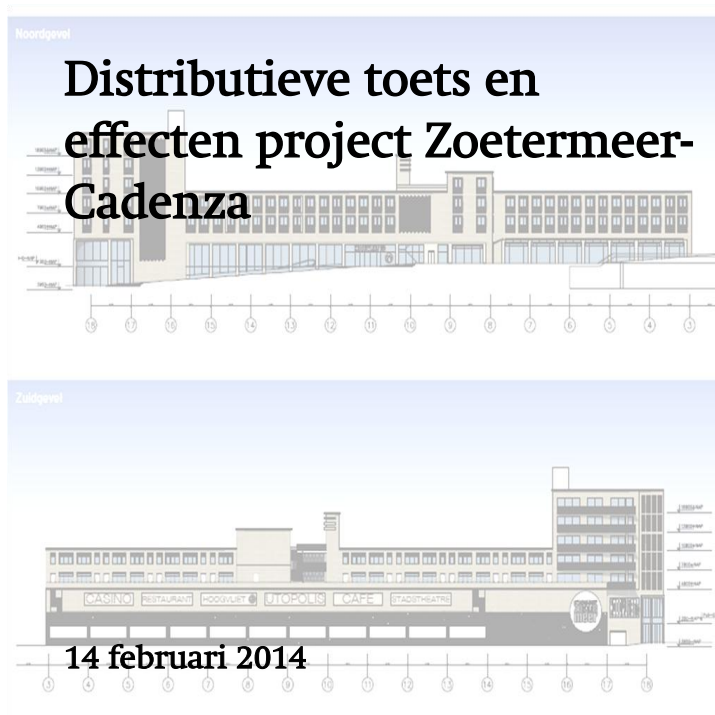


Distributieve toets en effecten project Zoetermeer- Cadenza



Eindrapport (definitieve versie)

**BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING**

Status:

Eindrapport (definitieve versie)

Datum:

14 februari 2014

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv

Silodam 1E

1013 AL Amsterdam

020 - 625 42 67

www.stedplan.nl

amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:

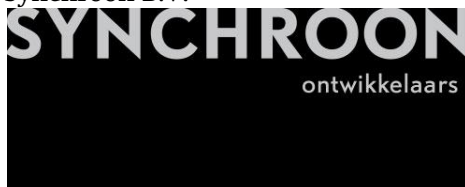
Drs. Toine Hooft

Dr. Anne Risselada

Voor meer informatie: th@stedplan.nl

In opdracht van:

Synchroon B.V.



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

Projectnummer: 2013.A.565

Referentie: 2013.A.565 Synchroon, Zoetermeer-Cadenza DPO_d140214

Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding en samenvatting	4
1 Contextanalyse	8
1.1 Draagvlak	
1.2 Regionaal en lokaal krachtenveld	
1.3 Trends en ontwikkelingen	
2 Distributieve ruimte	20
2.1 Distributieve berekening	
2.2 Benchmark	
2.3 Referentiecentra	
2.4 Actuele regionale behoefte	
3 Effectenstudie	27
3.1 Economische en ruimtelijke impuls	
3.2 Effecten op de bestaande structuur	
3.3 Conclusies	
Bijlage 1: Supermarktaanbod Zoetermeer	33
Bijlage 2 Positionering supermarkten	34
Bijlage 3 Overzicht belangrijke trends en ontwikkelingen	35
Bijlage 4 Beleid en jurisprudentie	37
Bijlage 5 Benchmarksteden	40

Inleiding en samenvatting

Het project Cadenza vormt de oostelijke afronding van Zoetermeer-Stadshart van Zoetermeer. Cadenza is een ontwikkeling van Synchron in samenwerking met de gemeente Zoetermeer. Het (indicatieve) programma voor de commerciële ruimten bestaat uit:

- Een supermarkt van 2.650 m² verhuurbaar vloeroppervlak (vvo), circa 2.120 m² winkelvloeroppervlak (wvo), uitgaande van een wvo/vvo-verhouding van 0,8
- Een fietsenwinkel van 160 m² vvo
- Een speelautomatenhal van 600 m² vvo
- Diverse units voor horecadoeleinden, in totaal 2.000 m² vvo

Synchron heeft in samenspraak met de gemeente Zoetermeer Bureau Stedelijke Planning verzocht een actuele distributieve onderbouwing en effectrapportage op te stellen. In het onderzoek staan de volgende vragen centraal:

1. Is de beoogde ontwikkeling Cadenza **distributief** te verantwoorden en voorziet deze in een (regionale) **behoefte**?
2. Welke **ruimtelijke argumenten** zijn aan te dragen?
3. Wat zijn de **effecten** van de voorgenomen ontwikkeling (en meer in het bijzonder de supermarkt)? Leidt de ontwikkeling tot duurzame ontworpen van de detailhandelsstructuur en/of aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de gemeente Zoetermeer en omgeving?

Deze onderzoeksnotitie fungeert tevens als onderlegger bij het bestemmingsplan voor Cadenza, rekenschap nemend van de vereisten vanuit het provinciaal beleid, een recente tussenuitspraak van de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State inzake het centrumplan Emmeloord (en de daarop volgende lijn in de jurisprudentie) en artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening ('ladder voor duurzame verstedelijking').

De '*ladder voor duurzame verstedelijking*' (gebaseerd op de SER-ladder voor bedrijventerreinen) deed zijn intrede in de Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte (SVIR) en is via artikel 3.1.6 lid 2 vastgelegd als procesvereiste in het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Het Bro bepaalt dat voor alle ruimtelijke plannen, waaronder bestemmingsplannen, de treden van de ladder moeten worden doorlopen. Het doel van de ladder is een zorgvuldige ruimtelijke ordening, in termen van optimale benutting van de ruimte in het stedelijk gebied. Met de ladder wordt een zorgvuldige afweging en transparante besluitvorming bij alle ruimtelijke en infrastructurele besluiten nagestreefd. Via de motie De Rouwe is ook detailhandel als stedelijke functie aan deze ladder toegevoegd.

De ladder kent het volgende afwegingskader:

1. Is er een **actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte** aan deze nieuwe ontwikkeling (bedrijven, kantoren, woningen en andere stedelijke ontwikkelingen)? Indien dat niet het geval is stopt de planprocedure. Is er wel sprake van een regionale behoefte, dan volgt trede 2 van het afwegingskader.

2. Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen **binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio**, door de transformatie of herstructurering hiervan? Zo ja, dan wordt het initiatief daar in beginsel gerealiseerd. Indien herstructurering of transformatie van bestaand stedelijk gebied onvoldoende mogelijkheden biedt om aan de regionale, intergemeentelijke vraag te voldoen, volgt trede 3.
3. Indien nieuwbouw echt noodzakelijk is, dient een **locatie buiten bestaand stedelijk gebied** gezocht te worden die **multimodaal ontsloten** is of kan worden voor het opvangen van die behoefte.

In het kader van een goede ruimtelijke ordening is in aanvulling op de ladder voor duurzame ontwikkeling in deze analyse tevens de vraag beantwoord wat de effecten zullen zijn op de bestaande winkelstructuur en op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Zoetermeer.¹

Uitkomsten in een notendop

- In 1962 is Zoetermeer aangewezen als groeikern voor Den Haag. Van een dorp van 10.000 inwoners destijds is het nu een stad met meer dan 122.000 inwoners.
- In 1985 is begonnen met een gefaseerde bouw van het Stadshart, de nieuwe winkerkern van Zoetermeer. Met de ontwikkeling van Spazio (2008) is circa 15.000 m² bvo detailhandel toegevoegd aan de westzijde van het Stadshart. Eind 2013 opende Primark de deuren in Spazio.
- Cadenza vormt de laatste grote uitbreiding van het Stadshart, gelegen aan de oostkant. Hiermee wordt het evenwicht tussen oost en west hersteld.
- Met het beoogd programma - een mix van retail (supermarkt), horeca, vermaak (speelautomatenhal), parkeren en wonen - ontstaat een aantrekkelijk(er), multifunctioneel nieuw centrum. Dit is temeer van belang omdat andere motieven dan winkelen een steeds belangrijker bezoeks-motief vormen en de concurrentie (de Haagse binnenstad en winkelcentrum Leidsenhage in Leidschendam-Voorburg voorop) niet stil staat. Het project Cadenza past in de *Visie Binnenstad 2030*, waar een bruisende en sfeervolle Zoetermeerse binnenstad wordt voorgestaan.
- Alle gehanteerde methoden – een distributieve berekening, een benchmark en referentieanalyse – wijzen in dezelfde richting. Er is voldoende distributieve ruimte voor uitbreiding van het supermarkt- en horeca-aanbod en verplaatsing van de speelautomatenhal.
- Ten aanzien van de ladder van duurzame verstedelijking is voldaan aan de eis dat er sprake is van een actuele (regionale) behoefte aan toevoeging van detailhandel in de dagelijkse sector en horeca in Zoetermeer centrum. Deze regionale behoefte wordt met het project opgevangen binnen het bestaand stedelijk gebied. Cadenza maakt onlosmakelijk onderdeel uit van het Stadshart, het stedelijk weefsel en de voorzieningstructuur in Zoetermeer.
- De ontwikkeling Cadenza levert circa 90 (deels nieuwe) arbeidsplaatsen op en zorgt ook nog voor een forse tijdelijke werkgelegenheid gedurende de bouw.

¹ In de jurisprudentie van de Raad van State geldt als doorslaggevend criterium voor duurzame ontvricting de vraag of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in de zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen doen. Het gaat bij duurzame ontvricting dus niet om de vraag of sprake is van overaanbod in het verzorgingsgebied of om mogelijke sluiting van specifieke bestaande detailhandelsvestigingen. Door de (tussen)uitspraak van de Raad van State inzake het centrumplan Emmeloord van 5 december 2012 (nr. 201200385/1/R2) wordt voorts ook nog eens benadrukt dat bij een zorgvuldige ruimtelijke ordening ook hoort dat een plan niet leidt tot een zodanige overcapaciteit dat er via de weg van leegstand sprake is van een aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Om deze reden wordt in deze rapportage ook aandacht besteed aan de vraag of dat in de onderhavige situatie mogelijk het geval is.

- De versterking van het oostelijke deel van het centrum zorgt voor een betere doorstroming (evenwichtiger druktebeeld) van het Stadshart. Het oostelijk deel is in de huidige situatie voornamelijk een doelbestemming voor theater- en filmbezoek. Door de toevoeging van een supermarkttrekker in Cadenza ontstaat meer evenwicht tussen oost en west. (Hoogwaardige) horeca en een modern speelautomatenhal veraangenamen het verblijfsklimaat, en de sfeer en beleving in het Stadshart.
- Hoewel het initiatief distributief verantwoord is, en de economische bijdrage per saldo positief is, zal er ook sprake zijn van een (zeer) beperkt verdringingseffect. Hoe meer overlap (in functie, branche, metrage, formule, prijsstelling, doelgroep, afstand), des te groter het verdringingseffect.
 - Voor het dagelijks winkelaanbod in het primair verzorgingsgebied becijferen we de verdringing op maximaal enkele procenten. De supermarkten die daarvan mogelijk enige gevolgen te zullen ondervinden, zijn de AH XL in het Stadshart en twee nabijgelegen Hoogvliet supermarkten in Driemanspolder en het Dorp. De verwachting is echter dat deze supermarkten het omzetverlies op middellange termijn weer (grotendeels) inlopen doordat koopstromen wijzigen. Bovendien zorgt de komst van Primark in Spazio dat het westelijk deel, daarmee dus ook de AH XL, een nieuwe impuls krijgt. Hoogvliet kent het positief effect van een vergrote (naams)bekendheid en promotie- en marketinginspanningen. Aangezien de supermarkten in Driemanspolder en het Dorp behoren tot dezelfde keten als de supermarkt die naar verwachting in Cadenza zal worden gevestigd (Hoogvliet), is de verwachting dat de verdringingseffecten in zoverre beperkt zullen zijn.
 - Omdat horeca een zeer heterogene sector vormt - van ijssalon tot hotel - is het op voorhand lastig te bepalen wat de verdringing zal zijn. De uiteindelijke invulling van de units in Cadenza is bepalend.
- Momenteel is Hommerson Casino gevestigd op de Amsterdamstraat 2-4. Bij verplaatsing valt deze ruimte vrij. Het is van belang een aantrekkelijke herinvulling van dit pand te vinden om ook dit deelgebied levendig te houden. Herontwikkeling, herstructurering en/of herbestemming komen in beeld. Dit is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van eigenaren, de ondernemer(s) en de gemeente.
- Tot grote uitval c.q. sterk oplopende leegstand elders (en daarmee onaanvaardbare aantasting van het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat c.q. duurzame ontwikkeling) zal het initiatief **niet** leiden.
- Het alternatieve nulscenario ('niets doen') is weinig aantrekkelijk. In dat geval blijft de noodzakelijke kwaliteitsimpuls in het oostelijk deel van het centrum uit en de disbalans tussen oost en west alleen maar groter. Het gevaar is dat het Stadshart dan ingehaald wordt door andere winkelcentra, zoals winkelcentrum Leidsenhage.

Effecten op leegstand

De leegstand in geheel Zoetermeer (4%) ligt lager dan landelijk (7%). In het Stadshart stond in september 2013 9% van het totale winkelvloeroppervlakte leeg. De leegstand in het Stadshart is sterk opgelopen. Dit is deels te wijten aan de crisis, deels aan bewust gecreëerde leegstand om de komst van Primark van 3.550 m² wvo mogelijk te maken. Met de komst van Primark (23 oktober 2013) behoort een deel van de leegstand tot het verleden en is het aannemelijk dat het leegstandpercentage in het Stadshart minimaal zal halveren. Primark boort bovendien een grote en deels nieuwe klantenstroom aan, dat ook weer nieuwe retailers aantrekt. De ontwikkeling van Cadenza bewerkstelligt eenzelfde effect, zij het wat bescheidener.

Het valt op voorhand niet uit te sluiten dat een enkel verkooppunt uitvalt. Dit zullen vooral de matig functionerende winkels en horecagelegenheden zijn op kwetsbare locaties. Tot grote uitval c.q. onbeheersbare toename van het leegstandspercentage elders zal de ontwikkeling van Cadenza echter niet leiden. De ontwikkeling van Cadenza leidt niet tot een dusdanige toename van de bestaande leegstand dat de winkelstructuur hierdoor zodanig wordt aangetast dat in Zoetermeer, en in het bijzonder Stadshart, een onaanvaardbaar woon-, leef- en ondernemersklimaat zal ontstaan.

