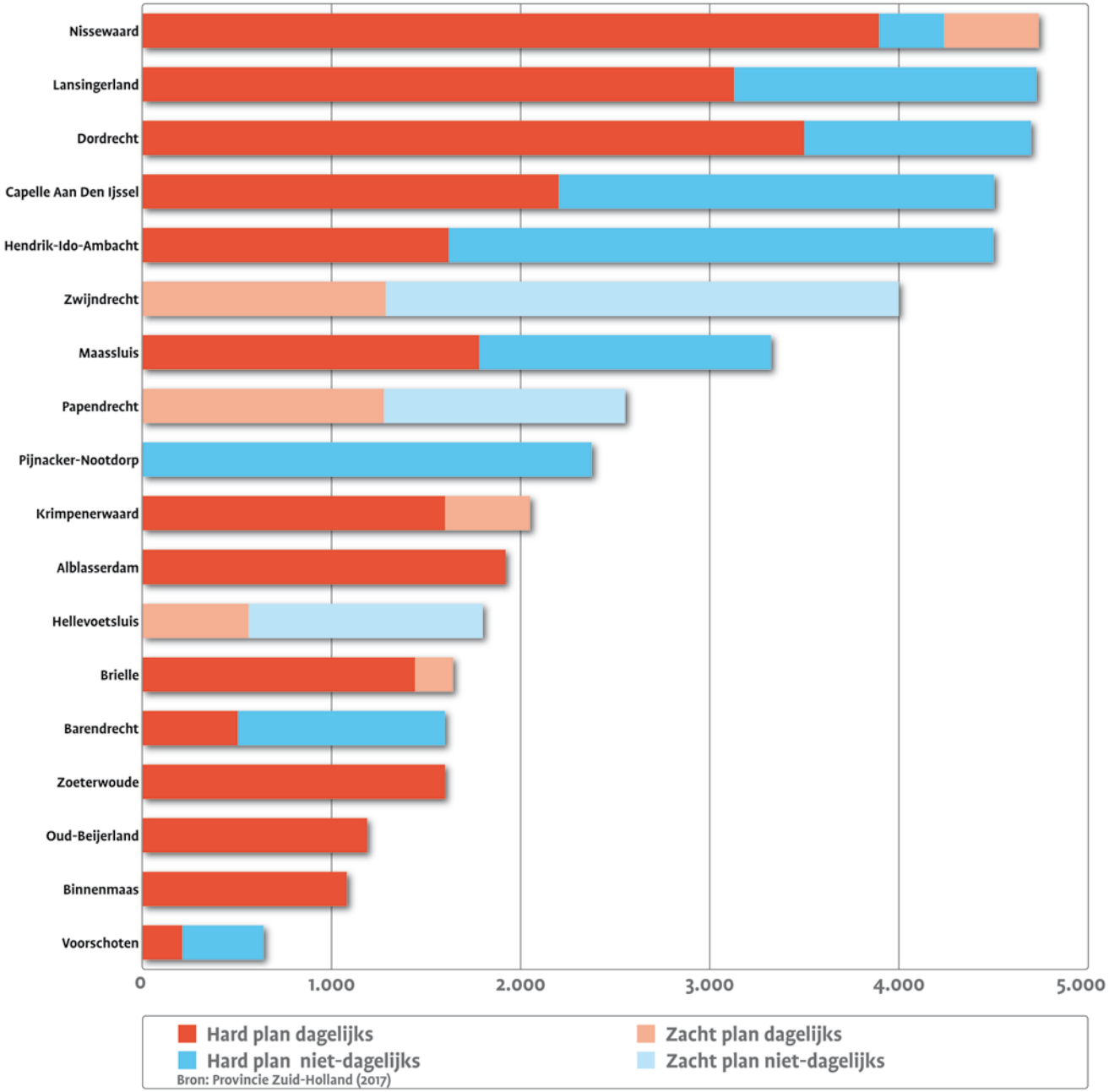
(ontwerp)bestemmingsplan betreft, is het plan aangeduid als hard, in andere gevallen als zacht. Dit onderscheid zegt evenwel niet per sé iets over de mate van zekerheid van realisatie. Zo kan een bestemmingsplan jarenlang ongebruikt blijven, en kan een zacht plan waar grote behoefte aan is snel na het doorlopen van de ruimtelijk-juridische procedures worden gerealiseerd.

Zoals mogelijk verwacht kon worden, zijn Rotterdam en Den Haag goed voor een groot deel van de planvoorraad, met name voor de niet-dagelijkse sector. Het betreft bovendien veel harde planvoorraad. Opvallend is ook de grote planvoorraad in Sliedrecht. Dit betreft nagenoeg de volledige bestemmingsplan-capaciteit voor Woonboulevard Nijverwaard.

Andere gemeenten met grote planvoorraden voor de niet-dagelijkse sector betreffen veelal een enkel grootschalige ontwikkeling (o.a. Holland Outlet Mall Zoetermeer, Mall of the Netherlands Leidschenhage, bouwmarkt en tuincentrum Oegstgeest, Bauhaus Midden-Delfland).

Overige planvoorraad betreft vooral supermarktplannen en overig dagelijks winkelaanbod.

Harde en zachte plannen per gemeente in provincie Zuid-Holland (in m² wvo) (1/2)



5 Marktruimte

5.1 Uitgangspunten

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

- provinciale bevolkingsprognose voor 2022;
- gemiddelde besteding per inwoner per branche (incl. BTW), o.b.v. KSO 2016;
- correctie op bestedingen per inwoner o.b.v. gemiddeld inkomen per gemeente 2015 (meest actueel beschikbare data, CBS);
- gemiddelde besteding per m² wvo o.b.v. KSO 2016;
- koopkrachtbinding en -toevloeiing o.b.v. KSO 2016;
- huidig winkelaanbod (dezelfde cijfers als in KSO 2016);
- lineaire extrapolatie van bestedingsaandeel van internet o.b.v. resultaten KSO 2011 en KSO 2016 (zie onderstaande tabel)*;
- evenredige verdeling van de groei van het marktaandeel internet over de koopkracht-binding aan eigen en -afvloeiing naar andere gemeenten;
- geen modelmatige vertaling van eventuele ambities of plannen in ophoging van huidige koopkrachtbinding en/of -toevloeiing (niet 'rijk rekenen' met toekomstige' koop-stromen).

Harde en zachte plannen voor uitbreiding van het winkelaanbod zijn niet in de berekeningen meegenomen, omdat daarvan niet zeker is of ze gerealiseerd worden. In bijlage 1 zijn per gemeente de specifieke resultaten van de marktruimteberekening opgenomen. In dat overzicht zijn de harde en zachte plannen wel gepresenteerd.

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

	Marktaandeel internet 2016 in Zuid-Holland	Toename marktaandeel internet in Zuid-Holland in %-punt per jaar	Extrapolatie toename marktaandeel internet in Zuid-Holland in %-punt tot 2022 (6 jaar)	Marktaandeel internet 2022 in Zuid-Holland waarmee gerekend is
Dagelijks	1,5%	0,1%	0,6%	2,1%
Mode en luxe	23,8%	2,4%	14,4%	38,2%
Vrije tijd	27,7%	0,2%	1,2%	28,9%
In en om het huis	16,8%	1,4%	8,4%	25,2%
Overig	21,4%	1,7%	10,2%	31,6%

5.2 Dagelijkse sector

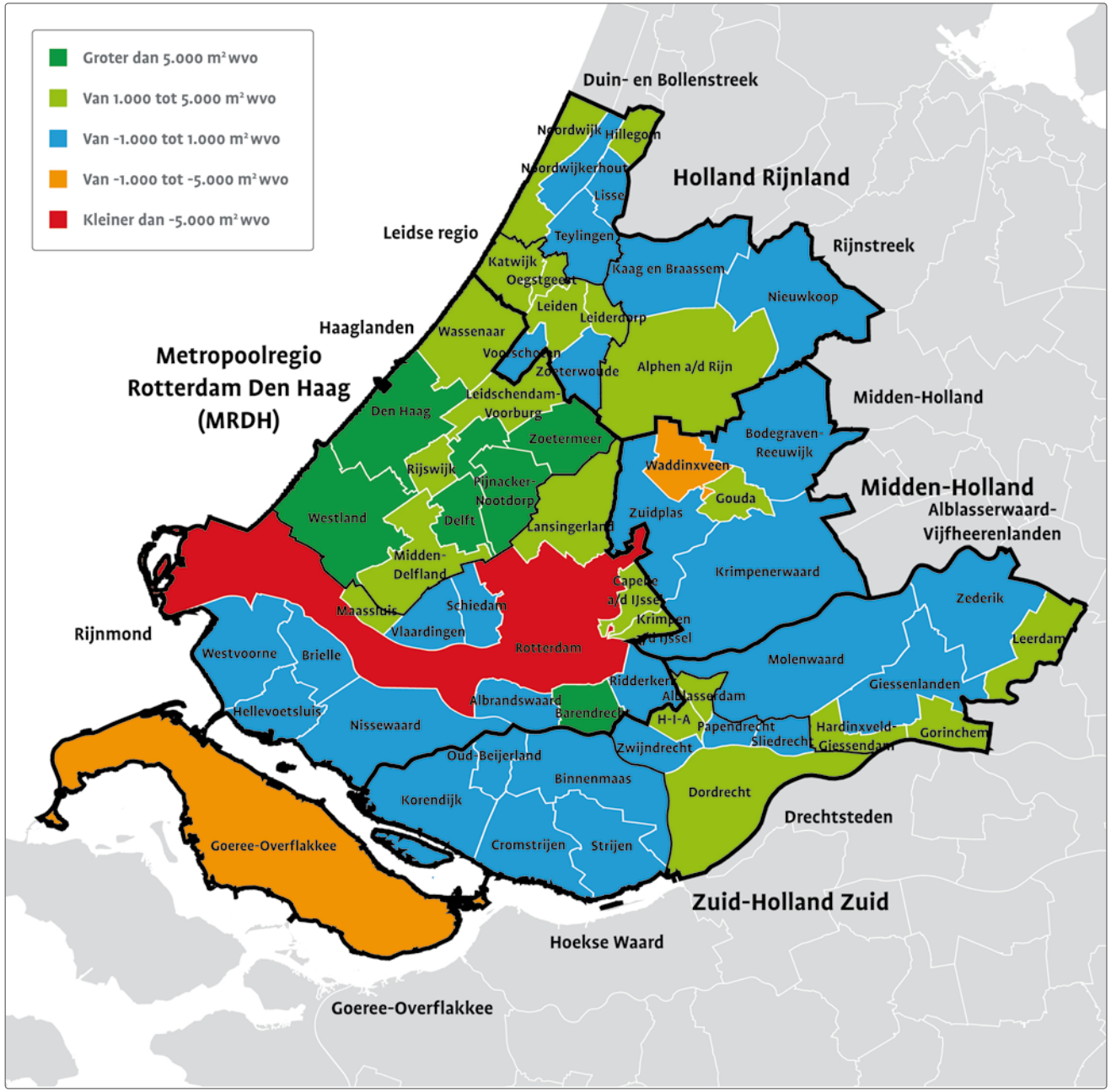
De kaart hiernaast geeft op basis van de uitgangspunten per gemeente de marktruimte voor de dagelijkse sector (supermarkten, versspeciaalzaken, persoonlijke verzorging) in Zuid-Holland voor 2022 weer. Achterliggende cijfers per (sub)regio zijn in bijlage 1 opgenomen.

