

Marktvisie Detailhandel Definitief

Centrumplan 's-Gravenzande



Marktvisie detailhandel

Centrumplan 's-Gravenzande

Gemeente Westland



Project: Marktvisie detailhandel Centrumplan 's-Gravenzande

Opdrachtgever: Gemeente Westland

Namens opdrachtgever: De heer Van der Kaaij

Referentienummer: PO/Cons/ C08936

Datum: Oktober 2011

Projectteam: Rien Romijn tel. 073-6491582 r.romijn@wpmgroep.nl
Arjen Ouwehand tel. 073-6491583 a.ouwehand@wpmgroep.nl

INHOUD

1	INLEIDING	1
1.1	ACHTERGROND EN DOELSTELLING.....	1
1.2	ONDERDELEN RAPPORTAGE.....	1
2	HART VAN 'S-GRAVENZANDE	2
2.1	CENTRUMPLAN	2
2.2	TIJDELIJK WINKELCENTRUM	3
3	KARAKTERISERING EN POSITIONERING	4
3.1	TYPERING	4
3.2	WINKELSTRUCTUUR.....	5
3.3	BELEID EN PLANNEN.....	5
4	MARKTMOGELIJKHEDEN	7
4.1	VERZORGINGSBEREIK	7
4.2	HET FUNCTIONEREN VAN DE KERN 'S-GRAVENZANDE.....	7
4.3	UITBREIDINGSPOTENTIE (KWANTITATIEVE BENADERING).....	8
5	MARKTEFFECTEN EN CONCLUSIES	10
5.1	EFFECTEN TIJDELIJK WINKELCENTRUM	10
5.2	EFFECTEN CENTRUMPLAN	10
5.3	TOT SLOT: ONTWRICHTING JA / NEE?.....	10
	BIJLAGE 1: INWONERS PER KERN	11
	BIJLAGE 2: PROFIEL DORPSCENTRA	12
	BIJLAGE 3: STATUS BOUWPLANNEN	14
	BIJLAGE 4: BESTEDINGSONTWIKKELINGEN	15

1 INLEIDING

1.1 ACHTERGROND EN DOELSTELLING

De gemeente Westland is een samenwerking aangegaan met marktpartijen om te komen tot een vernieuwing van (een deel van) het centrum van 's-Gravenzande (Centrumplan 's-Gravenzande). De gemeente heeft WPM gevraagd een marktvisie voor het Centrumplan van 's-Gravenzande op te stellen. De doelstelling van de marktvisie op de detailhandel is het haalbare programma aan commerciële functies inzichtelijk te maken. De gemeente wenst deze in te dienen als ruimtelijke onderbouwing bij het doorlopen van een aantal procedures, zoals het vaststellen van het bestemmingsplan.

WPM heeft, in oktober 2008, in opdracht van Fortis Vastgoed Ontwikkeling reeds een marktrapportage opgesteld voor winkelcentrum Koningswerf. WPM is gevraagd een zelfstandige rapportage op te stellen toegespitst op het huidige centrumplan, rekening houdend met het onderzoek uit 2008. Hoewel de gemeente heeft aangegeven dat een deel van deze rapportage na actualisatie standhoudt, is inzake de te verwachten markteffecten van het centrumplan een aanpassing en verdieping nodig. Daarbij dient rekening te worden gehouden met de noodzaak van een tijdelijke winkelvoorziening aan de rand van het centrum op de voormalige Multimate-locatie. Bij de te verwachten markteffecten gaat het niet zozeer over mogelijk concurrentiële (omzet)effecten, maar om -bezien vanuit de consument- de aantasting van de (beoogde) verzorgingsstructuur en het verzorgingsniveau, mocht er structureel uitval optreden in het aanbod en de spreiding daarvan.

1.2 ONDERDELEN RAPPORTAGE

De rapportage is als volgt opgebouwd. We starten met een beschrijving van het centrumplan. In hoofdstuk drie volgt de typering van 's-Gravenzande en de positionering als winkerkern. We gaan in op het winkelaanbod, de structuur, het beleid en de plannen. In hoofdstuk vier komen de marktmogelijkheden aan bod. We stellen het verzorgingsbereik vast en gaan in op het functioneren van 's-Gravenzande en de mogelijke uitbreidingsruimte. In hoofdstuk vijf trekken we conclusies over de distributieve effecten van het centrumplan.

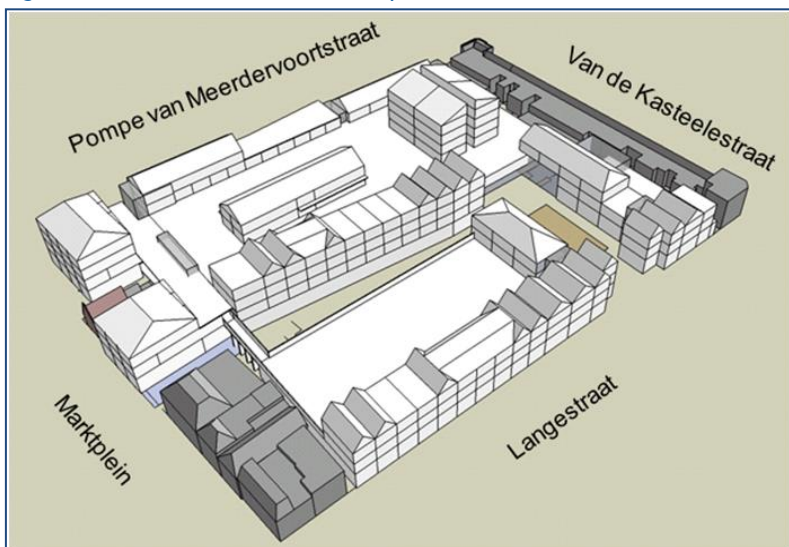
2 HART VAN 'S-GRAVENZANDE

2.1 CENTRUMPLAN

In 2007 tekenden de gemeente Westland, Bouwfonds Ontwikkeling, Fortis Vastgoed Ontwikkeling en MKB Vastgoed Plan een samenwerkingsovereenkomst voor het Centrumplan 's-Gravenzande. Deze samenwerking wordt, inmiddels zonder Fortis (ASR) Vastgoed Ontwikkeling, gecontinueerd.