Opbouw van het rapport

De opbouw van het rapport is als volgt. In hoofdstuk 1 is de contextanalyse gegeven, bestaande uit de vraag- en aanbod verhoudingen in Zoetermeer en directe omgeving, de trends en ontwikkelingen in de winkelmarkt en meer specifiek de supermarktbranche. Hoofdstuk 2 confronteert vraag en aanbod door enerzijds het berekenen van de distributieve ruimte (voor zowel de huidige situatie als de situatie in 2020, met de verwachte woningbouwontwikkeling) en anderzijds door het uitvoeren van een benchmark en referentieanalyse. In hoofdstuk 3 zijn de (ruimtelijk-economische) effecten van de voorgenomen ontwikkeling beschreven en beoordeeld.

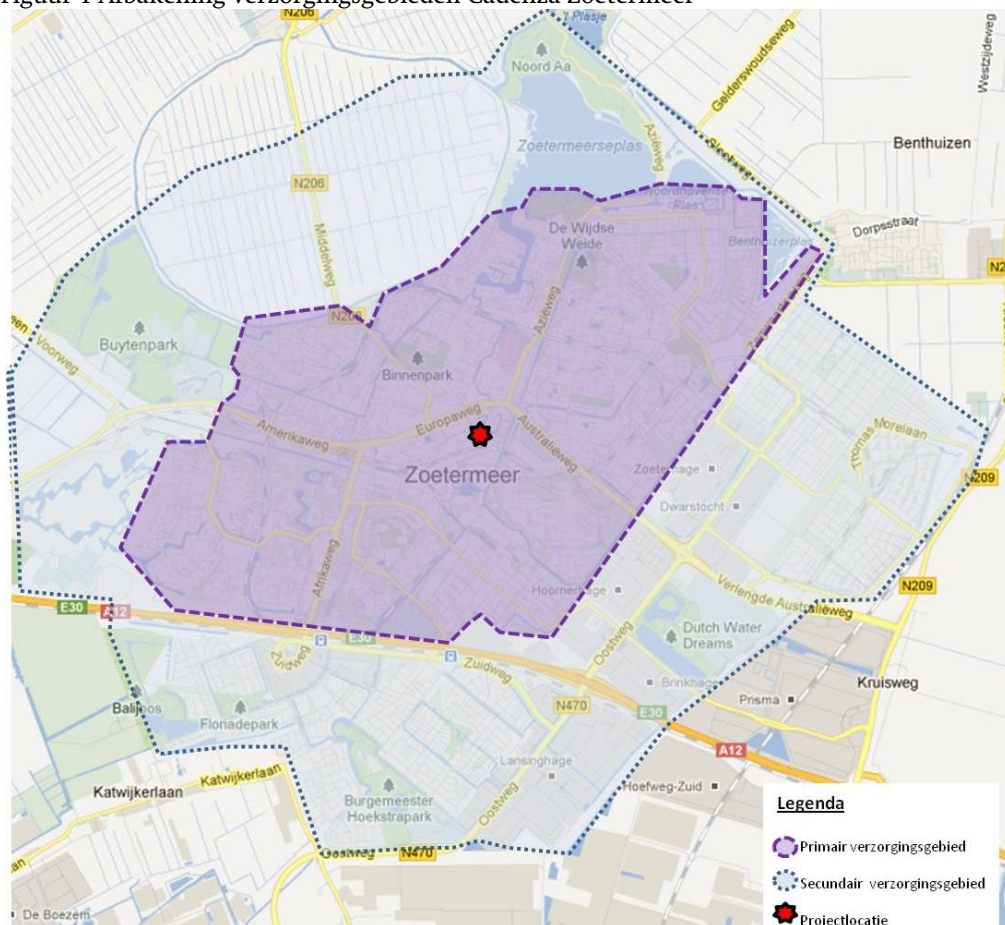
1 Contextanalyse

Dit hoofdstuk begint met de marktsituatie in Zoetermeer, uitgesplitst in vraag en aanbod. Daarna volgt een locatiebeschrijving van Cadenza-ontwikkeling in het Stadshart Zoetermeer. Tot slot zijn de trends en ontwikkelingen benoemd.

1.1 Draagvlak

In 1962 is Zoetermeer aangewezen als groeikern voor Den Haag. Van een dorp van 10.000 inwoners destijds is het nu een stad met meer dan 122.000 inwoners. Zoetermeer is de derde gemeente van de provincie Zuid-Holland. Net als andere 'new towns'² vervult Zoetermeer primair een functie voor de eigen inwoners: de koopkrachtbinding is relatief hoog en de regiofunctie (of koopkrachttoevloeiing) is beperkt. Dit beeld wordt bevestigd door de uitkomsten van het Koopstromenonderzoek Randstad³. Overigens is de koopkrachttoevloeiing van 33% voor het Stadshart van Zoetermeer alleszins redelijk. Voor de dagelijkse goederen is 15% van omzet afkomstig van buiten de gemeente.

Figuur 1 Afbakening verzorgingsgebieden Cadanza Zoetermeer



Bron: Google Earth; bewerking Bureau Stedelijke Planning

² Geplande stad of nieuwe stad, zoals Hoofddorp/Haarlemmermeer, Spijkenisse, Capelle aan den IJssel, Nieuwegein, Purmerend en Zoetermeer.

³ Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011.

Het verzorgingsgebied van de supermarktontwikkeling in Cadenza wordt, gezien de binnenstedelijke ligging, onderverdeeld in een primair, secundair en tertiair gebied:

- **Primair:** het Stadshart en de direct omliggende wijken. In totaal wonen in het primaire gebied 80.250 inwoners. Omliggende wijken zijn ten zuiden Centrum, ten westen Meerzicht, ten noorden Buytenwegh de Leyens en ten oosten Seghwaert en Noordhove. Er werkten in 2011 5.704 personen in het Stadscentrum van Zoetermeer, verdeeld over 414 bedrijfsvestigingen⁴.
- **Secundair:** de overige wijken (Rokkeveen, Oosterheem, Buitengebied en Industriegebied) van Zoetermeer (42.090 inwoners).
- **Tertiair:** de omzet afkomstig van buiten de gemeente Zoetermeer. Van de dagelijkse bestedingen komt 15% van buiten Zoetermeer, van bezoekers aan het Stadshart en werkconsumenten.

Kenmerken bevolking

Wanneer het bevolkingsprofiel van de gemeente Zoetermeer vergeleken wordt met het Nederlandse gemiddelde valt op dat er relatief veel 45 tot 65-jarigen en relatief weinig 65+ers wonen. Het percentage niet-westerse allochtonen ligt 6% boven het landelijke gemiddelde. Met een inkomensindex van 108 (NL=100) hebben inwoners van Zoetermeer meer te besteden dan de gemiddelde Nederlander.

Het **primaire verzorgingsgebied** komt redelijk in overeen met het Nederlandse gemiddelde. Ten opzichte van het gemiddelde in Zoetermeer wonen er meer ouderen en ligt het gemiddelde inkomen een fractie lager.

Het **secundaire verzorgingsgebied** kent meer het bevolkingskarakter van een Vinex-wijk. Hier valt op dat aandeel 65-plussers juist laag is, en de huishoudgrootte en het gemiddeld hoog, zowel ten opzichte van het landelijke als het Zoetermeerse gemiddelde.

Tabel 1 Demografische kenmerken verzorgingsgebied dagelijks aanbod Zoetermeer

Gebied	Inw. 2012	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	Gem. Huish. grootte	% niet Westerse Allocht.	Gem. Inkomen p.p.
Primair	80.250	16	12	25	30	16	2,2	18	€ 23.100
Secundair	42.090	21	14	26	30	9	3,0	18	€ 23.900
Gem. Zoetermeer	122.330	18	13	25	30	14	2,3	18	€ 23.400
Nederland	16.730.350	17	12	26	28	16	2,2	12	€ 21.500

Bron: CBS Statline, 2012, inkomen betreft 2010

⁴ Bron: Gemeente Zoetermeer, Wijkprofiel Centrum 2011.

Ontwikkeling draagvlak

CBS bevolkingsprognoses gaan uit van een groeipercentage van 1,5% ten opzichte van 2012, waarbij het aantal inwoners in Zoetermeer zal toenemen tot 124.200 in 2020. Dit is een toename van 1.900 inwoners.

Woningbouwplannen

- In Cadenza zelf worden 68 appartementen gerealiseerd, centraal gelegen in het Stadshart.
- De wijk Oosterheem is de meest recente oostelijke uitbreiding van Zoetermeer met in totaal 9.000 woningen. De wijk ligt op enige afstand van het Stadshart, maar voor inwoners van Oosterheem biedt Cadenza als oostelijke entree wel de meest logische toegang tot het Stadshart. Oosterheem centrum is in 2012 opgeleverd (winkelcentrum, voorzieningen en 500 woningen). Er zijn verschillende projecten in aanbouw als Edelweiss (43 woningen), Puur (40 appartementen) en Character (53 appartementen). Tevens zijn enkele projecten in ontwikkeling, waaronder de Optimist (38 woningen) en Waterzicht (30 woningen).
- Zoetermeer stad bereikt met de bouw van Oosterheem in het noordoosten haar gemeentegrenzen. De polders in het noorden behoren tot het Groene Hart en mogen niet bebouwd worden. Een verdere uitbreiding van het bouwvolume en aantal woningen kan alleen worden gerealiseerd door hoogbouw, het overkappen van wegen met bebouwing of ten koste van het schaarse groen.

1.2 Regionaal en lokaal krachtenveld

Zoetermeer Stadshart kent een bescheiden regionale functie. Dit komt voornamelijk door de nabijheid van steden van hogere orde als Den Haag (10 autominuten), Delft (15 autominuten) en Rotterdam (22 autominuten). De centra van Delft en Den Haag hebben – in tegenstelling tot Zoetermeer – ook grote historische aantrekkingskracht. De omliggende centra van lagere orde zijn kleine kernverzorgende centrumgebieden als Nootdorp, Pijnacker en Bleiswijk.

Binnen Zoetermeer wordt het lokale krachtenveld gekenmerkt door de aanwezigheid van sterke wijkcentra. 'New Town' Zoetermeer kent een planmatige opzet die ook doorwerkt in de detailhandelsstructuur waarbij elke wijk zijn eigen winkelcentrum heeft. Zoetermeer kent zes wijkwinkelcentra, waarvan winkelcentrum Meerzicht het grootst is. Er zijn daarnaast zes buurtcentra en één supermarktcentrum, vooral gericht op de dagelijkse boodschappen. In het totaal telt Zoetermeer ca. 160.000 m² wvo aan detailhandel. Hiervan is ongeveer een kwart geconcentreerd in het Stadshart (ca. 43.000 m² wvo).

Stadshart Zoetermeer

- In 1985 is begonnen met een gefaseerde bouw van het Stadshart, de nieuwe winkelvorm van Zoetermeer. Naast winkels, kantoren en woningen kwamen ook het nieuwe stadhuis, de bibliotheek en veel andere voorzieningen (bioscoop, theater) naar het Stadshart. De meest recente uitbreiding van het Stadshart is Spazio, dat is opgeleverd in 2008. Met de realisering van Spazio is er ca. 15.000 m² bvo detailhandel inclusief parkeren (ca. 700 plaatsen) toegevoegd aan de westzijde van het Stadshart. Hier hebben zich enkele grote trekkers in de non-foodsector gevestigd, zoals

MediaMarkt, H&M, The Sting en Sport2000. In de opvallende 'ufo' (zie figuur 1) is sportschool Health City Zoetermeer gevestigd. Het zwaartepunt is met de ontwikkeling van Spazio op de westzijde van het Stadshart komen te liggen.

- De Ierse modeketen Primark heeft zich eind 2013 in Spazio gevestigd met een vestiging van ca. 3.530 m² wvo. Eigenaar Unibail-Rodamco heeft om de vestiging van Primark mogelijk te maken een aantal huurders verplaatst en een leegstaand kantoorgebouw getransformeerd tot een nieuwe locatie voor H&M. Primark beschikt al over filialen in Rotterdam, Hoofddorp, Zaandam en Almere. Uit eerdere openingen is gebleken dat Primark als een magneet voor consumenten werkt. Ook ervaringen van andere winkelcentra binnen de Europese portefeuille van Unibail-Rodamco leert dat de komst van Primark in de eerste maanden na de opening zorgt voor een significante stijging van bezoekersaantallen en omzet voor bestaande winkeliers.
- Aan de noordzijde van de tunnelbak/Europaweg bevindt zich 'Woonhart Zoetermeer' met een keur aan woonwinkels. Een dergelijke grootschalige concentratie annex aan het stadscentrum is vrij uniek.

Figuur 2 Stadshart Zoetermeer, Spazio (foto links) en Utopolis (foto rechts)



Bron: Bureau Stedelijke Planning

- Over het algemeen wordt Stadshart Zoetermeer positief beoordeeld. Alleen wat betreft daghoreca scoort het Stadshart lager dan gemiddeld.
- Het Stadshart kent maar liefst 3.600 parkeerplaatsen, grotendeels in bovengrondse en ondergrondse parkeergarages. Uniek voor een centrum van deze omvang is dat een groot deel van de plaatsen, dat de winkeliersvereniging zelf exploiteert, voor consumenten de eerste drie uur gratis zijn. In het KSO 2011 scoort het Stadshart uitzonderlijk hoog op parkeermogelijkheden (cijfer 8,5 t.o.v. 6,6 in de benchmarkgemeenten) en bereikbaarheid per auto (cijfer 8,4 t.o.v. 6,8 in benchmark).
- Het Stadshart fungeert vooral als een gemakscentrum, waar alles te koop is en waar je snel en eenvoudig je (dagelijkse) aankopen kunt doen. Aan de andere kant kent het Stadshart nauwelijks verblijfspleinen, hoogwaardige horeca en dwaalmilieus en is het dus niet gericht op een lange verblijfsduur (*Visie Binnenstad 2030*).