In totaal is in de provincie sprake van ruim 80.000 m² wvo uitbreidingsruimte voor dagelijks winkelaanbod. Dit is circa 7% van het huidige winkelaanbod. Hierbij is geen rekening gehouden met harde of zachte plannen voor uitbreiding van het aanbod. Zouden alle harde en zachte plannen worden gerealiseerd (bijlage 1 en 2), dan zou het aanbod ruim 40.000 m² wvo groter zijn dan past bij de vraag.

In 18 gemeenten zal in 2022 sprake zijn van een overaanbod in de dagelijkse sector. Bij slechts drie van die gemeenten betreft het een overaanbod van 1.000 m² wvo of meer. Bij de overige 15 gemeente blijft het overaanbod beperkt.

Vooral in Haaglanden en grote delen van Holland Rijnland zijn er veel gemeenten waar tot 2020 kwantitatieve uitbreidingsruimte aanwezig is voor de dagelijkse sector.

Marktruimte in 2022 per gemeente voor de dagelijkse sector



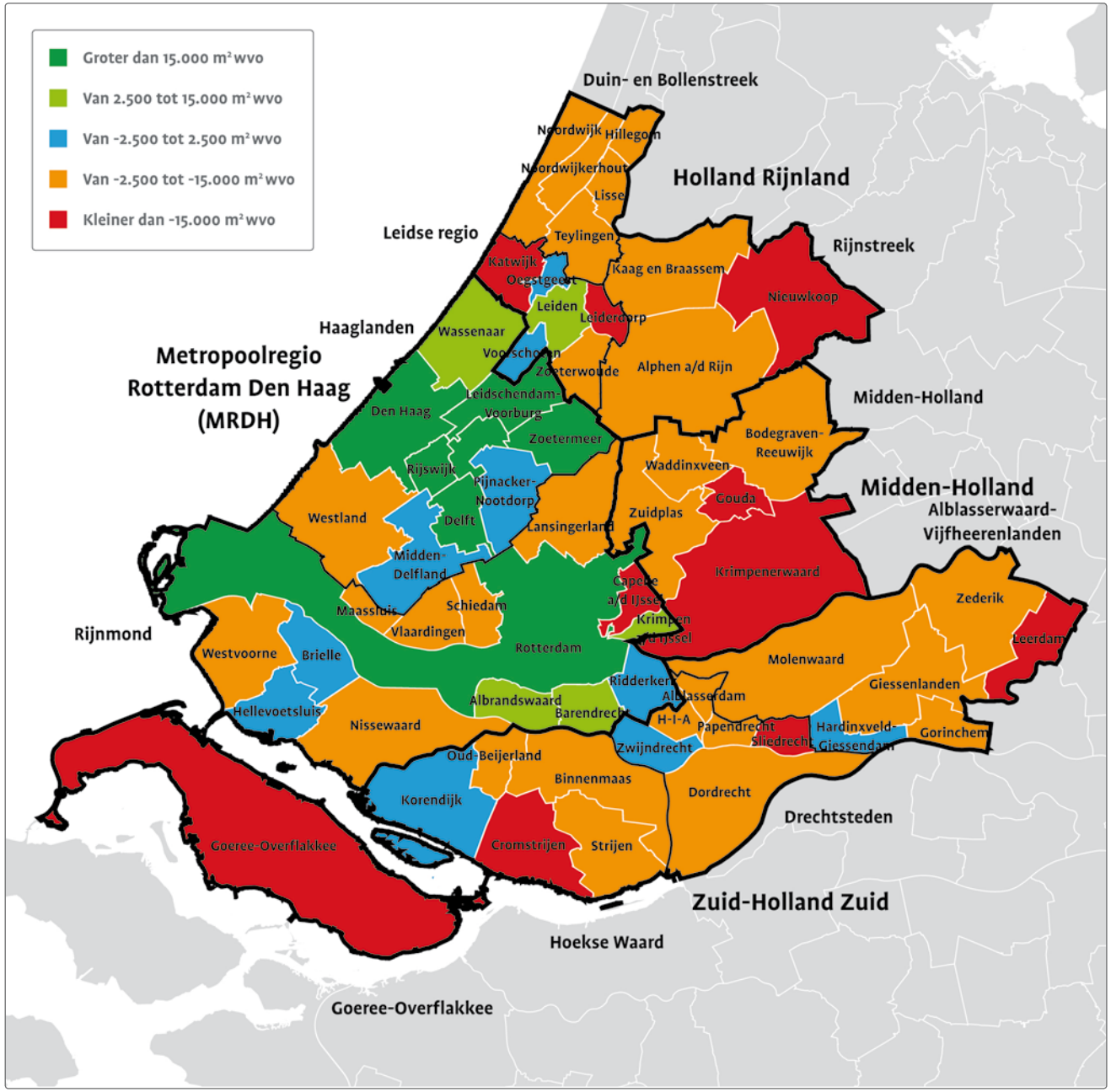
5.3 Niet-dagelijkse sector

In de niet-dagelijkse sector is sprake van een sterk wisselend beeld. In totaal is er in 2022 op basis van de uitgangspunten uit paragraaf 4.1 ruim 155.000 m² wvo te veel niet-dagelijks winkelaanbod (zie kaart hiernaast en bijlage 1). Dit is circa 3% van het huidige winkelaanbod en ongeveer een kwart van de huidige leegstand. Er is geen rekening gehouden met harde of zachte plannen voor uitbreiding van het aanbod. Zouden alle harde en zachte plannen worden gerealiseerd (bijlage 1 en 2), dan zou het aanbod bijna 450.000 m² wvo groter zijn dan past bij de vraag.

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

De kaart hiernaast is een optelsom van de marktruimte voor de vier niet-dagelijkse branches: Mode en luxe, Vrije tijd, In en om het huis en Overig (zie voor de afzonderlijke branches de kaarten op pagina 43). Op

Som marktruimte in 2022 per gemeente voor de niet-dagelijkse sector

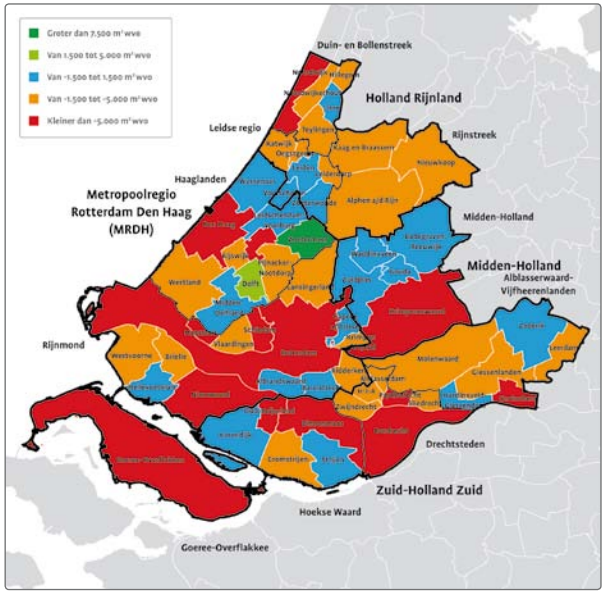


provinciaal niveau is het overaanbod het grootst in de branche Mode en luxe (ca. 160.000 m² wvo). Op Delft en Zoetermeer na is in alle gemeenten sprake van een evenwichtstoestand of overaanbod in deze branche. Een belangrijke reden daarvoor is de internetgevoeligheid van deze branche.

Voor de overige branches is er gemiddeld genomen meer marktruimte aanwezig voor uitbreiding van het aanbod. In belangrijke mate betreft dit de MRDH.

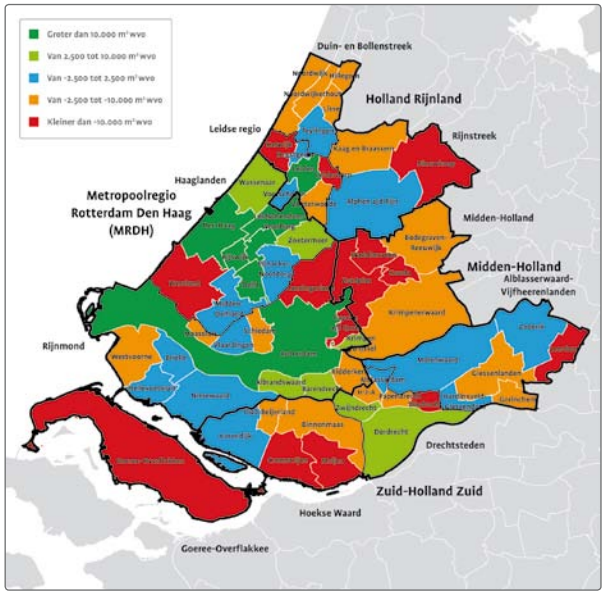
In de branche In en om het huis zijn er grote verschillen tussen de marktruimte per gemeente. In een aantal gemeenten is er een groot overaanbod en in andere juist onder-aanbod, waardoor per saldo het overaanbod in heel Zuid-Holland beperkt blijft tot circa 10.000 m² wvo. Grofweg moet geconstateerd worden dat in de MRDH weinig aanbod en daarbuiten juist relatief veel aanbod is, en er dus sprake is van een onevenwichtige verdeling van het aanbod over de provincie.

Marktruimte 2022 Mode & luxe

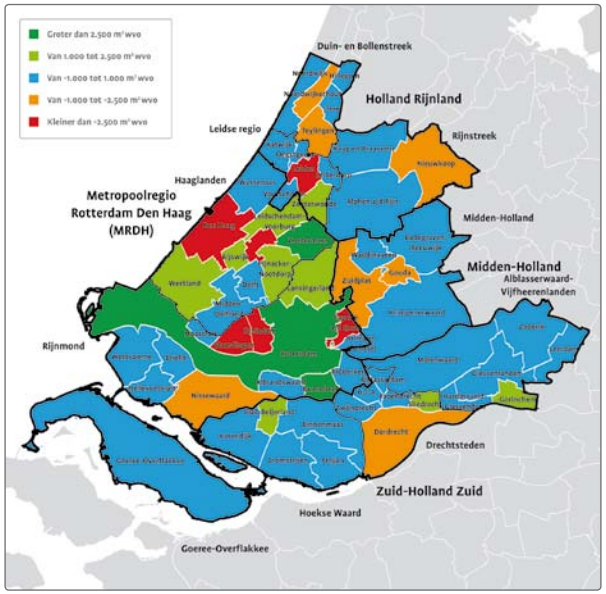


Marktruimte 2022 Vrije tijd

Marktruimte 2022 In en om het huis



Marktruimte 2022 Overig



5.4 Doorkijk naar 2030

De berekeningen van marktruimte in de vorige twee paragrafen zijn gericht op 2022, vijf jaar in de toekomst. De resultaten van het Randstad Koopstromenonderzoek 2016 laten (wederom) zien dat de detailhandelssector dynamisch is en in korte tijd snel kan veranderen. Berekeningen van marktruimte voor 2030 zijn dan ook niet zinvol te maken. Wel kan op basis van trends en ontwikkelingen, en de marktruimte-berekeningen voor 2022 een kwalitatief beeld worden geschetst van de te verwachten ontwikkelingsrichting van marktruimte.