De ambitie is om het centrum van 's-Gravenzande te moderniseren en de samenhang tussen de deelgebieden te versterken. Gestreefd wordt naar een veelzijdig centrum, waarbij o.a. het wonen, winkelen en de overige centrumvoorzieningen worden versterkt. Belangrijk uitgangspunt is dat de inwoners van 's-Gravenzande meer binding krijgen met het centrum. Hiervoor is een aanpassing van de structuur en inrichting onontbeerlijk.

Figuur: Schets Eindsituatie Centrumplan 2014



Start bouw van het nieuwe centrum wordt op dit moment eind 2012 voorzien. De oplevering van het vernieuwde en uitgebreide centrum wordt in 2014/2015 verwacht. Het centrumplan heeft een omvang van ca. 9.300 m² b.v.o¹. aan commerciële ruimte, ca. 100 appartementen en een parkeerdek met ca. 315 parkeerplaatsen.

Om het nieuwe centrumplan te kunnen realiseren worden winkelruimtes in Koningswerf en Gravenhof, maar ook enkele panden aan de Langestraat / Markplein gesloopt en/of herontwikkeld. In afwachting van de uitvoering van het plan staat een deel van de panden leeg. Uit de laatste schetsen van RHPS Architecten blijkt dat het te realiseren commerciële programma als volgt in elkaar steekt:

Programma	Bestaand	Sloop	Nieuw	Saldo
Commercieel b.g. (m ² bvo)	7.140	7.140	8.500	1.360
Commercieel verd. (m ² bvo)	400	400	290	-110
Commercieel met balie (m ² bvo)	1.900	1.900	500	-1.400
Totaal programma (m ² bvo)	9.440	9.440	9.290	-150

Bron: RHPS Architecten (d.d. 15 maart 2011)

Op basis van deze schetsen kunnen we opmaken dat de volgende verdeling van de commerciële ruimtes wordt nagestreefd:

Marktsegment	Indicatie branche-invulling 2014
Dagelijks	Ca. 40 tot 45%
Niet-dagelijks	Ca. 45 tot 50%
Horeca & Diensten	Ca. 5 tot 10%
Totaal Centrumplan 2014	Ca. 9.300 m ² bvo (100%)

1 Definities verschillende typen gebruiksoppervlak

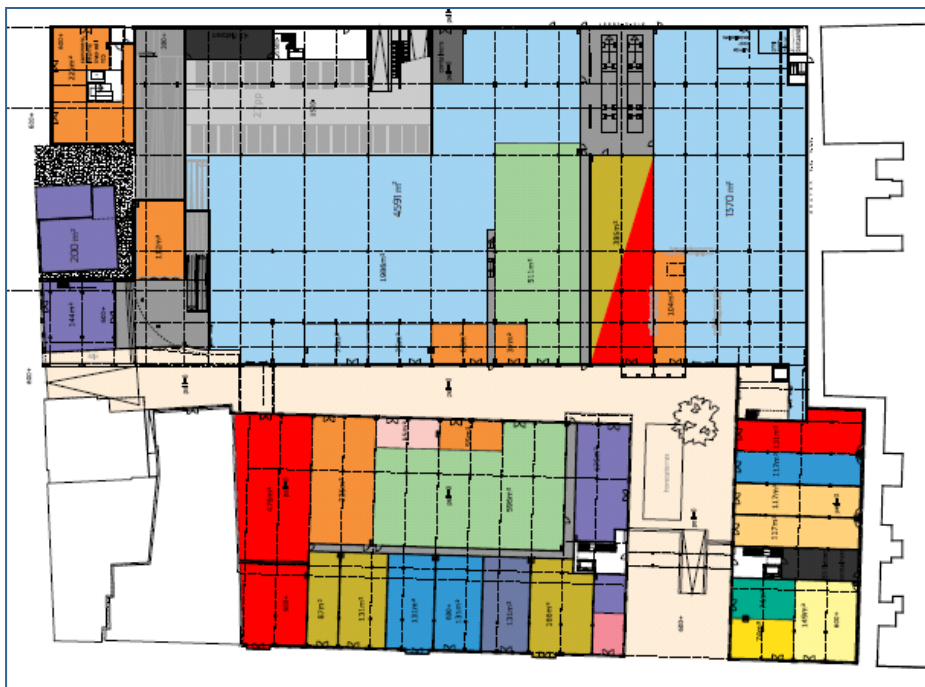
Bvo (Bruto vloeroppervlak) = het totale oppervlak van de (winkel-) ruimte inclusief ruimte waar geen huur over wordt betaald, zoals het oppervlak 'onder' de dragende muren;

Wvo (Winkel (verkoop)vloeroppervlak) = dat deel van de winkelruimte dat voor (winkelend) publiek toegankelijk is;

Bvo - Wvo vergelijking: Bij het omrekenen van de verschillende metrages hanteert WPM een gangbare verhouding van bvo : wvo van 100 : 80.