Figuur 3 Beoordeling kwaliteitsaspecten Zoetermeer Stadshart

	aankooplocatie	gemiddeld	
Compleetheid	8,2	8,1	+1%
Sfeer en uitstraling	7,7	7,6	+1%
Veiligheid	7,7	7,5	+3%
Parkeermogelijkheden	8,5	6,6	+29%
Daghoreca	7,6	7,7	-1%
Bereikbaarheid auto	8,4	6,8	+24%
Bereikbaarheid OV	8,1	7,9	+2%

Bron: KSO 2011

Figuur 4 Parkeersituatie Stadshart (afb. links) en verkeerssituatie (afb. rechts)



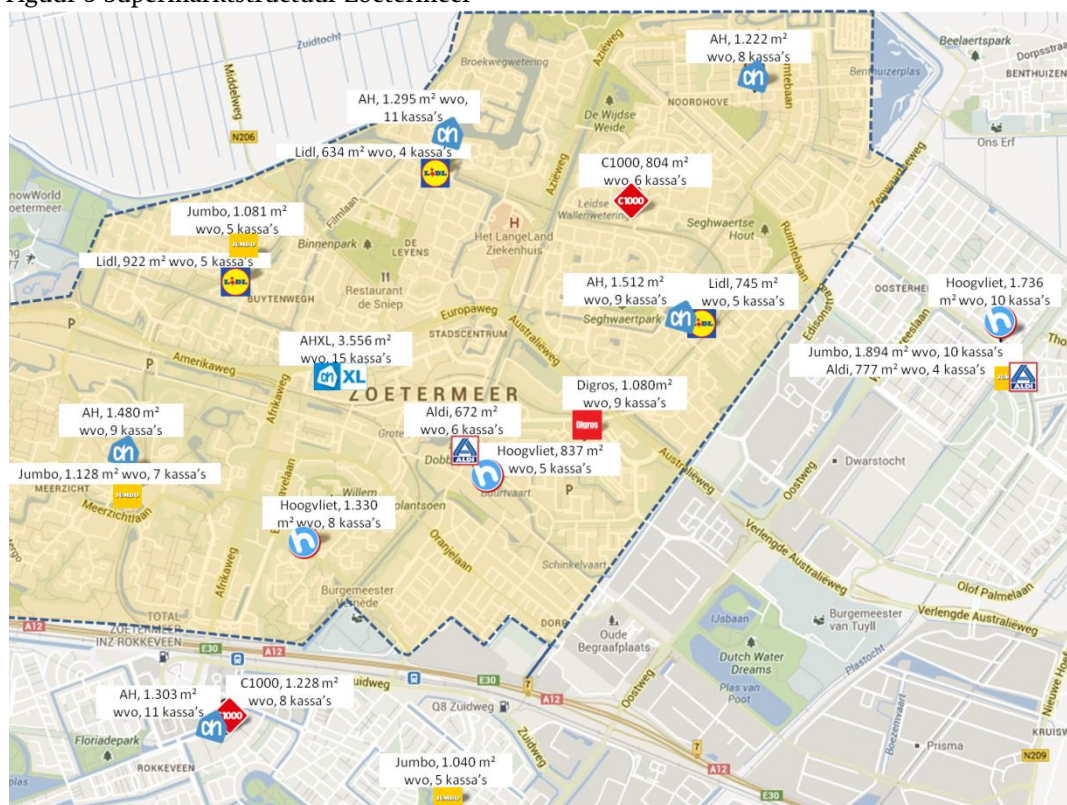
Bron: Stadshart.nl, 2012 en Wikipedia.nl, 2012; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Supermarktstructuur Zoetermeer

Zoetermeer Stadshart heeft wat betreft de niet-dagelijkse aankopen een regionale functie, maar voor dagelijkse boodschappen geldt dit in mindere mate. Zoetermeer heeft een sterke wijkwinkelstructuur.

- In het totaal telt Zoetermeer een supermarktaanbod van 21 supermarkten met een gezamenlijk totaaloppervlak van 26.276 m² wvo.
- De gemiddelde supermarktdekking in de gemeente Zoetermeer bedraagt 0,21 m² wvo per inwoner. Dit is lager dan het landelijke gemiddelde van 0,23 m² wvo per inwoner.
- Alle wijkwinkelcentra beschikken over één of twee supermarkten. In Zoetermeer wordt vaak een combinatie full service (Albert Heijn) of service-discount (Hoogvliet) met hard discounter (Lidl, Aldi) aangetroffen.
- Albert Heijn heeft een sterke positie in Zoetermeer met 5 supermarkten plus een AH XL in het Stadshart. Jumbo heeft op dit moment 4 supermarkten in Zoetermeer. In de toekomst zullen beide C1000 vestigingen worden overgenomen door Jumbo. Met deze overname zal Jumbo de leidende positie in Zoetermeer (qua aantal supermarkten) overnemen van Albert Heijn.
- Opvallend genoeg is er slechts één supermarkt gevestigd in het Stadshart, weliswaar een AH XL. Albert Heijn heeft de positie overgenomen van Konmar. In het verleden heeft er in de kelder van de Passage ook een supermarkt gezeten (onder meer A&P, later C1000).

Figuur 5 Supermarktstructuur Zoetermeer⁵



Bron: Locatus, bewerking Bureau Stedelijke Planning

Onderstaande, veelgebruikte indeling van het EFMI maakt een onderscheid tussen verschillende formulerypen op basis van klantbeoordelingen over de kwaliteit van producten, de grootte van het assortiment, het prijsniveau, de aantrekkelijkheid van aanbiedingen en nabijheid van de formules. Service Discount en Fullservice Supermarkten zijn dominant in Zoetermeer.

Tabel 2 EFMI Shopper Monitor formulerypen

Formulertype	Omschrijving	Formules
FULLSERVICE	Veel service met bovengemiddelde prijsstelling	Albert Heijn, Plus en Super de Boer
BUURTSUPER	Redelijke service, in de buurt, met hoge prijsstelling	Coop, Golf en Spar
VALUE-FOR-MONEY	Gemiddelde service met gemiddelde prijsstelling	C1000, Dekamarkt, EMTÉ, Jan Linders, MCD, Poiesz, Sanders en Vomar Voordeelmarkt
SERVICE DISCOUNT	Bovengemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Hoogvliet , Jumbo, Deen en Supercoop
MERKEN DISCOUNT	Gemiddelde service met een aantrekkelijke prijsstelling	Boni, Bas van der Heijden, Digros, Dirk van den Broek en Nettorama
HARD DISCOUNT	Weinig service met een zeer scherpe prijsstelling	Aldi en Lidl

Bron: EFMI CBL Consumententrends 2011

⁵ Zie bijlage 1 voor supermarktaanbod in Zoetermeer

Huidig functioneren dagelijkse sector in Zoetermeer

De vloerproductiviteit in de gemeente zijn zowel in de dagelijkse als niet-dagelijkse branches relatief hoog. Specifiek in het Stadshart Zoetermeer laat de dagelijkse sector in de periode een aanzienlijke omzetgroei zien, in tegenstelling tot de lichte daling in de niet-dagelijkse sector⁶.

De supermarkten in Zoetermeer functioneren over het algemeen goed. De meest recente wijziging in de supermarktstructuur was de opening van een Jumbo in Oosterheem eind 2012. Door de vestiging van deze Jumbo is de supermarktdichtheid een fractie omhoog gegaan. Daardoor is de gemiddelde vloerproductiviteit in de dagelijkse sector een fractie afgenomen. Albert Heijn is prominent vertegenwoordigd in Zoetermeer met vijf wijkwinkels, en een AH XL in het Stadshart. Jumbo (thans 4 winkels, maar in toekomst door overname C1000 in totaal 6 winkels), Hoogvliet (3) en Lidl (3) volgen. In het primaire verzorgingsgebied functioneren de meeste supermarkten goed. De Hoogvliet in de Dorpsstraat functioneert iets ondergemiddeld. De wijkwinkels in het secundaire verzorgingsgebied van de Cadenza-supermarktontwikkeling (Oosterheem en Rokkeveen) en ook de solitair gelegen Jumbo in Rokkeveen functioneren goed. De Hoogvliet in Oosterheem is erg succesvol maar de recente opening van de Jumbo zal wel een effect hebben op de omzet van deze winkel.

De AH XL functioneert als enige supermarkt in het Stadshart ruim boven gemiddeld. Dit is gezien de sterk planmatige structuur van wijkwinkelcentra opvallend. In soortgelijke planmatig opgezette steden ontbreekt het de supermarkten in het winkelhart juist vaak aan aantrekkingskracht. Blijkbaar vervult de centraal gelegen XL supermarkt in een behoefte.

Koopstroomgegevens⁷

- Op het niveau van de gemeente Zoetermeer is sprake van een hoge koopkrachtbinding in de dagelijkse sector van 93%. Dit betekent dat voor elke euro die de inwoners van Zoetermeer uitgeven aan dagelijkse boodschappen 93 cent in de kassa's van winkels binnen de gemeentegrenzen van Zoetermeer terecht komt. Ook voor niet-dagelijkse artikelen is de binding met 73% hoog. In de niet-dagelijkse sector vloeit vooral omzet weg naar Den Haag.
- In vergelijking met andere 'new towns' in de Randstad als Almere, Nieuwegein, Spijkenisse en Alphen aan de Rijn is het bindingspercentage voor zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen hoog.
- Voor zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse artikelen kent Zoetermeer een relatief hoge vloerproductiviteit. Voor de dagelijkse sector geldt een vloerproductiviteit van € 9.422 per m² wvo, ten opzichte van € 7.735 per m² wvo in de referentiesteden.

Wanneer we specifiek inzoomen op het Stadshart geldt dat:

- De koopkrachtbinding van de inwoners van Zoetermeer aan het Stadshart 16% voor dagelijkse artikelen is. Voor niet-dagelijkse artikelen is dit 42%.
- De omzet voor dagelijkse artikelen (Stadshart) voor 85% van inwoners uit Zoetermeer komt en voor het overige deel uit Lansingerland (3%), Zuidplas (3%), Rijnwoude (2%),

⁶ Koopstromenonderzoek Randstad 2011, Factsheets gemeente Zoetermeer en Stadshart Zoetermeer.

⁷ Gebaseerd op de uitkomsten van Koopstromenonderzoek Randstad 2011.

Pijnacker-Nootdorp (1%) en Den Haag (1%). Voor niet-dagelijkse artikelen is er meer toevloeiing uit de regio, en is 67% van de omzet afkomstig uit Zoetermeer.

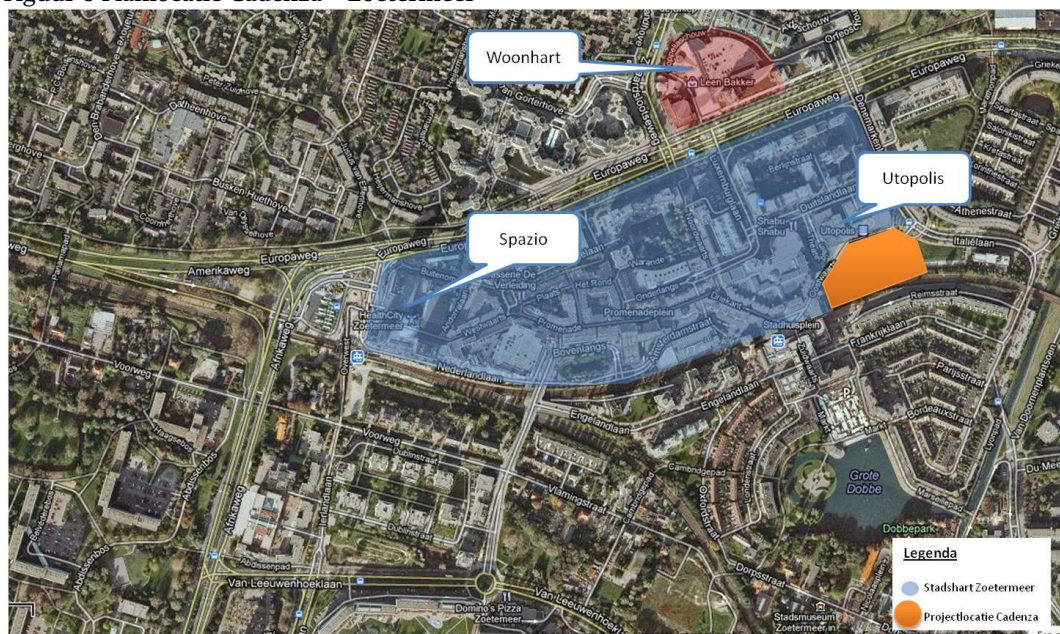
Huurprijsontwikkeling

De huurprijzen in Zoetermeer hebben zich de afgelopen jaren niet positief ontwikkeld. In de Promenade en Spazio, de twee deelgebieden van het Stadshart zijn huurniveaus in de periode 2010-2012 aan de bovenkant van de bandbreedte gelijk gebleven. Aan de onderkant van de bandbreedte zijn de huurprijzen in het Stadshart gezakt (indicatief +/- 6%). In de Dorpsstraat zijn huurprijzen gezakt (indicatief +/- 10%).

Cadenza

Cadenza is de laatste grote uitbreiding van het Stadshart in Zoetermeer. In het project is plaats voor een supermarkt van 2.650 m² vvo, met een eigen parkeergarage met minimaal 115 parkeerplaatsen die exclusief zullen zijn gereserveerd voor supermarktklanten. Daarnaast is er ruimte voor horeca (736 m² vvo), een fietsenwinkel (160 m² vvo), twee overige units (656 m² vvo) en een speelautomatenhal (600 m² vvo). Het project ligt op de zuidoostelijke kop van het Stadshart, nabij het stadstheater en de bioscoop Utopolis. Met de oostelijke versterking van het Stadshart ontstaat er een meer evenwicht in het Stadshart. De twee supermarkttrekkers vormen twee logische polen: AH XL aan de westzijde en Cadenza aan de oostkant. Een dergelijke tweepolenstructuur is een beproefd recept. Naast de supermarkt worden ook andere functies (horeca, vermaak, parkeren, woningen) toegevoegd. Zo ontstaat een meer aantrekkelijk, multifunctioneel 'nieuw centrum'⁸. Dit is temeer van belang omdat andere motieven dan winkelen een steeds belangrijker bezoekmotief worden.

Figuur 6 Planlocatie Cadenza – Zoetermeer



Bron: Google Earth, bewerking Bureau Stedelijke Planning

⁸ In de afgelopen decennia heeft zich in de Noord- en Zuidvleugel van de Randstad een polycentrisch netwerk ontwikkeld dat bestaat uit historische en nieuwe centra. Nieuwe centra worden door ons gedefinieerd als de grootste concentraties aan centrumstedelijke functies in een stadsgewest met een multifunctionele invulling alsmede bovenwijkse voorzieningen op locaties waar voorheen geen sprake was van een stedelijk centrum. In de Randstad zijn inmiddels 37 nieuwe centra aanwezig in alle soorten en maten. Daarnaast zijn er nog vijf in ontwikkeling. Ook binnen de nieuwe centra is sprake van een sterke dynamiek.

Hoogvliet supermarkten

Voor de supermarktontwikkeling in Cadenza is Hoogvliet de beoogde huurder. Hoogvliet B.V. is een supermarktketen met moderne winkels in Zuid-Holland, Noord-Holland, Utrecht en Gelderland. Het service- en distributiecentrum bevindt zich in Alphen aan den Rijn. Hoogvliet is Superunie lid en de keten profileert zich graag als innovatief. Zo heeft het bijvoorbeeld elektronische schaplabels ingevoerd. De keten is ontstaan in 1968 op initiatief van oprichter Leen Hoogvliet. Hoogvliet combineert scherpe prijzen met oog voor service, kwaliteit en een compleet assortiment.