Doorkijk naar 2030 voor dagelijkse sector

Aan de vraagzijde is het verstandig er vanuit te gaan dat de fysieke dagelijkse winkelmarkt niet sterk meer gaat groeien na 2022. De bevolking in Zuid-Holland neemt weliswaar verder toe en op dit moment wint 'food' aan populariteit, maar er moet ook rekening worden gehouden met een scenario waarin online boodschappen-services op de langere termijn een veel grotere rol gaan spelen dan nu het geval is. De grote transitie in de niet-dagelijkse sector kan uiteindelijk ook in de dagelijkse sector plaatsvinden. In welke mate is echter uiterst onzeker, maar dat er een drukkend effect vanuit gaat op de bestedingen in fysieke winkels is waarschijnlijk.

Aan de aanbodzijde zien we dat in veel Zuid-Hollandse gemeenten op dit moment sprake is van marktruimte voor uitbreiding van het dagelijkse winkelaanbod. Als echter alle plannen (hard en zacht) ontwikkeld zouden worden, dan zou in 2022 sprake zijn van een overschot aan meters. De realisatie van alle plannen is echter onzeker. Aanvullend aan de plannen zien we dat de dagelijkse sector in de afgelopen jaren onder andere hard is gegroeid door de schaalvergroting van supermarkten. Veel supermarkten hebben een schaalsprong gemaakt naar een omvang van 1.200 à 1.500 m² wvo. Uiteraard zijn er ook nog veel supermarkten die die schaalsprong nog niet hebben gemaakt maar dat op termijn wel willen doen. Het ligt echter niet in lijn der verwachting dat, mede gelet op de verwachte ontwikkeling van de vraagzijde, er een volgende schaalvergrotingssprong zal plaatsvinden naar nog grotere supermarkten.

Gelet op het voorgaande lijkt er voor de periode na 2022 op provinciaal niveau weinig reden te bestaan om het dagelijkse winkelaanbod kwantitatief verder uit te breiden. Er zijn aanwijzingen die er op duiden dat er op termijn geen marktruimte meer is voor verdere uitbreiding. Dit laat onverlet dat in specifieke lokale situaties wel marktruimte kan bestaan.

Doorkijk naar 2030 voor niet-dagelijkse sector

In grote delen van de provincie is voor 2022 al geen marktruimte voor uitbreiding van het niet-dagelijkse winkelaanbod. Mede gelet op een groot marktaandeel van internet in de toekomst, de bevolkingsontwikkeling en de harde en zachte plannen zal er voor de periode 2022 tot 2030 op provinciaal niveau naar verwachting geen kwantitatieve behoefte bestaan voor uitbreiding van het niet-dagelijkse winkelaanbod. Net als voor de dagelijks sector geldt, geldt ook voor de niet-dagelijkse sector: in specifieke gevallen kan er lokaal voor specifieke branches wel marktruimte aanwezig zijn.

Dit laat onverlet dat de dynamiek in de sector onverminderd door zal gaan. Verouderde concepten en minder courante locaties zullen verdrongen blijven worden door sterkere. Op basis van thans te voorziene ontwikkelingen kan dit ook op termijn, met name in grote binnensteden, leiden tot additionele behoefte, terwijl gelijktijdig sprake is van overschot elders in dezelfde gemeente. Ook opnieuw wijzigend winkelgedrag kan leiden tot wijzigingen in kwalitatieve behoefte aan winkelvastgoed. Op dit moment is er per saldo voor (na) 2030 echter geen aanleiding uit te gaan van een kwantitatieve groei van de behoefte aan

winkels. Afhankelijk van de mate waarin dan reeds transitie heeft plaatsgevonden, ligt eerder een overschot voor de hand.

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

Toenemende vraag naar logistiek vastgoed

6 Beleidsafweging en -advies

6.1 Beleidsuitgangspunten

Doel

Doel van het provinciale beleid zijn krachtige, levendige en goed bereikbare stedelijke en dorpscentra, waar kantoren, horeca, woningen, detailhandel en culturele voorzieningen elkaar versterken (Hoofdlijnenakkoord 2015-2019). De detailhandel vormt een belangrijke pijler binnen de centra en de voorzieningenstructuur als geheel, en daarmee voor het totale woon- en leefklimaat in de provincie. Vitale centra zijn daarnaast van belang als 'imagodragers' van dorp en stad en voor het vestigingsklimaat voor andere sectoren (o.a. wonen, bedrijventerreinen, kantoren).

Opgave

Het koopgedrag en de consumentenvoorkeuren wijzigen, met op termijn grote gevolgen voor de fysieke winkelstructuur. De consument richt zich steeds meer op de grootste binnensteden om te winkelen en/of als vrijetijdsbesteding en op de lokale dorp- en wijkcentra voor boodschappen. Niet-dagelijkse aankopen gaan steeds meer via internet. De positie van de middelgrote centra komt onder druk te staan. Enerzijds komt dit door de sterke groei van het marktaandeel internet-verkopen en anderzijds doordat middel-grote centra hun, in afgelopen decennia versterkte regiopositie deels weer verliezen.

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

- Demografische ontwikkelingen (in sommige regio's groei, in andere krimp; vergrijzing, kleinere huishoudens, diverse leefstijlen);
- Technologische ontwikkelingen (innovatie en toenemende schaal(voordelen) webwinkels en logistiek bestellen/leveren);
- Economische ontwikkeling waarbij stagnatie in detailhandelsbestedingen als gevolg van economische recessie ombuigt in herstel, en toerisme met name in grote steden groeit;
- Groeiende kennis/informatie/mobiliteit van consument, inclusief vitale(re) ouderen stelt hogere eisen aan kwaliteit winkelgebieden;
- Wijzigende vestigingsvoorkeuren en -gedrag van retailorganisaties en investeringskansen voor vastgoedpartijen voor winkelvastgoed;
- Leegstand en uitblijven van investeringen op locaties als gevolg van positieverlies als winkelgebied en daarmee transitieopgave;
- (Toenemende) druk en kansen investeringen op andere locaties als gevolg van sterkere positie als winkelgebied en/of wens behoud van positie/belangen;
- (Toenemende) behoefte aan duurzaam en intensief ruimtegebruik en tegengaan van onnodige (auto)mobiliteit.

Prioriteit: relevant houden van centrumgebieden

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

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

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

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

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

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

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

6.2 Provinciale hoofdwinkelstructuur

Vorig beleid

In het vorige beleid (2012, kaart p. 18) is voor de winkelstructuur gekozen voor een driedeling:

1. Ruimtelijk faciliteren van 11 te ontwikkelen centra (volume-uitbreiding volgens het 'ja- mits-principe);
2. 'Ruimtelijk restrictief beleid ten aanzien van 35 te optimaliseren centra (volume-uitbreiding volgens het nee-tenzij-principe)';
3. 'Beleid gericht op herstructurering van overige aankoopplaatsen (buiten de hoofdstructuur)'.

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

Duidelijkheid en structuur nog steeds gewenst

Gelet op trends uit het KSO 2016 (opgave, verdere positionering) is een dergelijk beleidsmatig 'maatwerk' in hoofdlijnen nog altijd actueel. Ook op dit moment kent Zuid-Holland een relatief grote dynamiek binnen de Nederlandse winkelmarkt met relatief veel nieuwe winkelprojecten en nieuwe winkelformules. Doordat ruimtelijke ordening vooral vraagt om langetermijndenken en ruimtelijke keuzes op termijn onomkeerbare gevolgen kunnen hebben, is het in een tijd van grote veranderingen verstandig niet mee te gaan met "de waan van de dag", maar vast te houden aan een duidelijk en consistent (ruimtelijk) beleidskader. Een consequente overheid voor de markt is gewenst.

'Nieuwe' criteria

Op basis van actuele cijfers (zie voorgaande hoofdstukken) kan opnieuw beoordeeld worden wat de positie van de afzonderlijke centra is en welke indeling voor de komende periode passend is. Belangrijke criteria daarbij zijn*:

- Omvang/kritische massa huidig aanbod;
- Huidige regionale functie (toevloeiing);
- Economisch functioneren (bestedingen/m² wvo);
- Prognose bevolkingsontwikkeling 2022;
- Marktpotenties op basis van toekomstig bevolkingsdraagvlak en kooporiëntaties;
- Bijzondere onderscheidende attractiviteit/ stedenbouwkundige/historische kwaliteit.

Verschillende groepen centra

De resultaten van het KSO 2016 laten zien dat vooral de grotere centra met voldoende kritische massa nog veel worden bezocht voor niet-dagelijkse artikelen en dat middelgrote centra een minder grote regionale rol vervullen.

De 11 te ontwikkelen centra uit het vorige beleid vormen nog steeds de grootste centra en hebben allemaal een substantiële toevloeiing van koopkracht van buiten de eigen gemeente. Bovendien functioneren deze centra bijna allemaal bovengemiddeld en hebben de betreffende gemeenten bijna allemaal, op basis van huidige koopstromen, marktruimte voor uitbreiding van het winkelaanbod (voor 2022).

Enige nuance geldt voor de binnensteden van Dordrecht en Gouda. Deze twee centra hebben welliswaar de kritische massa en regionale positie die ook de overige negen centra hebben, maar het huidig functioneren is matig en er is een negatieve marktruimte (ook zonder de harde en zachte plannen mee te tellen). Deze twee centra wijken daardoor substantieel

* Leegstand is niet opgenomen als variabele omdat deze mede afhankelijk is van de locatie en oorzaak van leegstand binnen centra. Voor positiebepaling van centra als geheel is leegstand derhalve geen betrouwbare variabele (zie ook hoofdstuk 4).

af van de overige negen centra. Anders dan bij de andere grote centra speelt hier de opgave om in te spelen op het afnemende draagvlak en het nu reeds matig economisch functioneren. In Gouda en Dordrecht zijn, in tegenstelling tot veel van de andere grotere centra, ook geen uitbreidingsplannen meer.