Uit de laatste schetsen blijkt dat het verkavelingspatroon van het Centrumplan er als volgt uit komt te zien:

Figuur: Indicatieve branchering Centrumplan*



2.2 TIJDELIJK WINKELCENTRUM

Aangezien een deel van het huidige winkelaanbod wordt herontwikkeld en de uitvoering van het centrumplan circa twee jaar in beslag neemt is het van belang dat bestaande ondernemers tijdelijk elders kunnen worden gehuisvest. Op basis van een recente inschatting wordt uitgegaan van een tijdelijk winkelcentrum met een omvang tot ongeveer 3.000 m² bvo. De beoogde locatie ligt achter het gemeentehuis, op de voormalige Fixit / Multimate-locatie aan de Sand-Ambachtstraat.

Figuur: Planlocatie Tijdelijk winkelcentrum



Figuur: Indicatieve branchering tijdelijk winkelcentrum*



* Schetsen zijn opgesteld door MAB Development ism MKB Vastgoed Plan

3 KARAKTERISERING EN POSITIONERING

3.1 TYPERING

Ligging

De gemeente Westland ligt tussen de stedelijk gebieden van Rotterdam en Den Haag in, maar kent een eigen, agrarisch karakter (De Glazen Stad). Mede door haar ligging tussen de Noordzee en de verbindingssas Rotterdam - Den Haag is sprake van een relatief perifere ligging.

Figuur: Overzichtskartaat omgeving Westland



De gemeente Westland bestaat uit elf kernen (o.a. 's-Gravenszande, Naaldwijk, Monster, De Lier, Watering). De kern s'-Gravenszande ligt centraal tussen Hoek van Holland, Monster en Naaldwijk en is qua

inwonertal (zie bijlage 1) de grootste kern met ca. 19.300 mensen. Het verschil met Naaldwijk (ca. 18.850 inwoners) is gering. Naaldwijk ligt echter nog centraler en heeft een dominante functie in de regio. Naaldwijk vormt het bestuurlijk centrum van de gemeente en beschikt bovendien over een ruim winkelaanbod, zowel in het centrum als PDV (woonboulevard).

Type Centrum

Het centrum van 's-Gravenszande kan het best worden getypeerd als een dorpscentrum (zie bijlage 2). Het winkelgebied betreft een belangrijke aankoopplaats voor de dagelijkse boodschappen. Trekkers in dit segment zijn de supermarkten C1000, Hoogvliet en Albert Heijn. De gemaksfunctie wordt ondersteund door het aanbod aan frequent benodigde artikelen, met trekkers als Hema, Kruidvat, Etos en Blokker, en een ruim aanbod zelfstandig ondernemers. Het modisch-recreatieve aanbod in het centrum is beperkt. Het horeca-aanbod bevindt zich met name rond het Marktplein.

Aanbod

Het winkelaanbod van 's-Gravenszande is sterk geconcentreerd in en rond het centrum. Aan de Koningin Julianaweg ter hoogte van de Koningin Wilhelminastraat bevindt zich een buurtstrip, met onder meer een bakker, slager, cafetaria en chinees restaurant. Tevens kent 's-Gravenszande een redelijk aanbod aan verspreid gelegen grootschalige winkels: o.a. tuincentrum Intratuin, groencentrum Staelduinsebos, tuincentrum De Carlton, bouwmarkt Multimate en aanbod in de woonbranche. Ten aanzien van de voorliggende notitie worden dit grootschalige aanbod buiten beschouwing gelaten, aangezien deze geen centrumfunctie vervullen.

Tot het centrumgebied van 's-Gravenszande worden derhalve alle winkels in de kern gerekend, behoudens de buurtstrip aan de Koningin Julianaweg en het winkelaanbod in de bovengenoemde doelgerichte branches (Wonen, DHZ en Tuincentra). De aanbodstructuur ziet er dan als volgt uit:

Tabel: Aanbod detailhandel 's-Gravenzande*

Aanbod 's-Gravenzande	Dagelijks		Niet-dagelijks	
	Vkp	m ² wvo	vkp	m ² wvo
Kern	20	5.180	38	7.000
Centrum (incl. AH/Hoogvliet)	15	4.740	37	6.965

Bron: Locatus 2011

 * excl. m² leegstand & doelgericht (Wonen, DHZ, Tuincentra)

3.2 WINKELSTRUCTUUR

Het centrum van 's-Gravenzande bestaat uit een aantal deelgebieden:

- Winkelcentrum Koningswerf (overdek winkelgebied);
- Winkelcentrum Gravenhof (overdekt winkelgebied, met inmiddels veel leegstand);
- Langestraat (hoofdwinkelstraat);
- Omgeving Marktplein (horecaplein);
- Graaf Florisplein (winkelstrip);
- Supermarktlocaties AH en Hoogvliet.

In de huidige winkelstructuur van 's-Gravenzande is het meeste (niet grootschalige) aanbod geconcentreerd in en rond het centrum. Haar deelgebieden zijn weinig samenhangend en er is niet altijd een duidelijk branchepatroon. Een groot aantal units staat leeg, al dan niet met het oog op de geplande centrumontwikkeling.

In het centrumplan zullen de deelgebieden Koningswerf en Gravenhof worden herontwikkeld. Daarnaast maken ook enkele panden aan de Langestraat en het Marktplein onderdeel uit van het plan.