Binnen De EFMI-formuletypering (zie tabel 2) valt Hoogvliet in de categorie Service Discounter. Deze formules beschikken in vergelijking met de Merken Discounter over een vergelijkbare, aantrekkelijke prijsstelling maar bieden ook een bovengemiddelde service. Andere Service Discounters zijn Deen, Jumbo en Supercoop. Binnen het primaire verzorgingsgebied zijn er 4 andere Service Discounters gevestigd: Twee relatief kleine Jumbo supermarkten van rond de 1.000 m² wvo en twee andere Hoogvliet supermarkten op de Dorpsstraat (837 m² wvo) en de Van Stolberglaan (1.330 m² wvo).

Horeca-aanbod Zoetermeer

In het totaal telt Zoetermeer 152 horecagelegenheden. De horeca concentreert zich met name in de Dorpsstraat met 30 gelegenheden, waaronder 12 restaurants, 4 lunchrooms en 3 cafés. De horeca in de Dorpsstraat wordt gekenmerkt door relatief veel zelfstandige en hedendaagse horecaconcepten als de Bakkerswinkel en de Pasta Company. De Zoetelaar is een succesvolle en bekende lunchroom, gevestigd in een monumentaal pand, waar mensen met een verstandelijke beperking onder begeleiding in de bediening werken. Gezien het historische karakter van de panden leent de Dorpsstraat zich goed voor dergelijke horeca. In het Stadshart bevinden zich 21 horecagelegenheden waaronder 5 lunchrooms en 4 restaurants. In dit planmatig opgezette centrum overheersen beproefde horecaformules als Shabu-Shabu, La Place en Bagels & Beans en fastfoodketens als Burger King en McDonald's. In het KSO 2011 scoort het Stadshart op de verschillen de kwaliteitsaspecten alleen op horeca lager dan gemiddeld (zie figuur 3).

Over het algemeen functioneert het horeca-aanbod in Zoetermeer gemiddeld. Het is lastig om in een dergelijk planmatig opgebouwd winkelhart te ontwikkelen tot een florissant horecagebied. Ook in andere planmatig opgezette centrumgebieden als Almere, Lelystad, Spijkenisse en Nieuwegein blijft het horeca-aanbod achter bij steden met een vergelijkbaar aantal inwoners maar met een historische stadskern.

Uit de "Visie Binnenstad 2030" die in 2012 door de gemeente Zoetermeer is vastgesteld, blijkt dat bezoekers van de binnenstad van Zoetermeer aangeven dat er een gebrek aan horeca is. De gemeente put onder meer uit Atlas voor Gemeenten 2010 waar Zoetermeer op de 46^{ste} en 47^{ste} staat in de ranglijst van de 50 grootste gemeentes voor respectievelijk het aantal restaurants per 10.000 inwoners en de werkgelegenheid in de horeca (als % van het totaal aantal banen). In de Visie is gesteld dat het van belang is om in de komende jaren in te spelen op de behoefte aan meer gevarieerde kleinschalige horeca zoals dans- en eetcafés, wijnbars en kwaliteitsrestaurants.

Leegstandsituatie Zoetermeer

- Op basis van de meest recente Locatus cijfers staat er in de gemeente 4% van het totale winkelvloeroppervlakte leeg. Dit is aanzienlijk lager dan het landelijk gemiddelde (7%).
- Wanneer we specifiek naar het Stadshart kijken dan is er in totaal 3.927 m² wvo toe schrijven aan detailhandelleegstand. Dit is 9,2% van het totale winkelvloeroppervlakte in het centrum⁹, iets bovengemiddeld. Let wel: een deel van de leegstand is bewust gecreëerd om de komst van Primark van 3.550 m² wvo mogelijk te maken.
- Ten opzichte van 2009 is de leegstand in Zoetermeer opgelopen. Dit geldt vooral voor het centrum. Destijds stond een kleine 1,5% van het winkelvloeroppervlakte in het centrum leeg. Daarbij moet worden opgemerkt dat er sinds de opname in 2009 ook ca. 4.000 m² wvo uit de markt is gehaald. Het totale winkelaanbod in het Stadshart is in 2013 kleiner dan het opgenomen aanbod in 2009.
- Meer specifiek ingezoomd op de verschillende deelgebieden van het winkelhart concentreert de leegstand zich op het Onderlangs waar 3 panden leegstaan van in het totaal 384 m² wvo. Onderlangs 124 en 126 staan structureel leeg. Daarnaast staan er op de Amsterdamstraat 51 en 89 twee kleine panden leeg van respectievelijk 226 en 110 m² wvo. In de Burg. Van Leeuwenpassage een groot pand van 1.831 m² leeg.

Tabel 3 Leegstandsontwikkeling winkelvloeroppervlak (wvo)

	2009			2013		
	% van totaal wvo	Leegstaand wvo	Totaal wvo*	% van totaal wvo	Leegstaand wvo	Totaal wvo*
Stadshart	1,5%	719	47.169	9,2%	3.973	43.035
Zoetermeer	2,6%	4.170	163.354	4,2%	6.953	167.137

Bron: Locatus, 2009; 2013 *Totaal wvo is minus leegstand toe te rekenen aan niet-detailhandel (=1/3 van totale leegstand)

Detailhandelsplannen Zoetermeer en omgeving

Naast de ontwikkeling van Cadenza zijn er geen grote uitbreidingen van het winkelareaal voorzien in Zoetermeer. Winkelcentrum Rokkeveen staat aan de vooravond van een modernisering en beperkte uitbreiding van het winkelloppervlak. De gemeente verwacht het voorlopig ontwerp in de tweede helft van 2013.

In de regio Haaglanden zijn er verschillende detailhandelsplannen voor uitbreiding van het winkelareaal, vooral in de niet-dagelijkse sector. Twee projecten zijn voor het Stadshart relevant.

- In Leidsehaven heeft eigenaar Unibail-Rodamco plannen om het winkelcentrum Leidsehaven ingrijpend te vernieuwen. Er zijn plannen om circa 30.000 m² aan commerciële voorzieningen toe te voegen.
- In de binnenstad van Den Haag wordt het detailhandelsaanbod op verschillende locaties versterkt. In het totaal wordt er ruim 12.500 m² toegevoegd in detailhandelsprojecten Markies, Sijthof, Amadeus, Nieuwe Haagse Passage en New Babylon (september 2013 geopend, december 2013 met een factory outlet aangevuld).
- Factory Outlet Center (FOC) Bleizo is van de baan.

⁹ Locatus kent twee soorten verkooppunten: 1. Detailhandel (met wvo) en 2. Niet-detailhandel zoals leisure, dienstverlening en horeca (zonder wvo). Als verkooppunten uit categorie 2 leeg komen te staan, dan wordt er hier ook een wvo aan toegekend en wordt het opgenomen als leegstand. Van het totaal aantal leegstaande panden behoort ca. de helft tot detailhandel (cat. 1) en de andere helft tot niet detailhandel (cat. 2). Detailhandelsunits zijn gemiddeld wel groter dan de andere units die leegkomen. Van het totale wvo leegstand wordt 2/3 toegeschreven aan detailhandel.

Structuurplan Stadshart

Een fors deel van het Stadshart is nu 30 jaar oud en doet gedateerd aan. Wanneer het winkelhart in de toekomst concurrerend wil zijn met andere steden en winkelcentra is het van belang dat vernieuwing plaats vindt. Unibail-Rodamco is de grootste eigenaar van winkels en kantoren in het Stadshart en heeft het initiatief genomen om samen met andere grote eigenaren in het Stadshart te onderzoeken welke mogelijkheden er bestaan om het Stadshart te vernieuwen. Vanuit de uitkomsten van dit onderzoek is de ambitie geformuleerd om het Stadshart te maken tot een mix van een modern, comfortabel en aantrekkelijk stads- en winkelcentrum. De gemeente Zoetermeer juicht het initiatief van Unibail-Rodamco toe, omdat het een grote bijdrage kan leveren aan een sfeervolle, bruisende binnenstad. Vernieuwing van het Stadshart past dan ook goed binnen de “Visie Binnenstad 2030”.

Visie Binnenstad 2030¹⁰

Volgens de recent vastgestelde “Visie Binnenstad 2030” zal het Stadshart de plek voor de grote ketens blijven, waarbij de vestiging van een aantal kleinere winkels niet wordt uitgesloten. Het gebied zal sfeervoller worden gemaakt, door gezelligere pleinen, bankjes, fontein, kunst, groen en sfeervolle verlichting. Woningen zullen gerealiseerd worden voor mensen met een stedelijke levensstijl. Het Stadshart heeft nu nog een introvert karakter: op veel plekken vlak buiten het Stadshart merk je niet dat je vlakbij de binnenstad bent. Door de entrees van het Stadshart te verbeteren zal de binnenstad herkenbaarder worden en ook meer uitstraling krijgen.

1.3 Trends en ontwikkelingen

Verschillende trends en ontwikkelingen hebben een impact op de detailhandelsbestedingen in het algemeen en op de supermarktbranche in het bijzonder. Hier benoemen we die trends en ontwikkelingen kort, en geven aan wat dat betekent voor de ruimtelijke structuur van de dagelijkse verzorging. Zie bijlage 2 voor meer uitgebreide uitleg. Het beleidskader, zowel op nationaal niveau, als op provinciaal en gemeentelijk niveau komt in deze paragraaf ook aan bod.

Ontwikkelingen in de winkelmarkt

Sinds 2008 heeft de economische crisis zich in alle hevigheid geopenbaard. De bestedingen in non-food dalen al vijf jaar op rij; alleen de supermarktbranche onttrekt zich aan de malaise. De internetbestedingen nemen jaar in jaar uit toe. Volgens het CPB moeten we ons voorbereiden op een lange periode van laagconjunctuur (Juniraming 2012). Het is zeer te vraag of oude tijden ooit weer zullen herleven. De winkel(vastgoed)-sector staat namelijk aan de vooravond van grote fundamentele veranderingen, te weten:

- **Demografische veranderingen**, zoals ontgroening en vergrijzing en een slinkende beroepsbevolking. Overigens vergrijst ook het ondernemersbestand; de opvolgers van winkeliers staan niet (meer) in de rij. Onder jongeren is het starten van een webwinkel populairder dan het openen van een fysieke winkel.
- **Sectorspecifieke ontwikkelingen**, zoals de opkomst van (mobiel) internet als alternatief verkoopkanaal. Het aandeel van internet in de totale non-food detailhandelsbestedingen bedraagt al meer dan 10% (Thuiswinkel.org, cijfer 2012). Het

¹⁰ Zie bijlage 4 voor een meer uitgebreid beleidskader

belang van online winkelen neemt hand over hand toe, ook in sectoren die tot voor kort relatief ongevoelig waren voor deze ontwikkeling zoals mode en woninginrichting. Overigens raken fysieke detailhandel en online retail steeds meer met elkaar vervlochten, waardoor de groei van online retail niet één op één gespiegeld wordt door een verlies van de fysieke detailhandel. Wel verandert het karakter van het fysieke winkelen, met een toenemend belang van aspecten als sfeer en beleving.

Trends in stadscentra

- In de binnensteden tekent zich een duidelijke tweedeling af. De interesse van toonaangevende (inter)nationale (mode)ketens in het A1-winkelgebied is onverminderd groot. Ook grote en markante panden vinden gretig aftrek. De crisis treft vooral de aanloopstraten, de B- en C-milieus. Hier loopt de leegstand op en staan de huren onder druk.
- Iets meer dan de helft van de bezoekers van centrumgebieden hebben 'winkelen' als primair bezoekmotief. Andere motieven, zoals horecabezoek, cultuur en evenementen worden echter steeds belangrijker. Wil een centrumgebied zich onderscheiden dan is niet alleen het winkelaanbod, maar juist ook het vrijetijdsaanbod doorslaggevend. De combinatie van detailhandel, horeca en vermaak maakt de stad aantrekkelijker voor een consument.

Trends in de supermarktbranche

- Steeds meer supermarkten besteden aandacht aan hun versafdelingen, vanuit de optiek van verbetering van de winstmarge en vanwege de behoefte van de consument aan one-stop-shopping. Het gevolg hiervan is dat de versspecialzaken al jarenlang onder druk staan. Deze trend lijkt onomkeerbaar en treedt op los van de trend naar schaalvergroting van supermarkten.
- Minder, maar grotere supermarkten. Er is sprake van enerzijds uitval aan de onderkant (de kleine supermarkten) en anderzijds opwaardering aan de bovenkant (vergroting/relocatie). Deze ontwikkeling is niet te stuiten. Supermarkten die een te beperkt verzorgingsgebied bedienen hebben het zwaar.
- Hard discountsupermarkten zijn in opkomst. Kenmerkend voor deze formules zoals Aldi en Lidl zijn de lage prijzen, de kleinere metrages, een beperkt assortiment en minder nadruk op service.
- Anders dan in de non-food speelt e-commerce vooralsnog een betrekkelijk geringe rol in de distributie van levensmiddelen. Het omzetdeel in de foodsector dat voor rekening komt van e-commerce is momenteel ca. 1%. De algemene verwachting is dat dit percentage wel zal groeien, maar de komende jaren geen hoge vlucht zal nemen.
- Supermarkten in binnensteden zijn aan terugkeer bezig. Waar bijvoorbeeld in de Haagse binnenstad een jaar of tien geleden geen enkele supermarkt meer was gevestigd, zijn er nu wel tien van allerlei pluimage. Albert Heijn loopt voorop, met grote winkels (XL), stadswinkels en gemakswinkels (To Go).

2 Distributieve ruimte

In dit hoofdstuk zijn de ontwikkelingsmogelijkheden van de dagelijkse sector in Zoetermeer geanalyseerd. Dit doen we tweeledig: aan de hand van een DPO en aan de hand van een benchmarkanalyse. In de benchmarkanalyse is het (supermarkt)aanbod in Zoetermeer vergeleken met qua inwoneraantal en functie vergelijkbare plaatsen. Daarnaast is er door middel van een benchmark ook onderzocht wat de ontwikkelingsmogelijkheden voor horeca zijn.