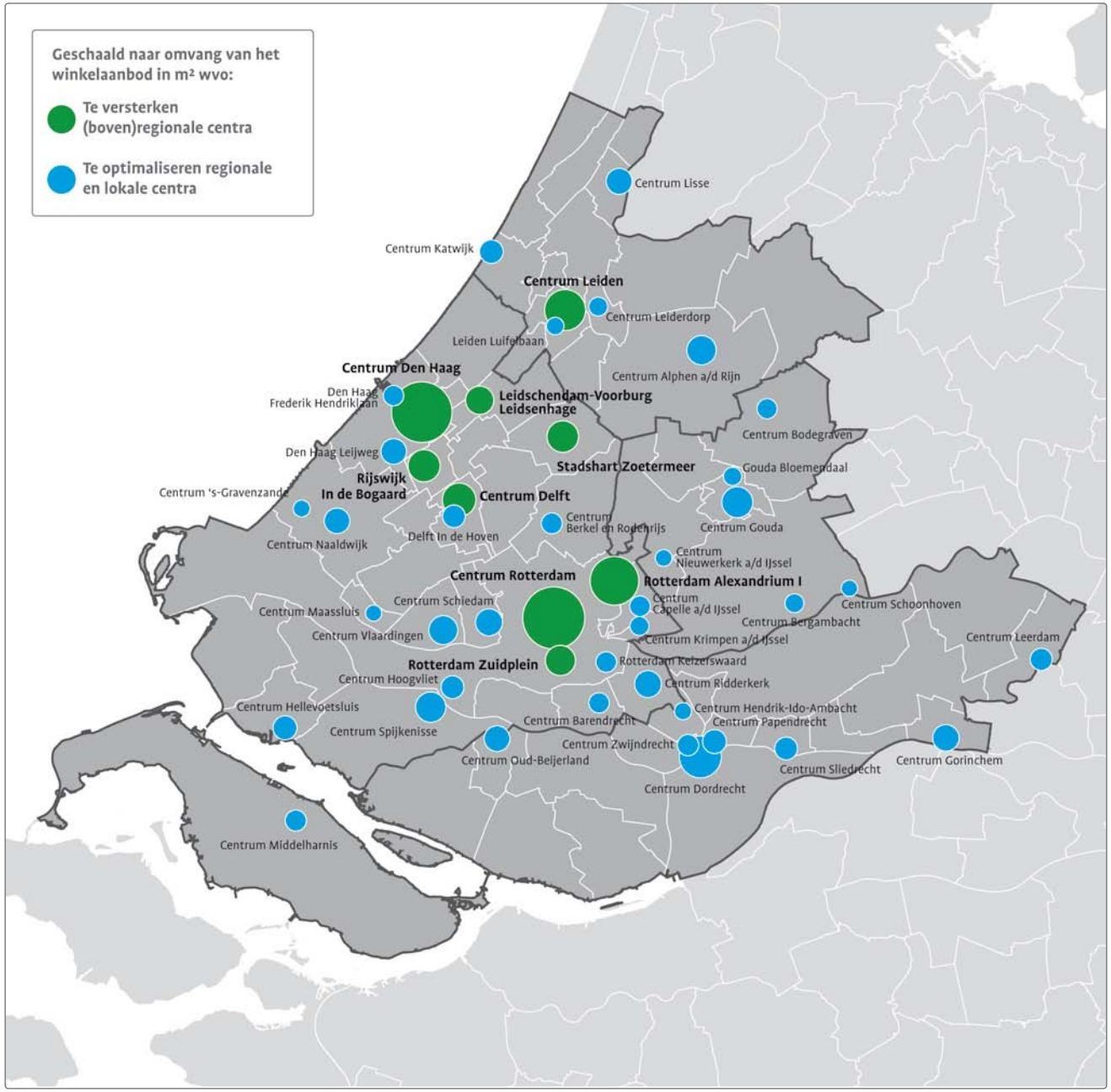
Ook de opvolgende groep centra (Spijkenisse, Schiedam, Vlaardingen, Gorinchem, etc.) verschillen sterk van de 'groep van 9'. Niet alleen zijn deze centra (een stuk) kleiner (zie grafieken pp. 18-20), zij hebben vaak ook een minder grote koopkrachttoevloeiing, de bestedingen per m² wvo liggen op een lager niveau en betreffende gemeenten hebben een negatieve marktruimte (voor 2022).

In de tabel op de volgende twee pagina's is per centrum in de provinciale detailhandelsstructuur aangegeven hoe deze scoort op bovenstaande criteria. Op basis hiervan kan de typering in het vorige beleid worden beoordeeld en eventueel worden bijgesteld.

Advies over nieuwe indeling

Gelet op het voorgaande adviseren wij de driedeling van centra binnen de provinciale winkelstructuur voort te zetten, maar daarbij de driedeling anders in te vullen, en nog explicieter

Provinciale hoofdwinkelstructuur: typering en beleid



Tabel 1 Beoordeling centra in provinciale detailhandelsstructuur*

Winkelgebied	Plaats	Typering vorig beleid	Kritische massa	Regionale positie	Bestedingen per m² wvo in niet-dagelijkse sector	Marktruimte gemeente in niet-dagelijkse sector	Stedenbouwkundige/ ruimtelijke uitstraling	Advies typering nieuw beleid
Centrum Rotterdam	Rotterdam	Ontwikkelen	++	++	++	++	++	Versterken
Centrum Den Haag	Den Haag	Ontwikkelen	++	+	++	++	++	Versterken
Alexandrium	Rotterdam	Ontwikkelen	++	++	++	++	0	Versterken
Centrum Delft	Delft	Ontwikkelen	+	++	+	++	++	Versterken
Centrum Zoetermeer	Zoetermeer	Ontwikkelen	+	++	++	++	0	Versterken
Leidsenhage	Leidschendam	Ontwikkelen	+	++	++	++	0	Versterken
Centrum Leiden	Leiden	Ontwikkelen	++	++	-	+	++	Versterken
In de Boogaard	Rijswijk	Ontwikkelen	+	++	+	++	0	Versterken
Zuidplein	Rotterdam	Ontwikkelen	+	0	++	++	0	Versterken
Keizerswaard	Rotterdam	Optimaliseren	0	0	++	++	0	Optimaliseren
Centrum Dordrecht	Dordrecht	Ontwikkelen	++	++	-	-	++	Optimaliseren
Centrum Hellevoetsluis	Hellevoetsluis	Optimaliseren	0	++	++	0	0	Optimaliseren
Leijweg	Den Haag	Optimaliseren	0	0	++	++	0	Optimaliseren
Luifelbaan Leiden	Leiden	Optimaliseren	0	0	++	+	0	Optimaliseren
Centrum Hoogvliet	Hoogvliet	Optimaliseren	0	0	+	++	0	Optimaliseren
Centrum Alphen aan den Rijn	Alphen aan den Rijn	Optimaliseren	+	+	+	-	+	Optimaliseren
Frederik Hendriklaan	Den Haag	Optimaliseren	0	0	+	++	0	Optimaliseren
Centrum Krimpen aan den IJssel	Krimpen aan den IJssel	Optimaliseren	0	+	+	+	0	Optimaliseren
Centrum Gouda	Gouda	Ontwikkelen	+	++	-	--	++	Optimaliseren
In de Hoven	Delft	Optimaliseren	0	0	-	++	0	Optimaliseren
Centrum Gorinchem	Gorinchem	Optimaliseren	0	++	--	-	++	Optimaliseren
Centrum Zwijndrecht	Zwijndrecht	Optimaliseren	0	+	0	0	0	Optimaliseren
Centrum Maassluis	Maassluis	Optimaliseren	0	+	-	-	++	Optimaliseren
Bloemendaal	Gouda	Optimaliseren	0	0	++	--	0	Optimaliseren
Centrum Naaldwijk	Naaldwijk	Optimaliseren	0	0	+	-	0	Optimaliseren

Winkelgebied	Plaats	Typering vorig beleid	Kritische massa	Regionale positie	Bestedingen per m² wvo in niet-dagelijkse sector	Marktruimte gemeente in niet-dagelijkse sector	Stedenbouwkundige/ ruimtelijke uitstraling	Advies typering nieuw beleid
Centrum Vlaardingen	Vlaardingen	Optimaliseren	+	0	-	-	+	Optimaliseren
Centrum Ridderkerk	Ridderkerk	Optimaliseren	0	+	-	0	0	Optimaliseren
Centrum Lisse	Lisse	Optimaliseren	0	++	-	-	0	Optimaliseren
Centrum Spijkenisse	Spijkenisse	Optimaliseren	+	0	-	-	0	Optimaliseren
Centrum Berkel en Rodenrijs	Berkel en Rodenrijs	Optimaliseren	0	0	0	-	0	Optimaliseren
Centrum Barendrecht	Barendrecht	Optimaliseren	0	0	--	+	0	Optimaliseren
Centrum Oud-Beijerland	Oud-Beijerland	Optimaliseren	0	++	--	-	0	Optimaliseren
Centrum Leerdam	Leerdam	Optimaliseren	0	++	--	--	+	Optimaliseren
Centrum 's-Gravenzande	's-Gravenzande	Optimaliseren	0	0	-	-	0	Optimaliseren
Centrum Schiedam	Schiedam	Optimaliseren	0	0	--	-	+	Optimaliseren
Centrum Leiderdorp	Leiderdorp	Optimaliseren	0	+	-	--	0	Optimaliseren
Centrum Papendrecht	Papendrecht	Optimaliseren	0	+	--	-	0	Optimaliseren
Centrum Schoonhoven	Schoonhoven	Optimaliseren	0	0	--	--	++	Optimaliseren
Centrum Katwijk	Katwijk	Optimaliseren	0	0	-	--	0	Optimaliseren
Centrum Bodegraven	Bodegraven	Optimaliseren	0	0	--	-	0	Optimaliseren
Centrum Hendrik-Ido-Ambacht	Hendrik-Ido-Ambacht	Optimaliseren	0	0	--	-	0	Optimaliseren
Centrum Nieuwerkerk aan den IJssel	Nieuwerkerk aan den IJssel	Optimaliseren	0	0	--	-	0	Optimaliseren
Centrum Sliedrecht	Sliedrecht	Optimaliseren	0	+	--	--	0	Optimaliseren
Centrum Bergambacht	Bergambacht	Optimaliseren	0	+	--	--	0	Optimaliseren
Centrum Middelharnis	Middelharnis	Optimaliseren	0	0	--	--	0	Optimaliseren

* De criteria zijn als volgt beoordeeld. Kritische massa: ++ voor centra groter dan 60.000 m² wvo, + voor centra tussen de 30.000 en 60.000 m² wvo, 0 voor alle overige centra; Regionale positie: ++ voor centra met meer dan 40% toevloeiing van bestedingen, + voor centra met 30% tot 40% toevloeiing van bestedingen, 0 voor alle overige centra; Bestedingen per m² wvo in niet-dagelijkse sector: indeling zoals op de kaart op p. 25 is weergegeven; Marktruimte gemeente in niet-dagelijkse sector: indeling zoals op de kaart op p. 42 is weergegeven; Stedenbouwkundige/ruimtelijke uitstraling: kwalitatieve beoordeling waarbij alle centra in principe met een 0 zijn beoordeeld, en alleen bij een aantrekkelijke tot zeer aantrekkelijke (niet per sé historische) uitstraling met een + of ++ zijn beoordeeld.

in te zetten op versterking binnen centra en op afbouw en transitie van randgebieden en daarbuiten. Daarnaast adviseren wij de binnensteden van Gouda en Dordrecht te 'verschuiven' naar de te optimaliseren centra. Voorgesteld wordt uit te gaan van:

1. 9 te versterken (boven)regionale centra: faciliteren in versterking van hun (boven-) regionale positie (inbreiding in bestaand stedelijk gebied), kwantitatieve en kwalitatieve versterking mogelijk (binnen marktruimte);
2. 37 te optimaliseren regionale en lokale centra: inzetten op compacte winkel-gebieden en faciliteren van transitie van randgebieden (centrumvisie), in principe geen kwantitatieve versterking;
3. Overige lokale (dorps-, wijk- en buurt-) centra: faciliteren in behoud van lokaal-verzorgende functie, mogelijk herzien positie binnen lokale detailhandelstructuur.