3.3 BELEID EN PLANNEN

Ten aanzien van de toekomstige ruimtelijke structuur van 's-Gravenzande zijn diverse beleidsnota's relevant. Regionaal valt te denken aan het Streekplan Zuid-Holland West (partiële herziening 2008) en het Regionaal Structuurplan Haaglanden 2020. Op gemeentelijk

niveau speelt de Visie Greenport 2020+ (2005) een belangrijke rol. De detailhandelsstructuurvisie 'Kleine Kernen Kordaat' (2009) gaat specifiek in op detailhandelsvraagstukken en de Woonvisie heeft betrekking op de woningmarkt. Het vigerend beleid voor 's-Gravenzande wordt samengevat in het Ruimtelijk Ontwikkelingskader 2020 (uit 2009). In deze ROK worden ten aanzien van de kern 's-Gravenzande de volgende uitgangspunten omschreven:

Tabel: Uitgangspunten toekomst kern 's-Gravenzande

Thema	Aanpak	Uitwerking
Verdichtingsopgave	Compactdorps	Tussen kust en Naaldwijk
Locale verdichting	Vooraf in centrum Per buurt	Binnen bouwblokken Versterking groen en infra
Woningbouwopgave	Doorstromers Geen uitbreiding na	Rond wozoco ONW locaties
Hoogbouw	In centrum Per buurt afwegen	In clusters In clusters
Niet-woonfuncties	Versterken peil voorzieningen	tbv woonzorg / lokaal
Groen	Structurerend voor kern	Infra en plekken koppelen
Ligging	Bij brongebieden Bij groene corridors	Kust Poelzone
Infrastructuur	Structurerend voor kern	Netwerk (in)formeel
Water	Waterbergingstekort	Aan weerszijden kernen
Detailhandel	Gemeente	Specialistisch

Bron: ROK 2020 (Gemeente Westland, 2009)

Detailhandelsbeleid Westland

De Detailhandelsstructuurvisie Westland (2009) schetst een ruimtelijk kader voor de detailhandelsontwikkeling van de elf kernen van deze gemeente. Het beleid is gestoeld op twee hoofddoelstellingen, te weten:

- 1) het streven naar voldoende detailhandelsvoorzieningen per kern en
- 2) het behoud van omzet in het Westland.

In haar streven om een goed evenwicht te bewaren tussen het aanbod van de verschillende kernen stelt de gemeente dat Naaldwijk in de afgelopen jaren een dominante positie heeft gekregen. De aandacht ligt nu op versterking van centrumplannen voor andere kernen, waaronder: 's-Gravenzande, Kwintsheul, Monster, Poeldijk, De Lier.

Het centrumplan van 's-Gravenzande moet voorzien in een nieuwe impuls voor het kernwinkelgebied door herontwikkeling van de locatie rond Koningswerf / Gravenhof. In de Regionale Structuurvisie Haaglanden 2005 - 2010 is opgenomen dat het centrumplan de status heeft van een 'hard plan' en de wenselijkheid is met 'ja' beoordeeld.

Woningbouwprogramma 's-Gravenzande (zie bijlage 3)

De kernen van de gemeente Westland hebben een verdichtingsopgave toegewezen gekregen van ca. 4.500 woningen tot 2020. Het grootste deel van de opgave is toegewezen aan Naaldwijk, Monster en 's-Gravenzande. De Woningmarktmonitor 2010 laat de jaarlijkse bouwopgave zien. Vooral tussen 2015 en 2020 is een fors bouwprogramma geprognosticeerd:

Tabel: Woningvoorraad en prognoses

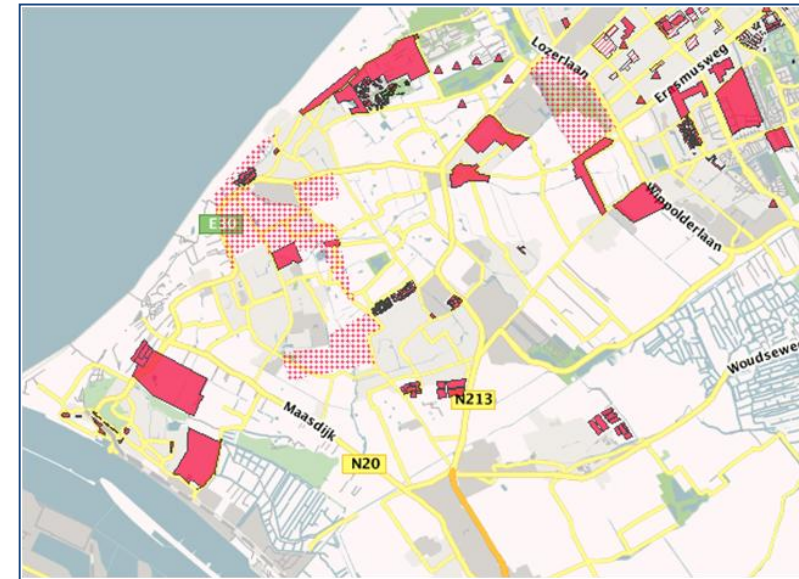
Aspect	s-Gravenzande	Westland
Woningvoorraad 2010	7.792	39.900
Prognose woningvoorraad 2015	8.293	42.453
Prognose woningvoorraad 2020	9.257	46.175

Bron: Woningmarktmonitor 2010

Infrastructuur 's-Gravenzande

De wegenstructuur van 's-Gravenzande wordt getypeerd door 'ruitvormige' ontsluitingswegen rond het centrum en in het bijzonder de doorgaande noord-zuid-as. De ruit rond het centrum vormt een belangrijk aspect bij het autoluw houden van het centrum. De bereikbaarheid van het centrum is vanuit alle richtingen goed te noemen, maar qua routing (onoverzichtelijk) en parkeren (versnipperd) valt nog het een en ander te verbeteren.