2.1 Distributieve berekening

Door middel van een distributieve berekening is zowel voor de huidige situatie als voor de toekomstige situatie een uitspraak gedaan over de ontwikkelingsmogelijkheden van de dagelijkse sector in Zoetermeer. Er zijn twee distributieve berekeningen gemaakt:

- Een DPO voor ontwikkelingsmogelijkheden in de dagelijkse sector in de totale gemeente Zoetermeer. De koopkrachtbinding voor dagelijkse artikelen aan de gemeente bedraagt 93%. De koopkrachttoevloeiing voor dagelijkse artikelen van buiten de gemeente bedraagt 9% (KSO2011).
- Een DPO voor de ontwikkelingsmogelijkheden in de dagelijkse sector in Stadshart Zoetermeer. De koopkrachtbinding voor dagelijkse artikelen aan het Stadshart bedraagt 16%. De koopkrachttoevloeiing voor dagelijkse artikelen van buiten de gemeente aan het Stadshart bedraagt 15% (KSO2011).

In de berekeningen is voor de toekomstige situatie (2020) uitgegaan van de volgende ontwikkelingen:

- Gezien de geprognosticeerde toename van het bevolkingsaantal in Zoetermeer rekenen we in de toekomstige situatie met een bevolkingstoename tot 124.200 inwoners (een groei van ca. 1,5%).
- Koopstromen zijn in de toekomstige situatie gelijk gehouden wat betreft de berekening van marktruimte voor geheel Zoetermeer. Voor het Stadshart Zoetermeer zijn de binding en toevloeiing met 1%-punt opgehoogd.¹¹ Door de supermarkt-ontwikkeling Cadenza vindt er een koopkrachtverschuiving plaats van buiten naar binnen het Stadshart.

Bij de inschatting van de ontwikkelingsmogelijkheden in het verzorgingsgebied zijn de volgende kengetallen gehanteerd:

- Een gemiddelde besteding aan dagelijkse artikelen van € 2.340,- per hoofd van de bevolking per jaar (exclusief BTW, op basis van kengetallen HBD¹²). Op basis van een inkomensniveau in Zoetermeer, dat 8% hoger ligt dan landelijk, is de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking gecorrigeerd tot € 2.387 (2% hoger).¹³ De bestedingen zijn naar 2020 constant verondersteld.

¹¹ Door de vestiging van een tweede supermarkt in het Stadshart zullen meer inwoners van Zoetermeer geneigd zijn om hun boodschappen in het Stadshart te doen. Dit betekent dat er van elke euro de inwoners van Zoetermeer uitgeven aan dagelijkse boodschappen 17% terecht zal komen binnen het Stadshart (ten opzichte van 16% in de huidige situatie). Daarnaast zal het deel van de omzet van buiten de gemeente als aandeel van de totale omzet ook met 1% toenemen.

¹² Hoofdbedrijf Detailhandel, Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek (2012).

¹³ Op grond van een algemeen aanvaarde inkomenselasticiteit van 0,25 voor dagelijkse aankopen.

- Een gemiddelde vloerproductiviteit van € 7.310, exclusief BTW voor de dagelijkse sector. De vloerproductiviteit is de gemiddelde omzet per m² wvo per jaar (Hoofdbedrijfschap Detailhandel, 2012), ook constant verondersteld.
- Het huidige dagelijkse aanbod in de gemeente Zoetermeer bedraagt 36.673 m² wvo (op basis van de Locatus Verkooppunt Verkenner, augustus 2013).
- Het huidige dagelijkse aanbod in Stadshart Zoetermeer bedraagt 6.118 m² wvo (op basis van de Locatus Verkooppunt Verkenner, augustus 2013).

Tabel 4 Marktruimteberekening dagelijkse sector gemeente Zoetermeer

	Huidige situatie	Situatie 2020
Aantal inwoners	122.330	124.200
Bestedingen per hoofd in € (HBD)	€ 2.340	€ 2.340
Bestedingspotentieel in € mln*	€ 292	€ 296,4
Koopkrachtbinding (KSO 2011)	93%	93%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 271,5	€ 275,7
Koopkrachttoevoeiing (KSO 2011)	9%	9%
Omzet door toevoeiing in € mln	€ 26,9	€ 27,3
Totale bestedingen in € mln	€ 298,4	€ 303,0
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 7.310	€ 7.310
Haalbaar supermarktaanbod in m ² wvo	40.820	41.444
Gevestigd supermarktaanbod in m ² wvo	36.673	36.673
Uitbreidingsruimte in m² wvo	4.147	4.771

* Gecorrigeerd voor hogere inkomen in marktgebied

Tabel 5 Marktruimteberekening dagelijkse sector Stadshart Zoetermeer

	Huidige situatie	Situatie 2020
Aantal inwoners	122.330	124.200
Bestedingen per hoofd in € (HBD)	€ 2.340	€ 2.340
Bestedingspotentieel in € mln*	€ 292	€ 296,4
Koopkrachtbinding (KSO 2011)	16%	17%
Gebonden bestedingen in € mln	€ 46,7	€ 50,4
Koopkrachttoevoeiing (KSO 2011)	15%	16%
Omzet door toevoeiing in € mln	€ 8,2	€ 9,6
Totale bestedingen in € mln	€ 55,0	€ 60,0
Gemiddelde vloerproductiviteit in € per m ² wvo	€ 7.310	€ 7.310
Haalbaar supermarktaanbod in m ² wvo	7.519	8.207
Gevestigd supermarktaanbod in m ² wvo	6.188	6.188
Uitbreidingsruimte in m² wvo	1.331	2.019

* Gecorrigeerd voor hogere inkomen in marktgebied

Bovenstaande berekeningen laten zien dat zowel in de huidige als in de toekomstige situatie in 2020 uitbreidingsruimte is voor de dagelijkse sector. Dit geldt voor de gemeente Zoetermeer in het algemeen, maar ook voor het Stadshart in het bijzonder. De uitkomst van deze marktruimteberekening voor de huidige situatie komt overeen met de in hoofdstuk 1 getrokken conclusie dat het huidige aanbod gemiddeld genomen goed functioneert.

De toevoeging van een supermarkt 2.120 m² wvo past vrijwel volledig in de becijferde uitbreidingsruimte van ca. 2.000 m² wvo in het Stadshart in 2020. Het zou tot enige spanning tussen vraag en aanbod kunnen leiden in de dagelijkse sector, maar zal slechts van (zeer) geringe invloed zijn op het toekomstperspectief van supermarkten die al in Zoetermeer zijn gevestigd zijn. Ook zal het Stadshart dusdanig moeten worden versterkt dat de binding en de toevloeiing in de dagelijkse sector een fractie zal toenemen. Het bouwplan Cadenza draagt juist bij aan deze versterking.

In aanvulling op de distributieve berekening hebben we (zoals gebruikelijk is bij de beoordeling van dit soort initiatieven) meervoudige analyses toegepast voor een nader inzicht in de ruimtelijk-economische haalbaarheid en consequenties van het initiatief. Dit zijn een referentieanalyse ofwel benchmark (2.2) en de effectenanalyse (hoofdstuk 3). In de benchmarkanalyse wordt de supermarktstructuur en het horeca-aanbod van Zoetermeer vergeleken met die van woonplaatsen van vergelijkbare omvang.

2.2 Benchmark

Benchmark Supermarktstructuur

In de benchmark is het aanbod in de sector dagelijks (inclusief persoonlijke verzorging), levensmiddelen ("food") en supermarkten in Zoetermeer vergeleken met het gemiddelde in 12 plaatsen van soortgelijke grootte (100.000 – 160.000 inwoners)¹⁴. Het aantal inwoners van Zoetermeer (122.000 inwoners) ligt iets lager dan het benchmarkgemiddelde (131.000 inwoners). Als we het aanbod in de dagelijkse sector in Zoetermeer vergelijken met de benchmark dan valt op dat het supermarktaanbod relatief klein is. Rekening houdend met het aantal inwoners ligt de gemiddelde supermarktdkking in de benchmarkplaatsen rond het landelijke gemiddelde. De supermarktdichtheid in Zoetermeer (0,22 m² wvo per inwoner) ligt iets onder het benchmark- en het landelijk gemiddelde (0,23 m² wvo per inwoner).

Tabel 6 Vergelijking supermarktdichtheid woonplaats Zoetermeer

	Zoetermeer	Gemiddeld in benchmark	Gemiddeld in NL
Supermarktdichtheid	0,22	0,23	0,23

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner (aug 2013)

Tabel 7 Vergelijking aanbod woonplaats Zoetermeer met benchmark

	Gemiddeld aanbod in benchmark		Aanbod in Zoetermeer	
	verkooppunten	wvo	verkooppunten	wvo
Dagelijks	225	46.430	138	36.673
Levensmiddelen	173	39.210	99	31.224
Supermarkten	33	31.134	21	26.276
Full service	27	26.212	16	22.526
Hard Discount	7	4.922	5	3.750

Bron: Locatus Verkooppunten Verkenner (aug 2013)

¹⁴ Zie bijlage 5 voor benchmarkplaatsen

Onderstaande tabel zet het gemiddelde aanbod van Zoetermeer Stadshart af tegen het centrumaanbod in de benchmark. De tabel toont aan dat het aantal supermarkten in het centrum beperkt is vergeleken met de benchmark, terwijl het supermarktoppervlak nauwelijks afwijkt. Dit is te verklaren door de enorme oppervlakte van de AHXL in het centrum van Zoetermeer. In geen van de benchmarkcentra is een dergelijk formaat XL-supermarkt gevestigd.

Tabel 8 Vergelijking aanbod centrumwinkelgebied Zoetermeer met benchmark

	Aanbod benchmarkcentra			Aanbod in Zoetermeer-C		
	vkp	wvo	wvo/inw	vkp	wvo	wvo/inw
Dagelijks	66	8.608	0,06	24	6.188	0,05
Levensmiddelen	47	5.797	0,04	12	4.180	0,03
Supermarkten	4,5	3.425	0,03	1	3.556	0,03
Full service	3,9	3.000	0,02	1	3.556	0,03
Hard Discount	0,6	425	0,00	0	0	0,00

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner (aug 2013)

In een verdiepingsslag hebben we de samenstelling van het supermarktaanbod in de centra van de benchmarkplaatsen vergeleken met dat in Zoetermeer, waarbij we een onderscheid hebben gemaakt tussen full-service supermarkten en hard-discounters (zie de bijlage 3 voor de indeling van supermarktformules). De meeste plaatsen hebben 3 tot 5 full-service supermarkten in het centrum. Leiden is met 10 supermarkten een uitzondering. In de helft van de centrumwinkelgebieden is een hard-discount supermarkt gevestigd. Naast Zoetermeer kent ook Zwolle een aanbod van 1 full-service supermarkt in het centrum.

Tabel 9 Vergelijking supermarkt combinaties met onderscheid full-service en hard-discounter

Formule samenstelling	aantal plaatsen
8x full-service en 2x hard-discount	1
3 tot 5x full-service en 1x hard discount	4
2x full-service en 1x hard discount	1
3 tot 5x full-service	5
1x full-service	1
	12

Bron: Locatus Verkooppunten Verkenner (aug 2013)

Benchmark horeca

In vergelijking met de benchmarksteden is het horeca-aanbod in Zoetermeer meer dan de helft kleiner. Zoetermeer telt in totaal 152 horecagelegenheden, in de benchmarksteden is dit gemiddeld 370.

Ingezoomd op het centrum geldt ook dat het centrum van Zoetermeer een relatief klein horeca-aanbod heeft. Dit is slechts 14% ten opzichte van het aanbod in de benchmarksteden. Hierbij moet worden opgemerkt dat de horecaconcentratie in de Dorpsstraat niet is meegenomen in het centrumgebied. Wanneer het aanbod in de Dorpsstraat wel meetelt zijn er 60 horecagelegenheden ten opzichte van gemiddeld 208 gelegenheden in de benchmarkcentra. Over het gehele spectrum van horecavoorzieningen is sprake van ondervertegenwoordiging. Absoluut en relatief zijn de verschillen het grootst voor cafés en restaurants.

Tabel 10 Vergelijking horeca-aanbod

Type Horeca	Gemiddeld aanbod in benchmark	Aanbod Stadshart Zoetermeer	Aanbod centrum Zoetermeer (Incl. Dorpsstraat)
Restaurant	55	8	16
Café	46	0	3
Café Restaurant	29	5	9
Lunchroom	20	6	10
Fastfood	17	4	5
Grillroom	9	3	7
Bezorg/halen	7	1	4
Coffeeshop	6	0	0
Hotel-restaurant	4	0	0
Ijssalon	4	1	2
Discotheek	3	2	2
Hotel	3	0	0
Overig	5	0	2
Totaal	208	30	60

Bron: Locatus Verkooppunten Verkenner (aug 2013)

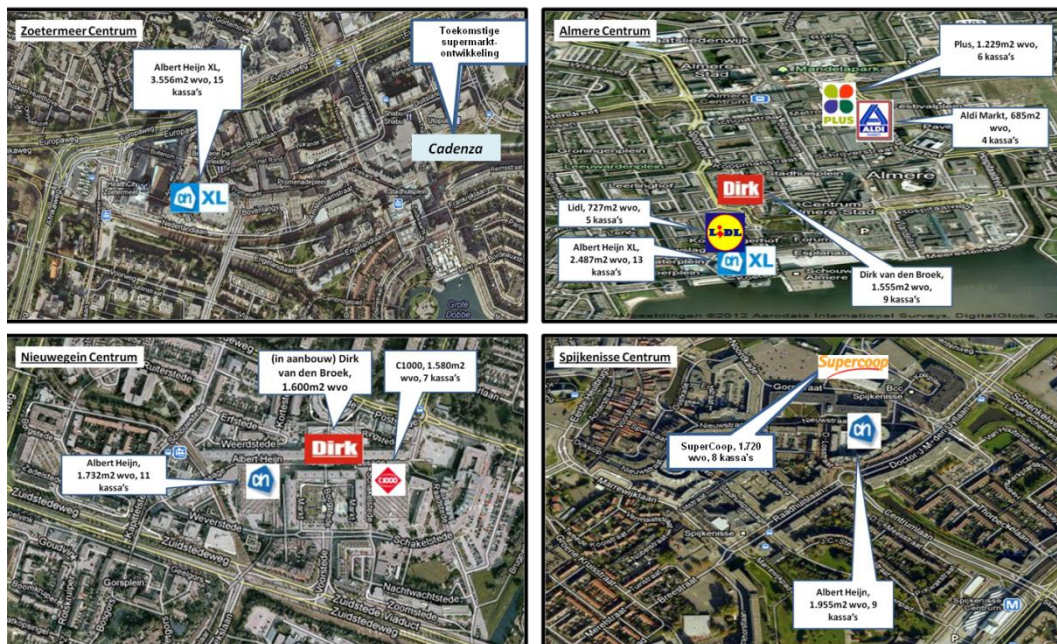
Het overigens lastig om een dergelijk planmatig opgezet winkelhart te ontwikkelen tot een florissant horecagebied. Echter, ook in vergelijking met andere ‘new towns’ als Almere, Nieuwegein, Spijkenisse en Alphen aan den Rijn blijkt dat het horeca-aanbod in Zoetermeer beperkt is. De consument beoordeelt het aanbod aan daghoreca in het Stadshart van Zoetermeer als enige aspect benedengemiddeld.