Bovenstaande impliceert de keuze om de grote winkelgebieden, waar de consument zich steeds sterker op richt, niet op slot te zetten om de consument "te dwingen" in middelgrote centra te blijven winkelen. Het huidige naast elkaar bestaan van 'sterk'- en 'zwak'-functione-rende centra (paragraaf 3.3) en nabij elkaar gelegen gemeenten met veel en weinig marktpotenties (o.a. paragraaf 6.3) illustreert dat bestedingen zich niet evenwichtig laten verdelen over centra.

Wel kan geprobeerd worden om de onderlinge herpositionering van centra, waaronder de onvermijdelijke positievermindering van veel middelgrote centra, niet onnodig te versnellen door in centra 'boven de huidige marktpotenties' uit te groeien.

Rol provincie: prioriteit bij 'optimaliseren'

De 9 te versterken (boven)regionale centra hebben een dermate sterke uitgangspositie dat zij in beginsel in staat moeten worden geacht op eigen kracht hun positie te behouden en te versterken, en dat daar een toetsende (of eventueel 'meepoetsende') rol van de provincie volstaat.

De 37 te optimaliseren regionale en lokale centra staan echter, afhankelijk van de lokale situatie, voor ingrijpende transitieopgaven die de detailhandelssector en de slagkracht van lokale partijen in veel gevallen overstijgen. Het verdient aanbeveling dat de provincie in haar geactualiseerde beleid prioriteit geeft aan deze 37 centra, bij deze centra een stimulerende rol inneemt en betrokken gemeenten actief met een instrumentarium te hulp komt om de maat-schappelijke opgave met betrokken partijen aan te pakken. Onderdeel daarvan is onder andere te komen tot een uitvoeringsprogramma om gemeenten te helpen (dreigende) leegstand aan te pakken. Een dergelijk programma bestaat naar verwachting uit het maken van ruimtelijke keuzes (o.a. afbakening centrumgebied), maar ook uit aanpalend beleid. Met betrokken gemeenten zal moeten worden gezocht naar een maatwerk-instrumentarium.

Door de beperktere omvang van de overige lokale centra staan die centra in mindere mate voor ingrijpende transitieopgaven dan de 37 te optimaliseren centra. De provincie heeft bij die lokale centra ook nu al een beperkte toetsende rol. In sommige situaties kan er zich echter ook daar een relatief grote transitieopgave voordoen die een rol voor de provincie vraagt. Eventueel kan dan flexibel/op maat worden aangesloten bij het op te stellen instrumentarium van de 37 te optimaliseren centra.

6.3 Provinciale PDV/GDV-structuur

Primaat bij centrumgebieden
In het provinciale detailhandelsbeleid adviseren wij het primaat te leggen bij centrumgebieden. Daarmee wordt een bijdrage geleverd aan het totale woon- en leefklimaat van de provincie. Om centrumgebieden aantrekkelijk en vitaal te houden, is het van belang ze relevant te houden voor (toekomstige) inwoners en ondernemers. Bezoekersaantallen en passantenstromen kunnen op peil gehouden worden door publiekaantrekkende functies zoveel mogelijk te bundelen in compacte centra. Daartoe zijn in beginsel geen nieuwe ontwikkelingen buiten bestaande winkelgebieden gewenst.

Uitzondering voor volumineuze detailhandel
In het vorige beleid van de provincie zijn 32 PDV-locaties aangewezen als opvanglocaties voor winkels die, vanwege de aard en omvang van de winkel en het gevoerde assortiment, moeilijk inpasbaar zijn in centrumgebieden (woninginrichting, doe-het-zelf, tuincentra). Deze PDV-locaties vormen een uitzondering op de regel dat winkels in winkelgebieden thuis horen. Doordat het een uitzondering betreft, hebben deze opvanglocaties ook een andere status in het beleid.

Matig functioneren hoeft geen probleem te zijn
Een belangrijk verschil tussen PDV-locaties en centrumgebieden is de maatschappelijke impact. Waar leegstand in, en matig functioneren en verloedering van centrumgebieden een breed maatschappelijk probleem is dat van invloed is op de leefbaarheid in stedelijke gebieden, geldt dat op PDV-locaties in veel mindere mate. Vaak zijn PDV-locaties gelegen op bedrijventerreinen en/of aan de rand van stedelijk gebied. Leegstand, verloedering en matig functioneren levert daardoor vooral een probleem op voor de betreffende locaties zelf, maar in veel mindere mate een breed maatschappelijk probleem.

Blijven inzetten op branchebeperkingen
Door veranderingen in de winkelmarkt staan centrumgebieden onder toenemende druk. Dit vraagt om een daarop afgestemd PDV/GDV-beleid. Wij adviseren de provincie Zuid-Holland om de aangewezen PDV-locatie ook in de toekomst te blijven gebruiken als opvanglocaties voor winkels die, vanwege de aard en omvang van de winkel en het gevoerde assortiment, moeilijk inpasbaar zijn in centrumgebieden. Dit houdt in dat PDV-locaties bestemd blijven voor winkels in de volumineuze branches woninginrichting, doe-het-zelf en tuincentra, en dat deze winkels grootschalig moeten zijn (> 1.000 m² bvo). Kleinere winkels zijn immers inpasbaar in bestaande winkelgebieden.

Daarnaast adviseren wij om, gelet op het ruime aanbod in de volumineuze branches, in algemene zin geen uitbreiding van het volumineuze aanbod na te streven of nieuwe PDV-locaties aan te wijzen. Dit is in lijn met het vorige beleid van de provincie.

Voor de drie GDV-locaties in de provincie Zuid-Holland adviseren wij hun gebruiksmogelijkheden niet verder te verruimen en alleen toevoegingen in volumineuze branches toe te staan. Er is geen aanleiding het aantal GDV-locaties verder uit te breiden. Grootschalige winkels in niet-volumineuze branches, zoals sport, spel en elektronica, hebben niet alleen een meerwaarde en veelal een voorkeur voor centrumgebieden, maar blijken ook uitstekend inpasbaar in reguliere centrumgebieden.

Druk voor soepelere regelgeving
Doordat ook het functioneren van PDV-locaties onder druk staat, bestaat er vanuit de markt (met name betrokken vastgoedeigenaren) vraag naar soepelere regelgeving voor PDV-locaties. Dit uit zich vaak in de wens voor branche-verruiming, functieverbreding en het toestaan

van kleinere winkels. Soms willen ook (buitenlandse) retailorganisaties een positie verwerven met de concurrentievoordelen van zo'n goedkopere en minder complexe locatie. Wij adviseren de provincie Zuid-Holland om desondanks in te blijven zetten op de reeds bestaande heldere regelgeving, om zodoende het primaat in het beleid te houden bij centrumlocaties, een en ander met de filosofie dat leegstand in centra meer ongewenst is dan leegstand op PDV-locaties.

Beleidsmatig te versterken locaties

Parlevliet heeft in opdracht van de provincie Zuid-Holland alle PDV-locaties ingedeeld naar kansrijk, kanshebbend en kansarm. Zoals in paragraaf 3.3 reeds is aangegeven, dient een dergelijke indeling genuanceerd te worden beoordeeld, mede doordat de indeling is gebaseerd op niet alle (huidig) beschikbare informatie. In de tabel op de volgende pagina's is de beoordeling van Parlevliet aangevuld met resultaten op basis van het Randstad Koopstromenonderzoek 2016 (regionale positie, economisch functioneren niet-dagelijkse sector, marktruimte branche In en om het huis).

In de provincie Zuid-Holland zijn drie PDV-locaties die vanwege hun kritische massa, goede bereikbaarheid, nabijheid van grote bevolkingsconcentraties en ligging ten opzichte van vergelijkbare PDV-locaties beleidsmatig kunnen worden versterkt: Rotterdam Alexandrium, Den Haag Megastores en Sliedrecht Nijverwaard. Elk van deze PDV-locaties heeft een grote regionale functie. Deze regionale functie kan verder versterkt worden. Voor elk van de drie locaties zijn andere acties gewenst. Zo ligt er voor Nijverwaard vooral een opgave te komen tot een betere ruimtelijke samenhang en kwaliteit om zo de synergie tussen winkels te versterken, en kan voor Megastores gezocht worden naar een meer aansprekende en consistente invulling.

Overige locaties

Louter vanuit het detailhandelsbeleid gezien, zijn er weinig inspanningen nodig voor overige PDV-locaties. Beleidsmatig is geen versterking van die locaties gewenst. De locaties blijven de opvanglocaties voor grootschalige winkels in de volumineuze sector. Sommige locaties zullen deze functie succesvol weten te behouden. Andere locaties functioneren minder goed en zullen (langzaam) verzwakken.

Vanuit andere motieven dan sec de detailhandelsstructuur kan verkleining of functiewijziging van een (matig functionerende) PDV-locatie echter gewenst zijn. Met name voor PDV-locaties in gebieden waar een woningbouwbehoefte is, waar behoefte is aan (logistieke) bedrijventerreinen of waar een mobiliteitsprobleem is, kan gewerkt worden aan transformatie van de PDV-locatie. Lokaal zal nagedacht moeten worden over de wijze waarop de transitieopgave het beste ingevuld kan worden. Dit kan per locatie verschillen en is mede afhankelijk van de omvang van de opgave en het aanwezige vastgoed, en van andere beleidsvelden (wonen, werken, logistiek, mobiliteit). Afhankelijk van de (omvang van de) opgave kan de provincie hierin een nader te bepalen rol aannemen.

Bouwmarkten en tuincentra

In aanvulling op het concentratiebeleid van volumineuze branches op PDV-locaties kunnen bouwmarkten en tuincentra ook buiten PDV-locaties worden toegestaan, om zo te zorgen voor spreiding van deze voorzieningen. Per geval zal moeten worden afgewogen of er kwantitatieve en kwalitatieve behoefte is en of de beoogde nieuwe locatie van toegevoegde waarde is op de voorzieningenstructuur voor de consument.