Figuur: Planlocaties woningbouw



Bron: www.nieuwekaart.nl

Conclusie

Het vigerend beleid biedt ruimte voor versterking en verdichting van het centrum, maar een forse uitbreiding van het aanbod (met bovenlokale effecten) is niet gewenst. De primaire opgave is dat het centrum van 's-Gravenzande optimaal voorziet in de behoeften van de eigen inwoners en huidige doelgroepen.

4 MARKTMOGELIJKHEDEN

4.1 VERZORGINGSBEREIK

Primair

De gemeente Westland telt in totaal bijna 100.000 inwoners, waarvan ca. 19.300 mensen in 's-Gravenzande, dat daarmee de grootste kern is. De bevolkingsopbouw van 's-Gravenzande komt overeen met het landelijk gemiddelde. Dit geldt eveneens voor het gemiddelde besteedbaar inkomen per inwoner. De gemiddelde woningbezetting ligt in 's-Gravenzande (2,5) hoger dan landelijk (2,25 mensen per woning).

Tabel: Bevolkingsamenstelling

Aspect	s-Gravenzande	Westland	Nederland
0-15 jaar	19%	19%	18%
15-25 jaar	12%	13%	12%
25-45 jaar	27%	26%	27%
45-65 jaar	27%	28%	28%
>65 jaar	14%	15%	15%
Inwoners 2010	19.300	100.000	16,6 milj.
Gem. woningbezet	2,5	2,5	2,3
Gem. ink per inwoner	€ 13.400	€ 13.600	€ 13.300
Niet-westers allochtoon	4%	4%	11%

Bronnen: Gemeente Westland 2011, CBS 2010. Bewerkt door WPM.

Prognose

Aan de hand de prognoses voor de woningvoorraad (Woningmarktmonitor 2010) kan een voorspelling worden gemaakt van de ontwikkeling van het inwonertal. Gezien de huidige situatie op de woningmarkt worden veel woningbouwprojecten echter uitgesteld. Zodoende is ook de bevolkingsprognose voorzichtig ingeschat.

Tabel: Bevolkingsprognose

Prognose	Bevolkingsprognose
2010	19.300
2015	20.000
2020	20.300

Bron: Inschatting WPM & Opgave Gemeente, 2011

4.2 HET FUNCTIONEREN VAN DE KERN 'S-GRAVENZANDE

Om een goede inschatting te maken van het functioneren van 's-Gravenzande maken we gebruik van beschikbare koopstroomgegevens. In 2007 heeft de gemeente een enquête uitgevoerd onder bewoners en tevens de koopstromen in kaart gebracht. Dit leidt tot de volgende inzichten:

Tabel: Koopkrachtbinding (B) en toevloeiing (T) per marktsegment

Kern	Inwoners	Dagelijks		Recreatief		Doelgericht	
		B	T	B	T	B	T
's-Gravenzande	19.300	79%	10%	20%	21%	48%	27%
Naaldwijk	18.850	82%	44%	72%	73%	77%	69%
Monster	13.600	83%	19%	22%	36%	31%	19%
Wateringen	14.400	71%	19%	34%	15%	64%	62%
De Lier	11.800	75%	13%	24%	14%	52%	25%
Honselersdijk	7.500	61%	43%	7%	26%	14%	7%
Poeldijk	5.600	57%	16%	7%	0%	6%	50%

Bron: Detailhandelsstructuurvisie, Gemeente Westland 2009

Toelichting indeling marktsegmenten:

- Dagelijks = o.a. Levensmiddelen en persoonlijke verzorging
- Recreatief = o.a. Mode, Luxe en Hobby
- Doelgericht = o.a. DHZ, Woonwinkels en Tuincentra

Het centrum van Naaldwijk is qua recreatief aanbod duidelijk dominant ten opzichte van andere kernen. Dit onderstreept dat versterking van het centrum van 's Gravenzande zich primair dient te richten op de

eigen inwoners en hun dagelijkse behoeften en de aanverwante frequente benodigde niet-dagelijkse producten.

In het centrum van 's-Gravenzande staan momenteel de nodige winkelruimtes leeg. Het betreft voor een deel strategische leegstand. Dit betekent dat met het centrumplan in het vooruitzicht de leegstand wordt aangehouden.

Omdat er in het centrum van 's-Gravenzande veel gedwongen leegstand is, hebben we het huidige economische functioneren ook rekenkundig in beeld gebracht. We hebben de omzet per m² berekend en afgezet tegen een normatieve vloerproductiviteit (gangbaar voor centrumgebieden van vergelijkbare omvang).

Tabel: Economisch functioneren huidige situatie *

Centrum 2011	Dagelijks	Niet-dagelijks
Inwonertal	19.300	19.300
Besteding per hoofd	€ 2.210	€ 1.900
Bestedingspotentieel	€ 42.653.000	€ 36.670.000
Koopkrachtbinding	79%	23%
Gebonden omzet	€ 33.695.870	€ 8.434.100
Toevloeiing	10%	21%
Vreemde omzet	€ 3.743.986	€ 2.241.976
Totaal omzetpotentieel	€ 37.439.856	€ 10.676.076
Aanbod m ² wvo (centrum) nu	4.740	6.965
Omzet per m ² (berekend)	€ 7.900	€ 1.530
Vloerproductiviteit (normatief)	€ 6.900	€ 2.500

* Zie toelichting eind hoofdstuk 4: niet-dagelijkse bestedingen exclusief doelgericht (wonen, doe-het-zelf, tuincentra).