Overigens rechtvaardigt ook de toevoeging van functies (winkels, wonen en vrije tijd) in het Stadshart een uitbreiding van het horeca-areaal.

2.3 Referentiecentra

Zoetermeer is als zogenaamde ‘new town’ vergelijkbaar met plaatsen als Almere, Hoofddorp, Nieuwegein en Spijkenisse. Als de supermarktsituatie in stadscentra van deze steden met elkaar vergeleken wordt valt op dat in al deze steden minimaal twee full service supermarkten zijn, in de regel een Albert Heijn en een prijsagressieve speler als Dirk van den Broek. Almere spant de kroon met vijf supermarkten in het centrum. In Nieuwegein is er een derde grote supermarkt, Dirk van den Broek, bijgekomen in de ontwikkeling City Plaza. In Hoofddorp maken Albert Heijn en Dirk van den Broek de dienst uit. In de regel presteert de prijsagressieve supermarkt goed. In Spijkenisse had Albert Heijn een monopoliepositie in het centrum, maar is in de Multi-ontwikkeling een nieuwe Supercoop gekomen.

Figuur 10 Supermarktaanbod centrum Zoetermeer, Almere, Nieuwegein, Spijkenisse



Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, bewerking Bureau Stedelijke Planning

2.4 Actuele regionale behoefte

Dagelijkse sector (supermarkt)

- De groei van het draagvlak, de relatief hoge vloerproductiviteit en de relatief lage winkeldekking in Zoetermeer duiden op een uitbreidingspotentie in de dagelijkse sector. Een DPO-berekening laat zien dat er zowel in de huidige als in de toekomstige situatie (2020) uitbreidingsruimte is voor de dagelijkse sector. Dit geldt voor de gehele gemeente Zoetermeer, en ook voor het Stadshart in het bijzonder.
- Ook uit de benchmark blijkt een ondervertegenwoordiging van het aantal supermarkten ten opzichte van centrumgebieden van qua inwoneraantal vergelijkbare steden.
- Als de supermarktsituatie in stadscentra van 'new towns' met elkaar vergeleken wordt valt op dat in al deze steden minimaal twee full service supermarkten zijn. In recente uitbreidingen van Almere, Nieuwegein en Spijkenisse is een supermarkt toegevoegd. Hoogvliet is de kandidaat huurder voor Cadenza. Deze formule vormt een welkome aanvulling op de AH XL.

Horeca

De benchmark laat zien dat het centrum van Zoetermeer over een zeer beperkt horeca-aanbod beschikt, ook in vergelijking met andere planmatig opgezette centra in 'new towns'. Toevoeging van horeca is meer dan welkom en past in de ambitie om het Stadshart van Zoetermeer te ontwikkelen tot een meer aantrekkelijk, sfeervol en multifunctioneel centrum.

Toets artikel 3.1.6. Bro en conclusie

- Trede 1: Is er een **actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte** aan de ontwikkeling van Cadenza?

Ten aanzien van de ladder van duurzame verstedelijking is voldaan aan de eis dat er sprake is van een actuele (regionale) behoefte aan toevoeging van detailhandel in de dagelijkse sector en horeca in Zoetermeer centrum. Alle gehanteerde methoden – een distributieve berekening, een benchmark en referentieanalyse – wijzen in dezelfde richting. Er is voldoende distributieve ruimte voor uitbreiding van het supermarkt- en horeca-aanbod en verplaatsing van de speelautomatenhal.

- Trede 2: Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen **binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio**, door de transformatie of herstructurering hiervan?

Deze regionale behoefte wordt met de ontwikkeling van Cadenza opgevangen binnen het bestaand stedelijk gebied. Cadenza maakt onlosmakelijk onderdeel uit van het Stadshart, het stedelijk weefsel en de voorzieningstructuur in Zoetermeer.

- Trede 3: Indien nieuwbouw echt noodzakelijk is, dient een **locatie** gezocht te worden die **multimodaal ontsloten** is of kan worden voor het opvangen van die behoefte.

Aangezien de behoefte binnen bestaand stedelijk gebied wordt opgevangen hoeft er geen toetsing aan de derde trede plaats te vinden.

3 Effectenstudie

In dit hoofdstuk staat centraal wat de ruimtelijk-economische effecten zijn van de ontwikkeling Cadenza. Eerst is ingegaan op de economische en ruimtelijke impuls (paragraaf 3.1), daarna op de effecten op de bestaande structuur (paragraaf 3.2). Afgesloten is met conclusies (paragraaf 3.3).

3.1 Economische en ruimtelijke impuls

De ontwikkeling van een dergelijk (grootschalig) project zal een aanzienlijke, blijvende economische impuls opleveren voor de gemeente, regio en provincie, onder te verdelen in:

1. Tijdelijke effecten;
2. Structurele effecten of maatschappelijke baten;
3. Uitstralingseffecten.

Ad 1. Tijdelijke effecten

Gedurende de bouw ontstaat tijdelijke werkgelegenheid, vooral in de bouwnijverheid. Maatgevend voor het bepalen van deze tijdelijke (project)effecten zijn de stichtings- en overige (inrichtings)kosten voor het commercieel programma, de woningen en het parkeren. Een eerste ruwe inschatting is dat het zo'n 195 voltijdbanen betreft. Via de inschakeling van allerlei toeleverende bedrijven komen daar indirect nog eens 170 arbeidsplaatsen bij, wat het totale tijdelijke werkgelegenheidseffect brengt op van 365 voltijdbanen.

Ad 2. Structurele effecten: werkgelegenheid en maatschappelijke baten

Realisatie van het project brengt niet alleen een tijdelijk effect gedurende de realisatiefase, maar ook een structureel werkgelegenheidseffect. De omzetimpuls is hiervoor maatgevend. Deze omzetimpuls is uiteraard sterk afhankelijk van de omvang en uiteindelijke invulling van de ontwikkeling. Uitgaande van een invulling van 2.120 m² vwo supermarkt en 2.000 m² vwo aan horeca, fietsenwinkel en overige units (exclusief speelautomatenhal) zorgt de realisering van Cadenza grofweg voor een omzetplus van bijna 19 miljoen op jaarbasis¹⁵, met een directe werkgelegenheid van ongeveer 80 arbeidsplaatsen¹⁶ en een indirecte werkgelegenheid van 17 arbeidsplaatsen (bij toeleverende bedrijven)¹⁷ in totaal 97. De speelautomatenhal betreft een verplaatsing: de netto werkgelegenheidsplus is enkele arbeidsplaatsen. Deze banen zijn niet volledig additioneel. Een deel betreft verplaatsing van werkgelegenheid binnen de gemeente en regio.

De werkgelegenheidsvraag betreft hoofdzakelijk lager en middelbaar geschoold personeel. Het gros van het werkgelegenheidseffect is toe te schrijven aan de directe

¹⁵ Uitgaande van een verdeling van het vwo van 2.120 m² vwo Dagelijks en 2.000 m² vwo horeca/overig met een normatieve vloerproductiviteit (omzet per m²) van respectievelijk €7.310 en € 2.000 per jaar (bronnen: HBD omzetkengetallen detailhandel 2012, Horeca in cijfers 2013).

¹⁶ Uitgaande van een omzet per fte in de dagelijkse sector van € 262.000 en € 197.000 voor horeca/niet-dagelijks (bronnen: HBD omzetkengetallen detailhandel 2012, Horeca in cijfers 2013).

¹⁷ Op basis van eerdere input-output analyses voor de sector is een multiplier van 1,22 gehanteerd, dat wil zeggen dat bovenop de directe werkgelegenheid nog een additionele 22% aan indirecte werkgelegenheid optreedt.

regio. Bekend is dat lager opgeleiden veelal dicht bij hun woning werk vinden/hebben. Hoger opgeleiden zijn eerder bereid en in staat om een grote woon-werk-afstand af te leggen. Het project kan ook helpen om een aantal mensen eerder uit een werkloosheidssituatie te helpen. Indien dat het geval is, kan dit als baat aan het project worden toegerekend¹⁸.

Ad 3. (Ruimtelijke) uitstralingseffecten

Behoudens genoemde kwantitatieve economische effecten zal het project ook andere effecten hebben die lastig zijn te kwantificeren en moeilijk onder een noemer te vatten zijn. Dit zijn zogenaamde (ruimtelijke) uitstralingseffecten. Relevant zijn onder meer:

- Impuls voor de andere voorzieningen **nabij Cadenza**, ervan uitgaande dat nieuwe trekkers zich huisvesten die een deels nieuwe klantenstroom aanboren. De retail, horeca en andere publieksfuncties in de directe omgeving van Cadenza zullen hier het meest van profiteren.
- **Ruimtelijk-functionele versterking Stadshart**. De versterking van het oostelijke deel van het centrum zorgt voor een betere doorstroming (evenwichtiger druktebeeld) van het Stadshart. Het oostelijk deel is in de huidige situatie voornamelijk een doelbestemming voor theater- en filmbezoek. Door de toevoeging van een supermarkttrekker in Cadenza ontstaat meer evenwicht tussen oost en west. (Hoogwaardige) horeca en een modern speelautomatenhal veraangenamen het verblijfsklimaat, en de sfeer en beleving in het Stadshart.
- Impuls voor de middenstanders aan de belangrijkste aan- en afvoerroutes voor auto- en fietsverkeer. Het gaat hierbij om afgeleide omzet voor bijvoorbeeld parkeerfaciliteiten, brandstofverkooppunten, 'take away', fastfoodgelegenheden of grootschalige detailhandel.
- **Versterking vestigingsklimaat** in de plaats en regio. Een aantrekkelijk voorzieningenaanbod draagt bij aan de versterking van het vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven en daarmee aan het concurrentieprofiel.
- **Katalysator nieuwe investeringen**. Een dergelijke ontwikkeling fungeert vaak als katalysator voor nieuwe investeringen in de directe projectomgeving.

3.2 Effecten op de bestaande structuur

Effecten op de supermarktstructuur

Omdat de omzetclaim van een nieuwe supermarkt overwegend een claim is in de dagelijkse bestedingen, treft het vooral het bestaande supermarktaanbod en andere dagelijkse aanbieders.

Uit eerdere studies van Bureau Stedelijke Planning en de ervaringsgegevens bij eerdere nieuwe vestigingen van supermarkten zijn de volgende conclusies te trekken:

- Circa de helft van de omzetclaim van de nieuwe supermarkt is te traceren bij supermarkten in de directe omgeving, in dit geval hoofdzakelijk het primaire verzorgingsgebied van de supermarktontwikkeling in Cadenza.
- Circa een kwart van de omzetclaim van de nieuwe supermarkt is zeer versnipperd (en daarmee nauwelijks te traceren), afkomstig van allerhande detailhandelskanalen

¹⁸ In een MKBA kunnen we deze jaarlijkse baten meenemen voor een periode van 10 jaar omdat ervan uitgegaan mag worden dat ook zonder dit project deze mensen na verloop van tijd wel een baan zullen vinden.

binnen het verzorgingsgebied: van warenhuizen, winkels in benzinestations, drogisterijen, slijterijen tot versspecialzaken.

- Circa een kwart van de omzetclaim van de nieuwe supermarkt is het gevolg van marktverruiming. Dit is dus op te vatten als additionele omzet, die niet ten koste gaat van de gevestigde retailers, maar deels te zien is als bestedingsimpuls en deels ten koste gaat van niet-detailhandelsfuncties, zoals horeca, groothandel en dergelijke. Ook een hogere binding en toevloeiing kan hieronder geschaard worden (dit gaat immers ten koste van de omzet van relevante aanbieders buiten Zoetermeer).

In theorie kan de omzetderving voor zittende winkeliers (dagelijkse sector) in het primair verzorgingsgebied oplopen tot de helft van de extra omzetclaim van de supermarkt in Cadenza. Het theoretisch verdringingseffect bedraagt dan maximaal € 8,8 miljoen¹⁹.

Geprojecteerd op de totale dagelijks winkelaanbod in het primair verzorgingsgebied van 26.969 m² wvo gaat het om een *theoretisch* verdringingseffect van maximaal 4,4%²⁰, in metertermen 1.200 m² wvo²¹. Wetende dat de dagelijkse sector (en meer specifiek de supermarktsector) in Zoetermeer bovengemiddeld presteert zal een dergelijk verdringingseffect **niet** leiden tot (substantiële) uitval of aantasting van het woon-, leef- of ondernemersklimaat.

De mate van verdringing voor individuele supermarkten hangt vooral af van:

- **Overlap in formule en functie.** Hoe meer gelijkenis met het format en hoe meer overlap in functie (metrage, formule, prijsstelling, doelgroep), hoe groter het effect. Zie hiervoor ook bijlage 2.
- Verplaatsing en/of uitbreiding dan wel een **nieuwe vestiging**. In aansluiting hierop speelt mee of het een verplaatsing dan wel nieuwe vestiging betreft. Bij een verplaatsing is de additionele omzetclaim beperkter dan die van een nieuwe winkel. Immers, een groot deel van de omzet van de te verplaatsen winkel wordt meegenomen. Dit is in Zoetermeer niet het geval: de beoogde Hoogvliet-vestiging is een nieuwe toevoeging, zij het dat twee nabijgelegen supermarkten behoren tot dezelfde supermarktketen.
- **Overlap in verzorgingsgebied en afstand** tot de nieuwe supermarkt. Hoe groter de overlap, des te groter het effect. De afstand tussen het project en de betreffende supermarkt is vaak maatgevend. Het betekent dat de effecten vooral merkbaar zullen zijn in het primair verzorgingsgebied.
- Het **functioneren van de betreffende supermarkt**: naarmate een supermarkt beter functioneert, zal de relatieve verdringing geringer zijn en ook minder sterk worden gevoeld. Supermarkten die al matig of slecht functioneren, lopen echter een groter gevaar onvoldoende perspectief te hebben, gesteld dat er sprake is van overlap in functie, verzorgingsgebied en formule.

In de onderstaande tabel zijn de effecten voor de gevestigde supermarkten samengevat. In deze effecten is uitgegaan van een economisch gezond functioneren van de nieuwe supermarkt, met andere woorden een supermarkt die een omzet realiseert die per vierkante meter minimaal gelijk is aan het landelijke gemiddelde. Dit is een reële verwachting gegeven het feit dat het om een nieuwe, moderne

¹⁹ Berekening: $0,5 * € 7.310 \text{ per m}^2 \text{ wvo per jaar} * 2.650 \text{ m}^2 \text{ wvo}$

²⁰ Berekening: $€ 8,8 \text{ miljoen} / (€ 7.310 \text{ per m}^2 \text{ wvo per jaar} * 26.969 \text{ m}^2 \text{ wvo})$.