Tabel 2 Beoordeling PDV/GDV-locaties in provinciale detailhandelsstructuur*

Winkelgebied	Plaats	Typering Parlevliet	Kritische massa (Parlevliet)	Compleetheid en onderscheidendheid (Parlevliet)	Leegstand (Parlevliet)	Regionale positie (DTNP)	Bestedingen per m² wvo in niet-dagelijkse sector (DTNP)	Marktruimte gemeente in branche In en om het huis (DTNP)	Voorgesteld beleid
Alexandrium	Rottedam	Kansrijk	++	+	++	++	++	++	Te versterken
IKEA Delft	Delft	Kansrijk	+	+	++	n.b.	0	++	Geen actief beleid
Megastores	Den Haag	Kanshebbend	++	+	--	0	++	++	Te versterken
Woonboulevard Spijkenisse	Spijkenisse	Kanshebbend	+	+	-	+	++	0	Geen actief beleid
Hoogstad	Vlaardingen	Kanshebbend	-	+	+	+	++	0	Geen actief beleid
Leeuwenstein	Delft	Kansarm	-	+	-	0	++	++	Geen actief beleid
Rijneke-boulevard	Zoeterwoude	Kansrijk	+	+	++	++	-	-	Geen actief beleid
Lammen-schansweg	Leiden	Kansarm	-	-	0	0	++	++	Geen actief beleid
Spijksepoort	Gorinchem	Kanshebbend	-	+	+	+	+	-	Geen actief beleid
Korendreef	Middelharnis	Kanshebbend	--	+	++	n.b.	0	0	Geen actief beleid
Vaanpark	Barendrecht	Kansarm	+	-	0	++	0	+	Geen actief beleid
Nijverwaard	Sliedrecht	Kansrijk	++	+	+	++	--	--	Te versterken
Baanderij	Leiderdorp	Kanshebbend	+	-	+	++	+	--	Geen actief beleid
Reijerwaard	Barendrecht	Kanshebbend	+	+	-	++	--	+	Geen actief beleid
Woonhart	Zoetermeer	Kansarm	-	+	-	0	0	+	Geen actief beleid
Stadionweg	Rotterdam	Kansarm	--	-	+	n.b.	0	++	Geen actief beleid
Industriestraat	Naaldwijk	Kansarm	-	+	-	0	++	--	Geen actief beleid
Euromarkt	Alphen aan den Rijn	Kansarm	-	+	--	0	+	0	Geen actief beleid
Woonstrada	Strijen	Kansarm	-	+	0	n.b.	0	--	Geen actief beleid
Moerman	Hellevoetsluis	Kansarm	-	-	++	+	--	0	Geen actief beleid
Woonboulevard Dordt	Dordrecht	Kansarm	-	-	-	0	0	+	Geen actief beleid

Winkelgebied	Plaats	Typering Parlevliet	Kritische massa (Parlevliet)	Compleetheid en onderscheidendheid (Parlevliet)	Leegstand (Parlevliet)	Regionale positie (DTNP)	Bestedingen per m² wvo in niet-dagelijkse sector (DTNP)	Marktruimte gemeente in branche In en om het huis (DTNP)	Voorgesteld beleid
Marconiplein / Bigshops Parkboulevard	Rotterdam	Kansarm	--	--	0	n.b.	0	++	Geen actief beleid
GoStores	Gouda	Kanshebbend	+	+	-	+	--	--	Geen actief beleid
Meubelplein	Leiderdorp	Kanshebbend	+	+	-	++	--	--	Geen actief beleid
Nieuw Schaijk	Leerdam	Kansarm	-	+	-	n.b.	0	--	Geen actief beleid
Woonboulevard De Bosschen	Oud-Beijerland	Kanshebbend	--	-	++	+	--	-	Geen actief beleid
't Heen	Katwijk	Kansarm	+	-	--	0	0	--	Geen actief beleid
Capelle XL	Capelle aan den IJssel	Kansarm	+	-	--	++	0	--	Geen actief beleid
Kolkplein	Spijkenisse	Kansarm	--	--	0	n.b.	0	0	Geen actief beleid
Donkersloot	Ridderkerk	Kansarm	--	--	0	+	0	-	Geen actief beleid
Elektraweg	Maassluis	Kansarm	--	--	-	n.b.	+	-	Geen actief beleid
Cromstrijen	Numansdorp	Kansarm	--	-	-	n.b.	0	--	Geen actief beleid

* De criteria zijn als volgt beoordeeld. Kritische massa, Compleetheid en onderscheidendheid (en leegstand): indeling van Parlevliet; Regionale positie: ++ voor centra met meer dan 50% toevloeiing van bestedingen in de branche In en om het huis, + voor centra met 30% tot 50% toevloeiing van bestedingen in de branche In en om het huis, 0 voor alle overige centra; Bestedingen per m² wvo in niet-dagelijkse sector: indeling zoals op de kaart op p. 30 is weergegeven; Marktruimte gemeente in branche In en om het huis: indeling zoals op de kaart op p. 43 is weergegeven.

6.4 Beleidsimplicaties

Gelet op het beleidsuitgangspunt centrumgebieden relevant te houden en in het kader van duurzaam ruimtegebruik adviseren wij:

- Nieuwe winkelontwikkelingen alleen toe te staan binnen centrumgebieden. Ontwikkelingen dienen in omvang en functie aan te sluiten bij de (toekomstige) verzorgingspositie van het betreffende centrum.
- Behalve in de 9 te versterken centra nieuwe ontwikkelingen alleen toe te staan indien per saldo het winkelaanbod niet wordt uitgebreid. Dit houdt in dat in dergelijke gevallen een nieuwe ontwikkeling gekoppeld wordt aan (beleidsmatige) sanering van winkelmeters elders. Soms is een initiatiefnemer niet bij machte om een directe sanering van winkelmeters op een andere locatie te realiseren. Het is in dergelijke gevallen wel gewenst dat een toekomstige sanering wordt nagestreefd (privaatrechtelijke en publiekrechtelijk), onder andere door in lokaal detailhandelsbeleid voorzienbaarheid te creëren voor een toekomstige functiewijziging in het bestemmingsplan.
- Geen nieuwe ontwikkelingen (extra meters of brancheverruiming) buiten winkelgebieden, waaronder PDV/GDV-locaties. Winkels horen thuis in winkelgebieden. Indien niet inpasbaar binnen de huidige plancapaciteit is alleen een branche binnen de PDV-branches* toegestaan door middel van een branchespecifieke ontheffing, mits aan deze ontwikkeling aantoonbaar behoefte bestaat. Buiten gangbare assortimenten worden geen nevenassortimenten op perifere locaties toegestaan. Op naleving hiervan wordt toegezien (handhavingsplicht). Nevenassortimenten worden beperkt tot maximaal 20% van het winkelvloeroppervlak met een maximum van 250 m² wvo.
- Geen maatwerkregeling in het detailhandelsbeleid op te nemen. Als zich een echt bijzonder initiatief voordoet dat niet past binnen de kaders van het beleid, en het initiatief wordt gewenst gevonden, dan moet op dat moment worden gemotiveerd waarom wordt afgeweken van vigerend beleid. Op voorhand kan echter niet worden ingeschat om wat voor een soort initiatieven het gaat en dus is een maatwerkregeling ook niet zinvol.
- Gemeenten speuren actief naar verborgen en/of niet benutte plancapaciteit voor detailhandel in bestemmingsplannen buiten bestaande winkelgebieden en gaan over tot sanering hiervan. De procedure hiervoor wordt per omgaande of bij de eerstvolgende actualisatie van het bestemmings-/omgevingsplan gestart, uiterlijk binnen 5 jaar. De provincie heeft hierin een stimulerende en toetsende rol.
- Afhaalpunten, waaronder webwinkels met showroom en/of loket, zijn alleen mogelijk in centrumgebieden op locaties waar detailhandel is toegestaan en op grote trafficlocaties**, zoals grotere OV-stations.
- Op trafficlocaties is beperkte detailhandel mogelijk, aansluitend op de hoofdfunctie van de betreffende locatie. Autonome aantrekkingskracht van de detailhandel is ongewenst. Derhalve heeft de detailhandelsactiviteit geen uitstraling als winkel en een beperkt oppervlak van ten hoogste 100 m² brutovloeroppervlak.
- Bewuste houding en inspanningsverplichting gericht op leegstandsbestrijding en transitie van overtollig winkelvastgoed door alternatief publieksgericht programma (maatschappelijke voorzieningen, horeca, leisure, etc.) met prioriteit toe te wijzen aan centrumgebieden (boven nieuwe en/of solitaire locaties).

* Detailhandel in auto's motoren, boten, caravans en tenten, detailhandel in keukens, badkamers, sanitair, tegels, bouwmarkten en andere allround doe-het-zelfzaken, tuincentra, detailhandel in woninginrichting, detailhandel in uitluitend zeer volumineuze artikelen (> 1 m³), brand- en explosiegevaarlijke stoffen, grove bouwmaterialen en landbouwwerktuigen.

** Locatie met veel passanten waar consumenten stoppen/langskomen op weg naar hun bestemming, niet-zijnde (snel)wegen.

Bijlagen

Bijlage 1 Uitbreidingsruimte per gemeente

Gebied	Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 voor realisatie harde en zachte plannen						Harde en zachte plannen in m² wvo (zie bijlage 2)		Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 na realisatie harde en zachte plannen	
	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig	Som niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
MRDH										
Haaglanden										
Delft	7.400	5.850	2.450	83.700	-150	91.850	6.150	1.450	1.300	90.350
Leidschendam-Voorburg	2.400	-1.350	1.500	14.850	1.200	16.200	5.950	17.750	-3.550	-1.550
Midden-Delfland	1.300	50	-150	-2.200	100	-2.200	1.300	13.450	0	-15.650
Pijnacker-Nootdorp	6.500	-2.250	1.350	-1.700	1.100	-1.500	0	2.400	6.500	-3.900
Rijswijk	2.800	-2.500	1.600	17.300	1.100	17.500	4.150	8.050	-1.350	9.450
's-Gravenhage	12.150	-8.750	5.650	63.950	-3.150	57.650	13.550	54.750	-1.450	2.900
Wassenaar	1.150	-900	0	3.350	550	2.950	0	0	1.150	2.950
Westland	8.500	-2.850	3.800	-12.000	1.700	-9.300	6.450	1.950	2.050	-11.300
Zoetermeer	7.300	15.250	4.150	7.250	4.250	30.900	4.150	24.100	3.200	6.800
Totaal Haaglanden	*49.500*	*2.550*	*20.300*	*174.550*	*6.650*	*204.050*	*41.650*	*123.950*	*7.850*	*80.100*
Rijnmond										
Albrandswaard	-550	-850	400	6.300	800	6.700	0	0	-550	6.700
Barendrecht	5.750	-50	-1.550	6.300	4.150	8.900	500	1.100	5.250	7.800
Brielle	-100	-2.400	350	750	450	-850	1.650	0	-1.700	-850
Capelle aan den IJssel	2.550	-400	-250	-23.450	-3.950	-28.050	2.200	2.300	350	-30.350
Hellevoetsluis	250	-550	850	-1.250	450	-450	550	1.250	-300	-1.700
Krimpen aan den IJssel	1.150	-1.750	450	4.950	-150	3.500	4.400	4.350	-3.250	-850
Lansingerland	3.900	-2.400	2.050	-10.900	1.800	-9.400	3.150	1.600	750	-11.000