Uit de berekening van het huidig economisch functioneren blijkt dat er in het dagelijkse segment voldoende ruimte is voor versterking. In het niet-dagelijkse segment ligt de vloerproductiviteit onder de norm. Met de realisatie van het centrumplan kan echter een hogere koopkrachtbinding worden gerealiseerd. Bij berekenen van de uitbreidingspotentie

dient echter rekening te worden gehouden met het feit dat niet al het niet-dagelijkse aanbod onderdeel uitmaakt van het centrumplan.

4.3 UITBREIDINGSPOTENTIE (KWANTITATIEVE BENADERING)

In onderstaande tabel is voor het centrum van 's-Gravenzande de markttechnische ruimte berekend voor de detailhandel in de toekomstige situatie. In de berekening is vastgelegd welk metrage haalbaar is voor het centrum als geheel, en welke metrage kan worden toegewezen aan het plan. Door bestaande panden bij het project te betrekken (sloop en/of herontwikkeling) ontstaat extra ontwikkelingsruimte voor het plan (vervangingsruimte).

Tabel: Indicatie uitbreidingspotentie detailhandel

Centrum Nieuw (2015-2020)	Dagelijks	Niet-dagelijks
Inwonertal	20.300	20.300
Besteding per hoofd	€ 2.400	€ 1.900
Bestedingspotentieel	€ 48.720.000	€ 38.570.000
Koopkrachtbinding	83%	35%
Gebonden omzet	€ 40.437.600	€ 13.499.500
Toevloeiing	13%	23%
Vreemde omzet	€ 6.042.400	€ 4.032.318
Totaal omzetpotentieel	€ 46.480.000	€ 17.531.818
Vloerproductiviteit (normatief)	€ 6.900	€ 2.000
Haalbaar aanbod m ² wvo	6.740	8.765
Aanbod m ² wvo (centrum) nu	4.740	6.965
Aanbod m ² wvo (centrum) -na sloop / niet in centrumplan	3.375	5.400
Marktruimte Centrumplan m ² wvo	3.365	3.365
Marktruimte Centrumplan m ² bvo	4.200	4.200

* Zie toelichting eind hoofdstuk 4.

Uit de marktruimteberekening voor de toekomstige situatie blijkt dat er ruimte is voor ongeveer 8.400 m² bvo detailhandel, waarbij de marktruimte voor het dagelijkse aanbod gelijk is aan het niet-dagelijkse aanbod. Dit wordt mede bepaald door het aanbod dat verdwijnt (sloop).

Naast detailhandel zullen zich ook dienstverleners en horecaondernemers in het centrum gaan vestigen. Normaliter wordt voor de branches horeca en diensten uitgegaan van ongeveer 10% tot 20% ten opzichte van de totale marktruimte voor detailhandel. De totale voor het plan beschikbare marktruimte bedraagt daarmee minimaal 9.250 m² bvo (bij 10% horeca en diensten). We kunnen concluderen dat de in het centrumplan beoogde omvang van de commerciële ruimtes (ca. 9.300 m² bvo) redelijkerwijs haalbaar is.

Conclusie

De marktruimteberekening voor het centrum van 's-Gravenszande is voorzichtig ingestoken. De huidige woningmarkt is nog niet volledig hersteld van de economische recessie, waardoor de bevolkingsprognose is bijgesteld.

Uit de marktruimteberekening voor het centrum van 's-Gravenszande blijkt dat de in het centrumplan beoogde commerciële ruimte haalbaar is. Door het centrum te vernieuwen kan het aanbod worden gemoderniseerd (o.a. uitstraling, schaalvergroting, en aanbod) en geoptimaliseerd (routing en comfort). Dit laatste is een vereiste om de koopkrachtbinding en -toevoeiing te kunnen verhogen tot de gestelde toekomstige niveaus.

Uit de aangeleverde brancheschetsen blijkt dat in de voorlopige verkaveling een relatief gering aandeel aan horeca en diensten is opgenomen. Normaliter gaan we uit van een aandeel van ca. 10 tot 15%. Dat dit aandeel relatief gering is hoeft geen probleem te zijn, mits bestaande detailhandel wordt verplaatst (en dus elders ruimte vrijkomt voor horeca en diensten).

Toelichting bij marktruimte berekeningen

Het toekomstscenario voor 's-Gravenszande is wat betreft de bevolkingsprognose gebaseerd op een inschatting van de gemeente.

De bestedingscijfers zijn gebaseerd op de actuele stand van zaken (bron: HBD, 2010). Naar de toekomst is alleen het bestedingscijfer in de dagelijkse sector iets gecorrigeerd vanwege de grote dynamiek en snelle groei die in de afgelopen vijf jaren heeft plaatsgevonden, zeker bij de supermarkten, zie bijlage 4.

De detailhandelstructuurvisie van de gemeente Westland geeft inzicht in de koopstroomgegevens uitgedrukt in koopkrachtbindingscijfers en -toevoeiingscijfers in het dagelijkse, het recreatieve en het doelgerichte segment. Het doelgerichte aanbod wordt niet relevant geacht in het kader van de marktberekeningen voor 's-Gravenszande-centrum en is daarom buiten beschouwing gelaten. Dit heeft echter tot gevolg dat ook de bestedingen, omzetten en omvang van de doelgerichte branches niet in de berekeningen mogen worden meegenomen. Deze zijn in mindering gebracht.