²¹ Berekening: $0,5 * 2.650 \text{ m}^2 \text{ wvo}$.

supermarkt van eigentijdse omvang gaat (ca. 2.650 m² wvo) met een gunstige ligging en een goede parkeersituatie.

Tabel 3 Effect komst supermarkt op functioneren supermarktaanbod Zoetermeer.

Buurt	Formule	M ² wvo	Afstand tot projectlocatie	Huidige functioneren	Effect op omzet
Stadscentrum	AH XL	3.556	0,9km/3min	Zeer goed	5-10%
Dorp	ALDI-MARKT	672	1,8km/5min	Goed	< 2%
	HOOGVLIET	837	3,3km/7min	Redelijk	5-10%
Driemanspolder	HOOGVLIET	1.330	2,3km/5min	Goed	5-10%
Palenstein	DIGROS	1.080	3,2km/6min	Goed	< 2%
Buytenwegh	JUMBO	1.081	2,0km/5min	Goed	2-5%
	LIDL	922	2,8km/6min	Goed	< 2%
De Leyens	ALBERT HEIJN	1.295	2,4km/6min	Goed	2-5%
	LIDL	634	2,4km/6min	Goed	< 2%
Meerzicht-West	ALBERT HEIJN	1.480	2,9km/6min	Redelijk	< 2%
	JUMBO	1.128	2,9km/6min	Goed	< 2%
Noordhove-West	ALBERT HEIJN	1.222	4,0km/9min	Redelijk	< 2%
Seghwaert-NO	C1000	804	3,1km/7min	Goed	2-5%
Seghwaert-ZW	ALBERT HEIJN	1.512	2,8km/7min	Goed	2-5%
	LIDL	745	2,8km/7min	Goed	< 2%

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner (juni 2013), omzet en effecten betreffen inschatting Bureau Stedelijke Planning

Legenda functioneren

Zeer goed	Omzet per m ² > 30% boven het gemiddelde
Goed	Omzet per m ² 10-30% boven het gemiddelde
Redelijk	Omzet per m ² rond (+ en -10%) het gemiddelde
Matig	Omzet per m ² 10-30% onder het gemiddelde
Slecht	Omzet per m ² > 30% onder het gemiddelde

De omzeteffecten van een supermarkt in Cadenza zullen naar verwachting absoluut en relatief het grootst zijn voor de AH XL in het Stadshart, omdat deze in de directe nabijheid ligt, de grootste overlap kent in functie en momenteel de enige keuze is binnen het Stadshart. De verwachting is dat deze supermarkt 1/3 van het totale omzetverlies in het primair verzorgingsgebied voor zijn rekening zal nemen. Met een dergelijk omzetverlies functioneert de AH XL overigens nog altijd (meer dan) bovengemiddeld. Met de komst van Primark in Spazio krijgt het westelijk deel, en daarmee dus ook AH, een nieuwe impuls, zodat is te verwachten dat het daadwerkelijke omzetverlies beperkt zal zijn.

Daarnaast is er ook een omzeteffect voor de twee nabijgelegen Hoogvliet supermarkten in Driemanspolder en in het Dorp. De formuleoverlap is uiteraard groot; ze vervullen wel een wezenlijk andere functie. De ervaring leert dat vestigingen van dezelfde formule op korte termijn omzet derven, maar deze vaak op middellange termijn weer inlopen. Dit vanwege het positief effect van een vergrote (naams)bekendsheid en promotie- en marketinginspanningen. Ook zijn er

efficiencyvoordelen te behalen: personeel kan bijvoorbeeld makkelijk(er) worden uitgewisseld tussen vestigingen.

In alle andere gevallen is sprake van een gering of te verwaarlozen effect en is het omzetverlies zodanig dat het **niet** van invloed is op het toekomstperspectief.

Het kan zijn dat er andere dagelijkse winkelmeters verdwijnen. Dit zijn in de regel meters met onvoldoende toekomstperspectief, ook in autonome zin, zonder de realisering van een supermarkt in Cadenza. Hooguit zal de Cadenza-supermarkt dat autonome proces versnellen.

Effecten op horecastructuur

Er zijn momenteel 30 horecagelegenheden in het Stadshart en 30 in het oude dorp. In vergelijking met benchmarkplaatsen en andere 'new towns' is dit gering. De toevoeging van circa 2.000 m² vvo aan horeca, omgerekend circa 5 tot 10 verkooppunten, is aanzienlijk. Omdat horeca een zeer heterogene sector vormt, van ijssalon tot hotel, is het op voorhand lastig te bepalen wat de verdringing zal zijn. De uiteindelijke invulling van de units in Cadenza is bepalend. Ook hier geldt hoe meer overlap (in functie, branche, metrage, formule, prijsstelling, doelgroep), des te groter het verdringingseffect. De positieve effecten worden versterkt c.q. de negatieve verzacht als in Cadenza segmenten/formules worden toegevoegd die uniek zijn voor het marktgebied, een brede doelgroep aanspreken en niet volwaardig vertegenwoordigd elders in het Stadshart.

Effecten op speelautomatenhal

Sinds 1998 is Hommerson actief in Zoetermeer onder de naam 'Stargate'. Uit de overname werden de behendigheidsspelen verwijderd en werd de leeftijdsgrens opgeschroefd naar minimaal 20 jaar. In december 2003 kon er een uitbreiding met de ruimte van de naastgelegen FEBO plaatsvinden en zijn openingstijden beduidend verruimd. Hommerson is de enige speelautomatenhal in Zoetermeer. Momenteel is Hommerson Casino gevestigd op de Amsterdamstraat 2-4²². Met verplaatsing valt deze ruimte vrij. Op de Amsterdamstraat staan twee kleinere units leeg. Het is van belang een aantrekkelijke herinvulling van dit pand te vinden om ook dit deelgebied levendig te houden. Herontwikkeling, herstructurering en/of herbestemming komen in beeld. Dit is een gezamenlijke verantwoordelijkheid van eigenaren, de ondernemer(s) en gemeente.

Effecten op leegstand en voorzieningenniveau

In paragraaf 1.2 is geconstateerd dat de leegstand in geheel Zoetermeer (4%) lager ligt dan landelijk (7%). In het Stadshart staat 9% van het totale winkelvloeroppervlakte leeg. De leegstand in het Stadshart is sterk opgelopen. Dit is deels te wijten aan de crisis, deels aan bewust gecreëerde leegstand om de komst van Primark van 3.550 m² vvo mogelijk te maken. Met de komst van Primark behoort een deel van de leegstand tot het verleden en is het aannemelijk dat het leegstandpercentage in het Stadshart minimaal zal halveren. Primark boort bovendien een grote en deels nieuwe

²² De bestemming van het pand waarin de speelautomatenhal op dit moment is gevestigd is 'centrum 1' met 'specifieke vorm van centrum - speelautomatenhal'. Dit houdt in dat het pand bestemd is voor ambachtelijk bedrijf, detailhandel, dienstverlening, maatschappelijke voorzieningen en horeca en tevens een speelautomatenhal.

klantenstroom aan, dat ook weer nieuwe retailers aantrekt. De ontwikkeling van Cadenza bewerkstelligt eenzelfde effect, zij het wat bescheidener.

Het valt op voorhand niet uit te sluiten dat een enkel verkooppunt uitvalt. Dit zullen vooral de matig functionerende winkels en horecagelegenheden zijn op kwetsbare locaties. Tot grote uitval c.q. onbeheersbare toename van het leegstandspercentage elders zal de ontwikkeling van Cadenza echter niet leiden. De ontwikkeling van Cadenza leidt niet tot een dusdanige toename van de bestaande leegstand dat de winkelstructuur hierdoor zodanig wordt aangetast dat in Zoetermeer, en in het bijzonder Stadshart, een onaanvaardbaar woon-, leef- en ondernemersklimaat zal ontstaan.

Uit dit onderzoek is voorts gebleken dat de ontwikkeling van Cadenza niet zal leiden tot een duurzame ontwrichting van het voorzieningenniveau in Zoetermeer (en daarbij in het bijzonder Stadshart). Het voorzieningenniveau blijft in voldoende mate behouden in die zin dat de inwoners van Zoetermeer en in het bijzonder Stadshart op aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun geregelde inkopen kunnen (blijven) doen. Door het eventueel verdwijnen van een aantal winkels wordt het voorzieningenniveau niet duurzaam ontwricht, nu binnen Zoetermeer in het algemeen en het Stadshart in het bijzonder voor consumenten voldoende aanbod en variatie in winkels op acceptabele afstand van hun woning blijft bestaan.²³

3.3 Conclusies

- De ontwikkeling Cadenza levert circa 90 (deels nieuwe) arbeidsplaatsen op en zorgt ook nog voor een forse tijdelijke werkgelegenheid gedurende de bouw.
- De versterking van het oostelijke deel van het centrum zorgt voor een betere doorstroming (evenwichtiger druktebeeld) van het Stadshart. Het oostelijk deel is in de huidige situatie voornamelijk een doelbestemming voor theater- en filmbezoek. Door de toevoeging van een supermarkttrekker in Cadenza ontstaat meer evenwicht tussen oost en west. (Hoogwaardige) horeca en een modern speelautomatenhal veraangenamen het verblijfsklimaat, en de sfeer en beleving in het Stadshart.
- Hoewel het initiatief distributief verantwoord is, en de economische bijdrage per saldo positief zal er ook sprake zijn van een (zeer) beperkt verdringingseffect van enkele procenten van het totale dagelijks winkelaanbod in het primair verzorgingsgebied. Dit wordt naar verwachting weer ingelopen door wijziging van koopstromen. Tot grote uitval c.q. sterk oplopende leegstand elders (en daarmee onaanvaardbare aantasting van het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat c.q. duurzame ontwrichting) zal het initiatief **niet** leiden.
- Het alternatieve nulscenario ('niets doen') is overigens weinig aantrekkelijk. In dat geval blijft de noodzakelijke kwaliteitsimpuls in het oostelijk deel van het centrum uit en de disbalans tussen oost en west alleen maar groter. Het gevaar is dat het Stadshart dan ingehaald wordt door de centra als winkelcentrum Leidsenhage en de Haagse binnenstad. Deze staan alles behalve stil.

²³ Vergelijk voor de criteria inzake duurzame ontwrichting en leegstand onder meer de uitspraak van de Raad van State inzake Emmeloord van 11 september 2013 (nr. 201200385/1/R2) en de uitspraak van de Raad van State inzake het bouwplan te Kerkrade van 31 juli 2013 (nr. 201209729/1/A1).

Bijlage 1: Supermarktaanbod Zoetermeer

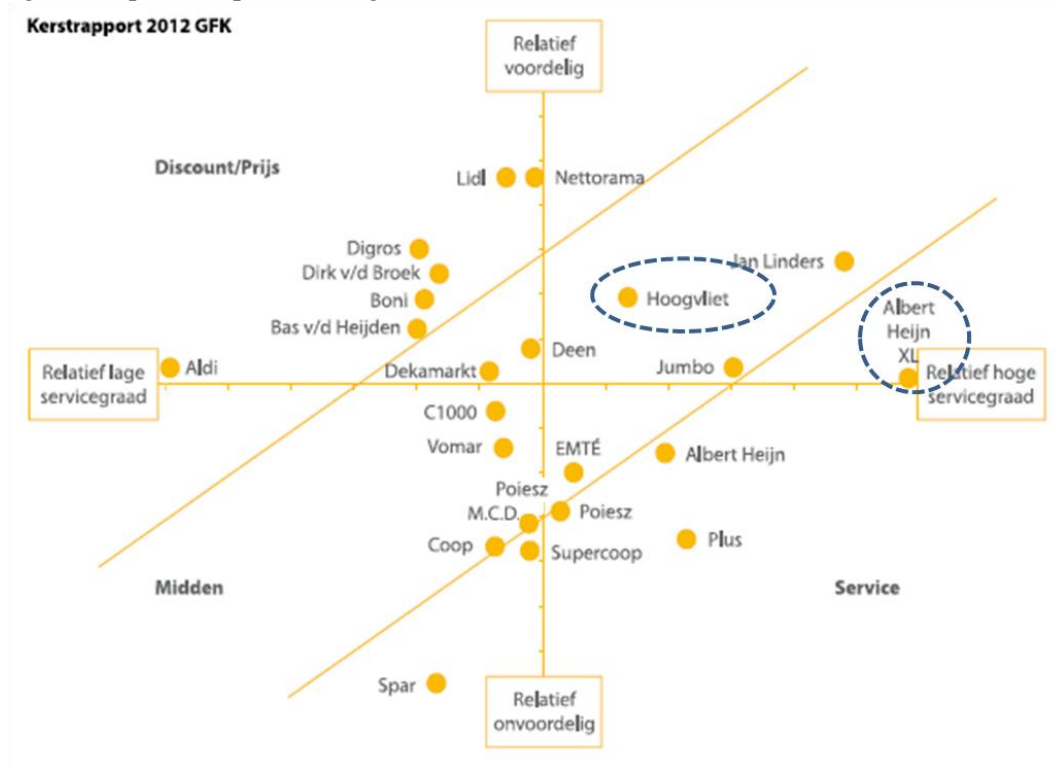
Tabel 11 Supermarktaanbod primair en secundair verzorgingsgebied

Verzorgings gebied	Wijk	Formule	Straat	Kassa's	M² wvo	Afstand tot planlocatie
Primair	Stadscentrum	AH XL	Westwaarts	15	3.556	900m/3min
	Dorp	ALDI-MARKT	Leidsewallen	3	672	1,8km/5min
		HOOGVLIET	Dorpsstraat	5	837	3,3km/7min
		HOOGVLIET	Van Stolberglaan	8	1.330	2,3km/5min
	Palenstein	DIGROS	Croesinckplein	9	1.080	3,2km/6min
	Buytenwegh	JUMBO	Kentgensplein	5	1.081	2km/5min
		LIDL	T. Brandsmahove	5	922	2,8km/6min
	De Leyens	ALBERT HEIJN	Broekwegzijde	11	1.295	2,4km/6min
		LIDL	Van T Hoffplein	4	634	2,4km/6min
	Meerzicht-West	ALBERT HEIJN	Middelwaard	8	1.480	2,9km/6min
		JUMBO	Middelwaard	7	1.128	2,9km/6min
	Noordhove-West	ALBERT HEIJN	Lijnbaan	8	1.222	4,0km/9min
	Seghwaert-NO	C1000	Meeuwenveld	6	804	3,1km/7min
	Seghwaert-ZW	ALBERT HEIJN	Petuniatuin	9	1.512	2,8km/7min
		LIDL	Petuniatuin	5	745	2,8km/7min
Secundair	Rokkeveen-Oost	JUMBO	Groen-Blauwlaan	5	1.040	5,7km/11mi
	Rokkeveen-West	ALBERT HEIJN	Samanthagang	11	1.303	4,2km/9min
		C1000	Quirinegang	8	1.228	4,1km/8min
	Oosterheem-NO	ALDI-MARKT	Oosterheemplein	4	777	5km/9min
		HOOGVLIET	Oosterheemplein	10	1.736	5km/9min
		JUMBO	Oosterheemplein	11	1.894	5km/9min