Gebied	Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 voor realisatie harde en zachte plannen						Harde en zachte plannen in m² wvo (zie bijlage 2)		Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 na realisatie harde en zachte plannen	
	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig	Som niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
Maassluis	1.400	-5.800	1.350	-4.250	50	-8.700	1.800	1.550	-400	-10.200
Nissewaard	-450	-8.600	2.100	1.400	-1.350	-6.450	4.400	350	-4.850	-6.800
Ridderkerk	350	-1.700	1.750	-2.600	700	-1.850	0	0	350	-1.850
Rotterdam	-11.250	-13.900	1.650	94.150	5.950	87.800	18.400	38.500	-29.600	49.300
Schiedam	600	-7.400	2.350	-2.800	-3.350	-11.200	0	0	600	-11.200
Vlaardingen	-350	-4.250	0	-200	-2.500	-6.950	0	0	-350	-6.950
Westvoorne	250	-1.900	-500	-5.450	-150	-8.000	0	0	250	-8.000
Totaal Rijnmond	*3.550*	*-51.900*	*11.000*	*63.000*	*2.900*	*25.000*	*37.000*	*51.000*	*-33.450*	*-26.000*
Totaal MRDH	**53.000**	**-49.350**	**31.300**	**237.550**	**9.550**	**229.050**	**78.650**	**174.950**	**-25.650**	**54.100**
Zuid-Holland Zuid										
Alblasserswaard-Vijfheerenlanden										
Giessenlanden	-100	-2.250	-950	-3.050	-300	-6.500	0	0	-100	-6.500
Gorinchem	3.450	-5.000	400	-6.600	1.050	-10.200	3.100	2.000	350	-12.200
Hardinxveld-Giessendam	1.050	-1.150	150	950	-300	-350	0	0	1.050	-350
Leerdam	1.550	-2.700	-4.000	-15.400	-700	-22.800	0	0	1.550	-22.800
Molenwaard	-700	-1.650	-250	-1.250	-100	-3.300	0	0	-700	-3.300
Zederik	450	-750	500	-1.900	-700	-2.900	0	0	450	-2.900
Totaal Alblasserswaard-Vijfheerenlanden	*5.700*	*-13.500*	*-4.200*	*-27.250*	*-1.100*	*-46.000*	*3.100*	*2.000*	*2.600*	*-48.000*
Drechtsteden										
Alblasserdam	1.500	-2.450	-300	-2.350	600	-4.500	1.900	0	-400	-4.500
Dordrecht	3.600	-13.300	-150	3.800	-1.250	-10.950	3.500	1.200	100	-12.150

Gebied	Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 voor realisatie harde en zachte plannen						Harde en zachte plannen in m² wvo (zie bijlage 2)		Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 na realisatie harde en zachte plannen	
	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig	Som niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
Hendrik-Ido-Ambacht	1.400	-2.900	700	-7.150	-150	-9.500	1.600	2.900	-200	-12.350
Papendrecht	200	-5.750	400	-4.200	-800	-10.350	1.300	1.300	-1.100	-11.600
Sliedrecht	450	-4.600	-1.700	-39.450	1.500	-44.250	600	64.000	-150	-108.250
Zwijndrecht	50	-3.450	1.350	3.350	-900	350	1.300	2.700	-1.200	-2.350
Totaal Drechtsteden	*7.200*	*-32.400*	*250*	*-46.000*	*-1.000*	*-79.150*	*10.200*	*72.050*	*-3.000*	*-151.200*
Goeree-Overflakkee										
Goeree-Overflakkee	-1.400	-7.650	-450	-17.650	100	-25.600	0	0	-1.400	-25.600
Totaal Goeree-Overflakkee	*-1.400*	*-7.650*	*-450*	*-17.650*	*100*	*-25.600*	*0*	*0*	*-1.400*	*-25.600*
Hoekse Waard										
Binnenmaas	300	-6.250	-50	-3.400	750	-8.950	1.100	0	-800	-8.950
Cromstrijen	-450	-1.700	500	-13.650	-450	-15.300	0	0	-450	-15.300
Korendijk	-300	-450	-50	-600	200	-900	0	0	-300	-900
Oud-Beijerland	-100	-6.150	400	-6.900	1.500	-11.200	1.200	0	-1.250	-11.200
Strijen	-600	-300	-200	-11.600	-200	-12.300	0	0	-600	-12.300
Totaal Hoekse Waard	*-1.150*	*-14.850*	*600*	*-36.150*	*1.750*	*-48.650*	*2.250*	*0*	*-3.400*	*-48.650*
Totaal Zuid-Holland Zuid	**10.350**	**-68.400**	**-3.800**	**-127.050**	**-200**	**-199.450**	**15.600**	**74.050**	**-5.250**	**-273.500**
Holland Rijnland										
Duin- en Bollenstreek										
Hillegom	1.000	-1.850	350	-9.450	-850	-11.800	0	0	1.000	-11.800
Lisse	-50	-1.000	1.250	-6.050	-950	-6.750	0	0	-50	-6.750
Noordwijk	2.650	-5.600	-750	-3.050	-100	-9.500	0	0	2.650	-9.500

Gebied	Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 voor realisatie harde en zachte plannen						Harde en zachte plannen in m² wvo (zie bijlage 2)		Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 na realisatie harde en zachte plannen	
	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig	Som niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
Noordwijkerhout	-750	-1.600	-3.100	-3.050	-1.500	-9.200	0	0	-750	-9.200
Teylingen	-550	-3.800	-250	1.900	-2.350	-4.450	0	0	-550	-4.450
Totaal Duin- en Bollenstreek	*2.300*	*-13.800*	*-2.500*	*-19.700*	*-5.700*	*-41.700*	*0*	*0*	*2.300*	*-41.700*
Leidse regio										
Katwijk	1.450	-4.800	600	-11.100	-500	-15.750	4.100	6.700	-2.650	-22.450
Leiden	4.500	100	1.600	14.650	-7.900	8.450	2.400	4.700	2.100	3.800
Leiderdorp	3.400	-2.250	700	-23.250	0	-24.750	3.850	3.400	-450	-28.200
Oegstgeest	2.250	-3.750	750	1.700	450	-800	2.400	16.650	-150	-17.450
Voorschoten	400	-1.400	950	1.550	150	1.200	200	450	200	800
Zoeterwoude	-250	-1.350	650	-9.550	1.500	-8.800	1.600	0	-1.850	-8.800
Totaal Leidse regio	*11.700*	*-13.450*	*5.300*	*-26.000*	*-6.300*	*-40.450*	*14.600*	*31.850*	*-2.850*	*-72.300*
Rijnstreek										
Alphen aan den Rijn	2.850	-3.350	-2.300	-500	-50	-6.200	5.000	7.200	-2.150	-13.400
Kaag en Braassem	850	-1.900	550	-5.900	-900	-8.150	2.050	3.200	-1.200	-11.400
Nieuwkoop	350	-1.750	200	-19.500	-1.050	-22.100	0	0	350	-22.100
Totaal Rijnstreek	*4.050*	*-7.000*	*-1.500*	*-25.950*	*-2.000*	*-36.450*	*7.050*	*10.400*	*-3.000*	*-46.850*
Totaal Holland Rijnland	**18.050**	**-34.250**	**1.250**	**-71.600**	**-14.000**	**-118.600**	**21.650**	**42.250**	**-3.600**	**-160.900**
Midden-Holland										
Midden-Holland										
Bodegraven-Reeuwijk	-50	-600	650	-4.950	-150	-5.000	0	0	-50	-5.000
Gouda	2.900	-150	-5.900	-10.450	-1.050	-17.550	7.400	1.300	-4.500	-18.850

Gebied	Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 voor realisatie harde en zachte plannen						Harde en zachte plannen in m² wvo (zie bijlage 2)		Uitbreidingsruimte in m² wvo in 2022 na realisatie harde en zachte plannen	
	Dagelijks	Mode en luxe	Vrije tijd	In en om het huis	Overig	Som niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks	Dagelijks	Niet-dagelijks
Krimpenerwaard	-400	-5.400	-100	-9.450	-350	-15.300	2.050	0	-2.450	-15.300
Waddinxveen	-1.650	-1.000	650	-13.150	-950	-14.450	0	0	-1.650	-14.450
Zuidplas	500	-1.350	0	-11.000	-1.450	-13.850	0	0	500	-13.850
Totaal Midden-Holland	*1.300*	*-8.550*	*-4.700*	*-49.000*	*-3.900*	*-66.250*	*9.450*	*1.300*	*-8.150*	*-67.500*
Totaal Midden-Holland	**1.300**	**-8.550**	**-4.700**	**-49.000**	**-3.900**	**-66.250**	**9.450**	**1.300**	**-8.150**	**-67.500**

Totaal Zuid-Holland	**82.700**	**-160.550**	**24.050**	**-10.150**	**-8.600**	**-155.250**	**125.300**	**292.550**	**-42.600**	**-447.750**

Gemeente	Plaats	Winkelgebied	Status	Omvang in m² wvo		
				Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal
MRDH						
Haaglanden						
Delft	Delft	Centrum Delft / Kruisstraat 71 Lidl-blok	Zacht	2.880	0	2.880
Delft	Delft	Centrum Delft, Spoorzone	Hard	340	1.460	1.800
Delft	Delft	In de Hoven	Hard	1.600	0	1.600
Delft	Delft	Verdiplein Delft	Zacht	600	0	600
Delft	Delft	West, Foreestplein	Zacht	720	0	720
Den Haag	Den Haag	Almeloplein	Hard	400	0	400
Den Haag	Den Haag	Apeldoornselaan-Dierenselaan	Zacht	855	1.145	2.000
Den Haag	Den Haag	Bazar - Stationsweg	Hard	1.615	1.065	2.680
Den Haag	Den Haag	Binckhorst	Zacht	0	5.200	5.200
Den Haag	Den Haag	Centrum Den Haag	Hard	1.825	14.175	16.000
Den Haag	Den Haag	Centrum s Den Haag KJ Plein CS	Hard	230	1.770	2.000
Den Haag	Den Haag	De Savornin Lohmanplein	Hard	340	140	480
Den Haag	Den Haag	Duinzigt / Willem Royaardsplein	Zacht	1.520	0	1.520
Den Haag	Den Haag	Keizerstraat-Badhuisstraat	Hard	1.520	0	1.520
Den Haag	Den Haag	Kijkduin fase II en III	Zacht	1.480	8.920	10.400
Den Haag	Den Haag	Kijkduin Promenade (+fase 1)	Hard	625	3.775	4.400
Den Haag	Den Haag	Paul Krugerlaan / Medina Multiculti	Hard	325	955	1.280
Den Haag	Den Haag	Scheveningen Havenkwartier? -Westduinweg	Hard	0	3.040	3.040
Den Haag	Den Haag	Scheveningen-Haven, De Zuid-Norfolk	Hard	2.815	1.985	4.800
Den Haag	Den Haag	Ypenburgse Poort/ Y-catch	Hard	0	12.600	12.600
Leidschendam-Voorburg	Leidschendam	Damlaan 4-12	Zacht	0	900	900
Leidschendam-Voorburg	Leidschendam	Leidschenhage	Hard	5.945	16.855	22.800