De koopkrachtbinding en -toevoeiing in het toekomstscenario zijn overgenomen uit ons rapport van 2008 en worden haalbaar geacht. Qua niveau wordt lager ingestoken dan normaliter voor kernen van vergelijkbare omvang haalbaar wordt geacht. Hier is uitdrukkelijk rekening mee gehouden vanwege de sterke positie van Naaldwijk-centrum in de directe omgeving. De winst naar de toekomst toe zal vooral moeten komen van het versterken van de binding. Een sterke toename in koopkrachttoevoeiing is met het naastgelegen Naaldwijk niet te verwachten.

Ook de berekende vloerproductiviteit in het niet-dagelijkse segment is bijgesteld. Het aanbod 'wonen' in het centrum van 's-Gravenszande is in dit onderzoek in mindering gebracht. Daarnaast geldt voor de toekomstige situatie dat de omzet op een gemiddeld niveau moet worden gebracht: wat betreft de bestaande meters en hun functioneren in combinatie met de toevoeging van nieuwe meters en hun noodzakelijke vloerproductiviteit. Immers, niet alle ondernemers zijn vertegenwoordigd in het centrumplan. Het functioneren van het niet-dagelijks segment in 's-Gravenszande-centrum is in de loop der jaren duidelijk teruggelopen. In het dagelijks segment is de terugloop veel minder groot.

5 MARKTEFFECTEN EN CONCLUSIES

Het centrum van de kern 's-Gravenzande heeft een gunstig marktperceptief. De kern beschikt over een sterk draagvlak, dat zich de komende jaren blijft ontwikkelen. Met de uitvoering van het centrumplan krijgen de bewoners van 's-Gravenzande de beschikking over een modern en compact dorpshart.

Het centrumplan biedt tevens perspectieven voor de ondernemers. Belangrijk is dat het centrum haar lokale karakter behoudt. Indien mogelijk wordt rekening gehouden met een verplaatsingsmarkt en het lokale ondernemerschap, en toevoeging van enkele landelijk bekende trekkers.

5.1 EFFECTEN TIJDELIJK WINKELCENTRUM

Het tijdelijke winkelcentrum moet een omvang krijgen van ongeveer 3.000 m² bvo. Dit betreft zowel het metrage aan winkels alsmede horeca en diensten. De omvang van het tijdelijke centrum is een stuk kleiner dan het huidige aanbod dat betrokken is bij de herontwikkeling. De winkeliers die overgaan naar het tijdelijke winkelcentrum moeten over het algemeen rekening houden met een kleiner verkoopvloeroppervlak. Onze ervaring met tijdelijke winkelcentra is dat dit niet per definitie betekent dat ondernemers er ook financieel op achteruit gaan. Kleinere winkels betekenen ook lagere kosten. Gezien de geringe omvang van het tijdelijke winkelcentrum verwachten we geen verstoringseffecten, ook niet als er nog ruimte zou resteren voor nieuwe aanbieders die willen anticiperen op het centrumplan en zich tijdelijk zouden gaan vestigen.

5.2 EFFECTEN CENTRUMPLAN

De uitbreidingspotentie voor het centrum van 's-Gravenzande is vastgesteld middels de distributieve marktberkening. Uit deze kwantitatieve benadering is gebleken dat het centrumplan haalbaar is.

Uit de marktruimteberekening blijkt dat als het gaat om nieuw toe te voegen winkelmeters, dat er iets meer ruimte is in het dagelijkse dan in het niet-dagelijkse segment. Echter, als het gaat om de ruimte die aan het centrumplan kan worden toegerekend (vervangingsruimte en nog beschikbare ruimte), dan blijkt dat het dagelijkse en niet dagelijkse aanbod nagenoeg gelijk moet zijn.

5.3 TOT SLOT: ONTWRIJCHING JA / NEE?

De lijn in de rechtspraak is dat nieuwe detailhandel alleen kan worden tegengehouden ten gunste van bestaande detailhandel, wanneer uit onderzoek blijkt dat door de komst van de nieuwe voorziening er sprake zal zijn van een duurzame ontwijking van de voorzieningsstructuur.

De definities van ontwijking of aantasting zijn echter zelden helder. Wel is duidelijk dat het moet gaan om ruimtelijke relevante overwegingen. Het gaat dus niet om concurrentiële of (omzet)effecten bij de bestaande winkels. De locatie van nieuwe voorzieningen binnen een verzorgingsstructuur is uiteraard wel belangrijk.

De consument moet de beschikking houden over een fijnmazig winkelnetwerk, met andere woorden dat de huishoudens in 's-Gravenzande geen wezenlijke beperkingen zullen ondervinden in het doen van hun dagelijkse inkopen. Wij zijn van mening dat de voorzieningsstructuur van voldoende niveau zal blijven of zelfs verbeteren, in die zin dat de huishoudens in 's-Gravenzande op aanvaardbare afstand hun dagelijkse inkopen kunnen blijven doen.

In het kader van het Centrumplan van 's-Gravenzande kunnen we niet anders dan concluderen dat, vanuit ruimtelijke overwegingen, de realisatie daarvan gewenst is. Het Centrumplan voorziet in een verdere concentratie en haalbaar geachte toevoeging van (winkel)voorzieningen. De (beoogde) verzorgingsstructuur wordt niet geschaad dankzij de geconstateerde marktruimte.