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

Bijlage 2 Positionering supermarkten

Figuur 7 Supermarktpositionering 2012



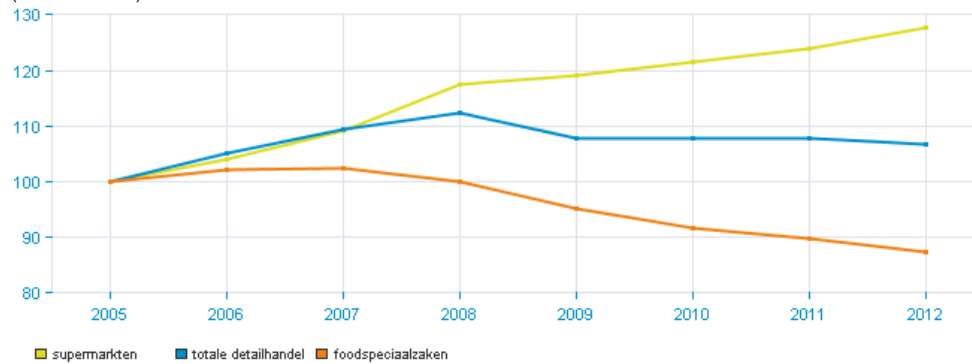
Bron: GfK 2012

Bijlage 3 Overzicht belangrijke trends en ontwikkelingen

Feiten en cijfers over de supermarktbranche

Supermarkten worden steeds belangrijker in de distributie van levensmiddelen onder de bevolking. Ruim 85% van de bestedingen in levensmiddelen in de detailhandel wordt gedaan in supermarkten. In 2012 behaalden supermarkten 25% meer omzet dan in 2005. De foodspeciaalzaken zetten daar in diezelfde periode een omzetverlies van zo'n 13% tegenover. De supermarktbranche weet gestaag de omzet te verbeteren, ook in tijden van laagconjunctuur. De non-food branche kampt sinds het uitbreken van de financiële crisis met (forse) omzetverliezen.

Figuur 8 Omzetontwikkeling supermarktbranche, totale detailhandel en foodspeciaalzaken (2005 = 100)



Bron:

CBS/HBD, 2012

De supermarktbranche bestaat momenteel uit 4.400 supermarkten en 1.450 minisupers. Daarnaast zijn er ca. 120 nachtwinkels en 30 foodwinkels in ziekenhuizen. Bij elkaar is de supermarktbranche goed voor ca. 245.000 banen en een omzet van ca. € 30,2 miljard (inclusief BTW). Dit komt neer op ongeveer een derde van de totale werkgelegenheid (33%) en omzet (36%) in de detailhandel.

Trends in de supermarktbranche

- **Supermarkt versus versspeciaalzaak:** steeds meer supermarkten besteden aandacht aan hun versafdelingen, vanuit de optiek van verbetering van de winstmarge en vanwege de behoefte van de consument aan one-stop-shopping. Het gevolg hiervan is dat de versspeciaalzaken al jarenlang onder druk staan. Deze trend lijkt onomkeerbaar en treedt op los van de trend naar schaalvergroting van supermarkten. Alleen met een onderscheidend assortiment en onderscheidend serviceniveau, en op locaties dicht op succesvolle supermarkten hebben (vers)speciaalzaken nog toekomst;
- **Schaalvergroting:** minder, maar grotere supermarkten. Naar de huidige maatstaven zijn full-service supermarkten van minder dan 1.200 m² winkelvloeroppervlak (wvo) te klein en hebben een te weinig gedifferentieerd aanbod om voor de consument aantrekkelijk te blijven. Er is sprake van enerzijds uitval aan de onderkant (de kleine supermarkten) en anderzijds opwaardering aan de bovenkant (vergroting/relocatie). Deze ontwikkeling is niet te stuiten en heeft ook een bedrijfseconomische achtergrond. Door de druk op de prijzen en daarmee op de marges moeten traditionele buurt- en wijksupermarkten een hogere omzet realiseren om rendabel te

blijven. Anderzijds hebben consumenten steeds meer de neiging om te kleine supermarkten voorbij te rijden om uit complete assortimenten te kunnen kiezen. Buurt- en kleine wijksupermarkten die een te beperkt verzorgingsgebied bedienen zitten daarmee in een spagaat waar ze nauwelijks uit kunnen komen;

- Grootschalige supermarkten: dit type supermarkten is in Nederland in opkomst en voorziet in de behoefte van de consument om eens per week of twee weken met de auto grootschalig boodschappen te doen. Met de opkomst van grootschalige supermarkten ontstaat een nieuwe hiërarchie in boodschappen doen. In dit type supermarkt komt men over het algemeen veel minder frequent, maar wel van over grotere afstand, en besteedt men per bezoek meer dan in de reguliere supermarkten.
- Opkomst van discountformules: naast grootschalige supermarkten zijn ook discountsupermarkten zoals Aldi en (vooral) Lidl in opkomst. Kenmerkend voor deze formules zijn de lage prijzen, de kleinere metrages, een beperkt assortiment en de mindere focus op service. Overigens manoeuvreert Lidl zich steeds meer in de richting van een zogenaamde softdiscount supermarkt, met meer assortiment, meer vers, grotere oppervlaktes, maar met behoud van de lage prijzen;
- Traffic voorzieningen: deze voorzieningen ontstaan op locaties waar veel passanten zijn vanwege de specifieke functie van de locatie, zoals stations, benzinestations, ziekenhuizen, hogescholen en universiteiten, etc. Supermarkten hebben hierop ingespeeld, en bieden op dit soort locaties een specifiek, op gemak gericht assortiment. Door een gunstigere margemix kunnen de veelal hogere huren op dit soort locaties worden gedragen;
- Internet als aankoopkanaal: anders dan in de non-food speelt e-commerce nog een betrekkelijk geringe rol in de distributie van levensmiddelen. Naast bezorgservice ah.nl experimenteren een aantal supermarktketens (waaronder Albert Heijn en Dekamarkt) ook met zogenaamde pick-up points, stand-alone of als onderdeel van een reguliere supermarkt. Het omzetdeel in de foodsector dat voor rekening komt van e-commerce is momenteel ca. 1%. De algemene verwachting is dat dit percentage wel zal groeien, maar de komende jaren geen hoge vlucht zal nemen.

Bijlage 4 Beleid en jurisprudentie

Rijksbeleid

- Sinds 2006 zijn via de Nota Ruimte²⁴ de verantwoordelijkheden voor het locatiebeleid van bedrijven en voorzieningen verschoven van het Rijk naar de provincies en gemeenten. Het Rijk wil nog wel enige invloed blijven uitoefenen op detailhandelsontwikkelingen buiten de bestaande structuur. Daarom is het uitgangspunt opgenomen dat nieuwe ontwikkelingen niet ten koste mogen gaan van de detailhandelsstructuur van binnensteden en wijkwinkelcentra. Provincies worden verzocht om gezamenlijk richtlijnen op te stellen voor branchebeperkingen op perifere locaties en deze voor te leggen aan het kabinet. Tenslotte hebben gemeenten de mogelijkheid om detailhandel als aparte bestemming op te nemen.
- De ladder voor duurzame verstedelijking is sinds oktober 2012 opgenomen in artikel 3.1.6 lid 2 Bro. Nieuw te realiseren stedelijke ontwikkelingen zoals woningen, kantoren maar ook detailhandel, moeten standaard gemotiveerd worden met behulp van een drietal, opeenvolgende stappen. Deze bepaling is opgenomen om zorgvuldig ruimtegebruik te stimuleren. De ladder kent het volgende afwegingskader:
 1. Is er een **actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte** aan deze nieuwe ontwikkeling (bedrijven, kantoren, woningen en andere stedelijke ontwikkelingen)? Indien dat niet het geval is stopt de planprocedure. Is er wel sprake van een regionale behoefte, dan volgt trede 2 van het afwegingskader.
 2. Is (een deel van) de regionale behoefte op te vangen **binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio**, door de transformatie of herstructurering hiervan? Zo ja, dan wordt het initiatief daar in beginsel gerealiseerd. Indien herstructurering of transformatie van bestaand stedelijk gebied onvoldoende mogelijkheden biedt om aan de regionale, intergemeentelijke vraag te voldoen, volgt trede 3.
 3. Indien nieuwbouw echt noodzakelijk is, dient een **locatie** gezocht te worden die **multimodaal ontsloten** is of kan worden voor het opvangen van die behoefte.

Jurisprudentie: Duurzame ontwricting en leegstand

In de jurisprudentie geldt als doorslaggevend criterium voor duurzame ontwricting de vraag of voor de inwoners van een bepaald gebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in de zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun dagelijkse inkopen kunnen doen. Het gaat bij duurzame ontwricting dus niet om de vraag of sprake is van overaanbod in het verzorgingsgebied en om mogelijke sluiting van specifieke bestaande detailhandelsvestigingen.

Door de (tussen)uitspraak van de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State inzake het centrumplan Emmeloord van december 2012 (en de daarop volgende lijn in de jurisprudentie) wordt voorts benadrukt dat bij een zorgvuldige ruimtelijke ordening ook hoort dat een plan niet leidt tot een zodanige overcapaciteit dat er via de weg van leegstand sprake is van een (onaanvaardbare) aantasting van het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Om deze reden wordt in deze studie ook aandacht besteed aan de vraag of dat in de onderhavige situatie mogelijk het geval is.²⁵

²⁴ Bron: Planbureau voor de Leefomgeving (2011), beleidsdossier Detailhandel.

²⁵ Vergelijk voor de criteria inzake duurzame ontwricting en leegstand onder meer de uitspraken van de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State inzake Emmeloord van 5 december 2012 (nr. 201200385/1/T1/R2) en 11 september 2013 (nr. 201200385/1/R2) en Kerkrade van 31 juli 2013 (nr. 201209729/1/A1).

Beleid Provincie Zuid-Holland

Volgens het in 2007 vastgestelde provinciale detailhandelsbeleid zijn detailhandelsontwikkelingen van meer dan 1.000 m² buiten de bestaande winkelconcentraties (oftewel, op perifere locaties) niet toegestaan zonder toestemming van de provincie. Binnen de bestaande structuur moeten projecten met een omvang boven 2.000 m² eveneens door de provincie getoetst worden. Momenteel vindt een actualisering van het provinciaal beleid plaats. In het nieuwe beleid, dat grotendeels een voortzetting is van het nu vigerende beleid zal, in navolging van de motie van kamerlid De Rouwe bij de behandeling van de in maart 2012 vastgestelde SVIR (Structuurvisie Infrastructuur en Ruimte), de SER-ladder voor duurzame verstedelijking leidend worden.

Regionale structuurvisie detailhandel Haaglanden

Het vaststellen van beleid voor detailhandelsvoorzieningen van regionaal belang is één van de kerntaken van het Stadsgewest Haaglanden. Op dit moment wordt gewerkt aan vaststelling van de Regionale structuurvisie detailhandel Stadsgewest Haaglanden 2012-2013. Deze bevat de beleidskeuzes voor het regionale detailhandelsbeleid in Haaglanden. Zoetermeer behoort volgens deze structuurvisie tot de regionaal verzorgende centra. In het beleid wordt als uitgangspunt genomen dat nieuwe vestigingslocaties voor detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande perspectiefrijke winkelgebieden. De bestaande winkelgebieden hebben daarmee beleidsmatig voorrang, ook om belangrijke herstructureringsopgaven te realiseren. Dit betekent dat ontwikkelingsmogelijkheden buiten de detailhandelsstructuur geen blijvende negatieve effecten mogen hebben op de bestaande detailhandelsstructuur en dat onderzoek, motivering en afwegingen ten grondslag moeten liggen aan het al dan niet toestaan van ontwikkelingen buiten de benoemde structuurbepalende winkelgebieden.

Gemeentelijk beleid

Stadsvisie 2030 en Visie Binnenstad 2030

In de in 2008 vastgestelde *Stadsvisie 2030* wordt de keuze gemaakt om vooral in te zetten op het versterken van de detailhandel in het Stadshart, de Dorpsstraat en de bestaande wijkwinkelcentra. Ontwikkelingen die hier afbreuk aan doen zijn in principe niet wenselijk. Volgens de recent vastgestelde *Visie Binnenstad 2030* zal het Stadshart de plek blijven voor de grote ketens, waarbij de vestiging van een aantal kleinere winkels niet wordt uitgesloten. Het gebied zal sfeervoller worden gemaakt, door gezelligere pleinen, bankjes, fontein, kunst, groen en sfeervolle verlichting. Woningen zullen gerealiseerd worden voor mensen met een stedelijke levensstijl. Het Stadshart heeft nu nog een introvert karakter: op veel plekken vlak buiten het Stadshart merk je niet dat je vlakbij de binnenstad bent. Door de entrees van het Stadshart te verbeteren zal de binnenstad herkenbaarder worden en ook meer uitstraling krijgen.

Stedelijk Beleidskader Economie 2010-2014

In de Stedelijk Beleidskader Economie 2010-2014 wordt detailhandel opgenomen in het beleidskader. Doelstelling is om een brede, kwalitatief goede en op de toekomst gerichte voorzieningenstructuur (leisure, horeca en detailhandel) in Zoetermeer aan te bieden. De gemeente gaat beleidsmaatregelen uitvoeren die zich richten op het

verder ontwikkelen van de sterke en unieke Zoetermeerse leisure-sector waaronder inbegrepen kunst en cultuur, het uitbreiden van het aanbod aan hoogwaardige horecagelegenheden en het versterken van de Zoetermeerse detailhandelstructuur.

Bijlage 5 Benchmarksteden

Woonplaats	Aantal inwoners
Amersfoort	132.140
Apeldoorn	131.735
Arnhem	148.070
Breda	143.325
Dordrecht	118.750
Enschede	157.845
Haarlem	150.050
Leiden	117.905
Maastricht	119.520
Nijmegen	157.550
S-Hertogenbosch	107.060
Zoetermeer	121.905
Zwolle	120.375