Gemeente	Plaats	Winkelgebied	Status	Omvang in m² wvo		
				Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal
Midden-Delfland	Den Hoorn	Bedrijventerrein Harnaschpolder (Bauhaus)	Hard	0	12.800	12.800
Midden-Delfland	Den Hoorn	Centrum Den Hoorn Zh	Hard	1.275	635	1.910
Pijnacker-Nootdorp	Pijnacker	Boezem-Oost	Hard	0	2.375	2.375
Pijnacker-Nootdorp	Pijnacker	Intratuin, Rijskade 1A, 2641NA	Zacht	0	0	0
Pijnacker-Nootdorp	Pijnacker	Korteweg 2, Pijnacker- Overig	Zacht	0	0	0
Rijswijk Zh	Rijswijk	Haantje	Hard	1.710	0	1.710
Rijswijk Zh	Rijswijk	In de Boogaard	Hard	350	1.160	1.510
Rijswijk Zh	Rijswijk	In de Boogaard	Zacht	2.095	6.905	9.000
Westland	De Lier	Centrum De Lier	Hard	740	0	740
Westland	Honselersdijk	Centrum Honselersdijk	Hard	560	0	560
Westland	Naaldwijk	Centrum Naaldwijk	Hard	3.750	0	3.750
Westland	‘s-Gravenzande	Centrum ‘s-Gravenzande	Hard	1.400	1.960	3.360
Zoetermeer	Zoetermeer	(Stadscentrum -Dorpsstraat) Dobbegebied	Zacht	175	400	575
Zoetermeer	Zoetermeer	Croesinckplein /Palenstein	Hard	1.550	0	1.550
Zoetermeer	Zoetermeer	Noordhove	Hard	640	0	640
Zoetermeer	Zoetermeer	Stadscentrum Oost / Cadenza	Hard	435	2.505	2.945
Zoetermeer	Zoetermeer	Stadscentrum; Stadshart intensiveren	Zacht	1.185	6.815	8.000
Zoetermeer	Zoetermeer	Stationsgebied Zoetermeer/Boerhavelaan	Hard	145	0	145
Zoetermeer	Zoetermeer	Woonhart HOM	Zacht	0	14.400	14.400
Totaal Haaglanden				41.645	123.940	165.590

Rijnmond						
Barendrecht	Barendrecht	Centrum Barendrecht (Middenbaan, Achterom, Onderlangs)	Hard	505	1.095	1.600
Brielle	Brielle	Centrum Brielle	Hard	1.440	0	1.440
Brielle	Brielle	Zuurland	Zacht	205	0	205
Capelle aan den IJssel	Capelle aan den IJssel	Centrum Capelle ad IJssel Koperwiek	Hard	1.015	1.945	2.960

Gemeente	Plaats	Winkelgebied	Status	Omvang in m² wvo		
				Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal
Capelle aan den IJssel	Capelle aan den IJssel	De Terp	Hard	1.185	360	1.545
Hellevoetsluis	Hellevoetsluis	De Struytse Hoek, uitbr.	Zacht	560	1.240	1.800
Krimpen aan den IJssel	Krimpen aan den IJssel	Centrum (Crimpenhof)	Zacht	3.240	3.760	7.000
Krimpen aan den IJssel	Krimpen aan den IJssel	De Korf	Zacht	1.160	590	1.750
Lansingerland	Berkel En Rodenrijs	Centrum Berkel en Rodenrijs	Hard	2.800	1.600	4.400
Lansingerland	Bleiswijk	Centrum Bleiswijk	Hard	330	0	330
Maassluis	Maassluis	Koningshoek	Hard	1.420	1.540	2.960
Maassluis	Maassluis	Steendijkpolder	Hard	365	0	365
Nissewaard	Heenvliet	wc Heenvliet	Zacht	500	0	500
Nissewaard	Spijkenisse	Maaswijk (=fase III=zacht)	Hard	1.255	345	1.600
Nissewaard	Spijkenisse	Sterrenhof Spijkenisse	Hard	2.640	0	2.640
Rotterdam	Rotterdam	Campus Woudestein	Hard	2.080	0	2.080
Rotterdam	Rotterdam	Centrum Rotterdam	Hard	1.840	12.160	14.000
Rotterdam	Rotterdam	Centrum Rotterdam	Zacht	210	1.390	1.600
Rotterdam	Rotterdam	Centrum Rotterdam	Zacht	420	2.780	3.200
Rotterdam	Rotterdam	Coolsingel	Zacht	105	695	800
Rotterdam	Rotterdam	Katendrecht-Kern Fenixloods I	Hard	180	0	180
Rotterdam	Rotterdam	Katendrecht-Pols	Hard	5.200	5.200	10.400
Rotterdam	Rotterdam	Rotterdam Airport	Hard	2.000	0	2.000
Rotterdam	Rotterdam	Rotterdam Alexandrium	Hard/Zacht	880	11.120	12.000
Rotterdam	Rotterdam	Rotterdam Oude Noorden	Hard	235	565	800
Rotterdam	Rotterdam	Rotterdam Zuidplein	Hard	985	4.615	5.600
Rotterdam	Rotterdam	Tamboer-locatie Nieuw Crooswijk	Zacht	2.320	0	2.320
Rotterdam	Rotterdam	Winkelpromenade Zuidwijk	Hard	1.920	0	1.920
Rotterdam	Rotterdam	Zevenkamp Easy shopping (vh Ambachtsplein)	Hard	0	0	0
Totaal Rijnmond				36.995	51.000	87.995
Totaal MRDH				**78.640**	**174.940**	**253.585**

Gemeente	Plaats	Winkelgebied	Status	Omvang in m² wvo		
				Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal
Zuid-Holland Zuid						
Alblasserwaard-Vijfheerenlanden						
Gorinchem	Gorinchem	Hoog Dalem	Hard	3.110	1.990	5.095
Totaal Alblasserwaard-Vijfheerenlanden				3.110	1.990	5.095
Drechtsteden						
Alblasserdam	Alblasserdam	Centrum Alblasserdam	Hard	1.920	0	1.920
Dordrecht	Dordrecht	Damplein	Hard	560	0	560
Dordrecht	Dordrecht	Leerpark	Hard	1.260	0	1.260
Dordrecht	Dordrecht	Stadswerven	Hard	480	0	480
Dordrecht	Dordrecht	Sterrenburg / De Kokplein	Hard	1.200	1.200	2.400
Hendrik-Ido-Ambacht	Hendrik-Ido-Ambacht	Centrum HI Ambacht De Schoof	Hard	1.620	2.880	4.500
Papendrecht	Papendrecht	Markt van Matena	Zacht	1.275	1.275	2.555
Sliedrecht	Sliedrecht	Centrum Sliedrecht (met Burg Winklerplein e.o.)	Zacht	605	1.795	2.400
Sliedrecht	Sliedrecht	Nijverwaard	Hard	0	62.200	62.200
Zwijndrecht	Zwijndrecht	Centrum Zwijndrecht Walburg	Zacht	1.285	2.715	4.000
Totaal Drechtsteden				10.205	72.205	82.275
Goeree-Overflakkee						
Geen plannen				0	0	0
Totaal Goeree-Overflakkee				0	0	0
Hoekse Waard						
Binnenmaas	Mijnsheerenland	Centrum Mijnsheerenland Dorpshart	Hard	1.080	0	1.080
Korendijk	Korendijk	Nieuw-Beijerland, Kerkstraat	Zacht	0	0	0
Oud-Beijerland	Oud-Beijerland	Zoomwijk De Open Waard (nieuw)	Hard	1.190	0	1.190
Totaal Hoekse Waard				2.270	0	2.270
Totaal Zuid-Holland Zuid				**15.585**	**74.055**	**89.640**

Gemeente	Plaats	Winkelgebied	Status	Omvang in m² wvo		
				Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal
Holland Rijnland						
Duin- en Bollenstreek						
Geen plannen				0	0	0
Totaal Duin- en Bollenstreek				0	0	0
Leidse regio						
Katwijk Zh	Katwijk Zh	Ambachtsweg	Hard	0	3.600	3.600
Katwijk Zh	Valkenburg	Nieuw Valkenburg	Zacht	4.105	3.095	7.200
Leiden	Leiden	Bio Science Park Entree	Zacht	480	0	480
Leiden	Leiden	Centrum Leiden	Hard	1.005	3.555	4.560
Leiden	Leiden	Centrum Leiden	Hard	320	1.120	1.440
Leiden	Leiden	Stevensbloem	Hard	600	0	600
Leiderdorp	Leiderdorp	Amaliaplein/Oranjegalerij (Lidl)	Zacht	1.200	0	1.200
Leiderdorp	Leiderdorp	Centrum Leiderdorp	Hard	2.665	3.415	6.080
Oegstgeest	Oegstgeest	Bedrijventerrein MEOB, bouwmarkt	Zacht	0	6.240	6.240
Oegstgeest	Oegstgeest	Bedrijventerrein MEOB, tuincentrum	Zacht	0	10.400	10.400
Oegstgeest	Oegstgeest	Nieuw Rhijngeest fase 6 AB (BDP)	Hard	2.400	0	2.400
Voorschoten	Voorschoten	Centrum Voorschoten	Hard	210	430	640
Zoeterwoude	Zoeterwoude	Hoge Rijndijk Zoeterwoude	Hard	1.600	0	1.600
Totaal Leidse regio				14.585	31.855	89.640
Rijnstreek						
Alphen Aan Den Rijn	Alphen Aan Den Rijn	Centrum Alphen aan den Rijn	Hard	1.370	7.190	8.560
Alphen Aan Den Rijn	Boskoop	Centrum -Zuid Boskoop	Zacht	2.025	0	2.025
Alphen Aan Den Rijn	Hazerswoude-Rijndijk	Centrum Hazerswoude Rijndijk	Zacht	1.600	0	1.600
Kaag en Braassem	Leimuiden	Centrum Leimuiden	Hard	190	0	190
Kaag en Braassem	Leimuiden	Centrum Leimuiden	Zacht	475	215	690

Gemeente	Plaats	Winkelgebied	Status	Omvang in m² wvo		
				Dagelijks	Niet-dagelijks	Totaal
Kaag en Braassem	Roelofarendsveen	Braassemmerland ten zuiden van Centrum Roelofarendsveen	Hard	1.400	2.200	3.600
Kaag en Braassem	Roelofarendsveen	Groen Tuincentrum Hazenpad 1 (fase 1 en 2)	Hard	0	810	810
Totaal Rijnstreek				7.060	10.415	17.475
Totaal Holland Rijnland				**21.645**	**42.270**	**63.915**

Midden-Holland						
Midden-Holland						
Gouda	Gouda	Aldi	Hard	1.170	0	1.170
Gouda	Gouda	Goverwelle	Zacht	990	0	990
Gouda	Gouda	Springers West; Sportlaan (nieuw)	Hard	3.040	0	3.040
Gouda	Gouda	Westergouwe	Hard	2.190	1.290	3.480
Krimpenerwaard	Schoonhoven	Albert Plesmanstraat	Hard	1.600	0	1.600
Krimpenerwaard	Stolwijk	Stolwijk Centrum, Goudseweg 22	Zacht	450	0	450
Totaal Midden-Holland				9.440	1.290	10.730
Totaal Midden-Holland				**9.440**	**1.290**	**10.730**

Totaal Zuid-Holland	**125.310**	**292.555**	**417.870**