BIJLAGE 1: INWONERS PER KERN

Tabel: Kernen gemeente Westland gesorteerd naar inwonertal

Kern	Inwoners
's-Gravenzande	19.300
Naaldwijk	18.850
Wateringen	14.400
Monster	13.600
De Lier	11.800
Honselersdijk	7.500
Poeldijk	5.600
Maasdijk	3.900
Kwintsheul	3.600
Heenweg	650
Ter Heijde	550
Westland	Ca. 100.000

Bron: Gemeente Westland, 2011

BIJLAGE 2: PROFIEL DORPSCENTRA

Algemeen

Dorpscentra zijn een moeilijk te positioneren categorie. Deze centra hebben net iets meer te bieden dan de pure boodschappenfunctie; hoewel het accent sterk ligt op de frequente benodigdheden, verschaft de over het algemeen sterke bezoekersstroom eveneens perspectieven voor een beperkt aanbod keuzegevoelige artikelen. Als het draagvlak en de trekkracht op orde zijn kunnen ook deze centra zich tot koopmachines ontwikkelen.

De gemiddelde omvang van een dergelijk dorpscentrum bedraagt ca. 5.000 tot 15.000 m² bvo. commercieel aanbod: ofwel vanaf ongeveer 3.000 m² wvo met 25-50 winkels.

Typering

De boodschappenfunctie van deze centra is relatief stabiel en kent weinig risico, tenzij een van de supermarkten te weinig trekkracht genereert. Problemen doen zich hoofdzakelijk voor in het meer keuzegevoelige aanbod. Door de beperkte omvang en de kwaliteit van het aanbod (weinig gespecialiseerd c.q. bijzonder) gaat er weinig autonome trekkracht vanuit. Door de toenemende scheiding tussen 'het boodschappen doen' en 'het winkelen' hebben de winkeliers in het modische segment het over het algemeen in deze centra lastig: het middensegment, brede doelgroepen en frequente behoeften zijn wel voorwaarden. Dit resulteert in een relatief stabiel ondernemersbestand in de dagelijkse sector en enige druk op het niet-dagelijkse.

De dorpscentra zijn over het algemeen dé aangewezen centra voor de dagelijkse en wekelijks boodschappen. Het verzorgingsgebied strekt zich uit tot de omliggende wijken waarin het winkelcentrum functioneert. Door de compleetheid in het aanbod en het geboden gemak hebben deze centra aantrekkingskracht op bezoekers uit de wijdere omtrek.

Deze centra bieden één of twee full-service supermarkten met een omvang tot 1.500 of soms 2.000 m² wvo, veelal aangevuld met een formule in het prijsvriendelijke of discountsegment. Er is een compleet en kwalitatief hoogwaardig pakket foodspeciaalzaken aanwezig. Er is een zeker evenwicht tussen het food en non-foodaanbod, uitgedrukt in metrage. Naast een uitgebreid aanbod hoogfrequent benodigde

artikelen, biedt het centrum tevens een zeker modisch aanbod. Het modische aanbod is sterk afhankelijk van de trekkracht van het dagelijkse aanbod; de eigen trekkracht is door de beperkte omvang gering. Het pakket diensten en horeca is redelijk divers.

Dit type centra vormt naast een gemakscentrum tevens een belangrijke sociale ontmoetingsplaats binnen de betreffende gemeente. De kwaliteit van het openbaar gebied, aantrekkelijke daghoreca en het algehele sfeerbeeld zijn belangrijke factoren.

Het benodigd draagvlak voor dit type centra beweegt zich tussen de 12.000 en 25.000 inwoners. Niet een centrale ligging maar een optimale bereikbaarheid (ligging aan ontsluitingsweg, voldoende en bij voorkeur maaiveld parkeren) vormt de belangrijkste succesfactor. Vanwege de verkeersaantrekkende werking en teneinde blijvend in te kunnen spelen op de dynamiek in de detailhandelssector is het wenselijk om over voldoende ruimte rondom het centrumgebied te beschikken.

Op dit functieniveau is het haalbaar een zekere routing na te streven in de ruimtelijke structuur: overzichtelijke passagegebieden of winkelstraten, een centraal gebied met daghoreca, de supermarkten in de directe nabijheid van het parkeren en een goede verdeling van de belangrijkste trekkers.

Toekomstperspectief

In de praktijk blijkt dit type centra lastig te 'managen'; hoewel de functie als boodschappencentrum stabiel en sterk is, biedt het draagvlak en de geboden massa vaak te geringe perspectieven voor de aanvullende, vaak modische branches. Het aanbod aan dagelijkse en frequente benodigdheden is compleet, zodat bij mutaties men toch weer is aangewezen op ondernemers in de kwetsbare modische sector of op branchedoublures. Ook bij de dienstfuncties als banken en postkantoor zie je vaak mutaties. Een hogere mutatiegraad in een beperkt aantal winkelpanden is voor een aantal centra soms een gegeven.

De problematiek spitst zich toe op schaalgrootte. Dit type centra is 'te groot voor het servet, te klein voor het tafellaken'. Aangezien dit centrum voor het recreatieve winkelen geen wezenlijk alternatief vormt vanwege de te geringe keuzemogelijkheden, blijft deze maat kwetsbaar. Overigens moet hierbij worden vermeld dat dit niet voor

alle centra opgaat en er verschillen voorkomen in het algeheel functioneren tussen de centra.

Ontwikkelingsrichting

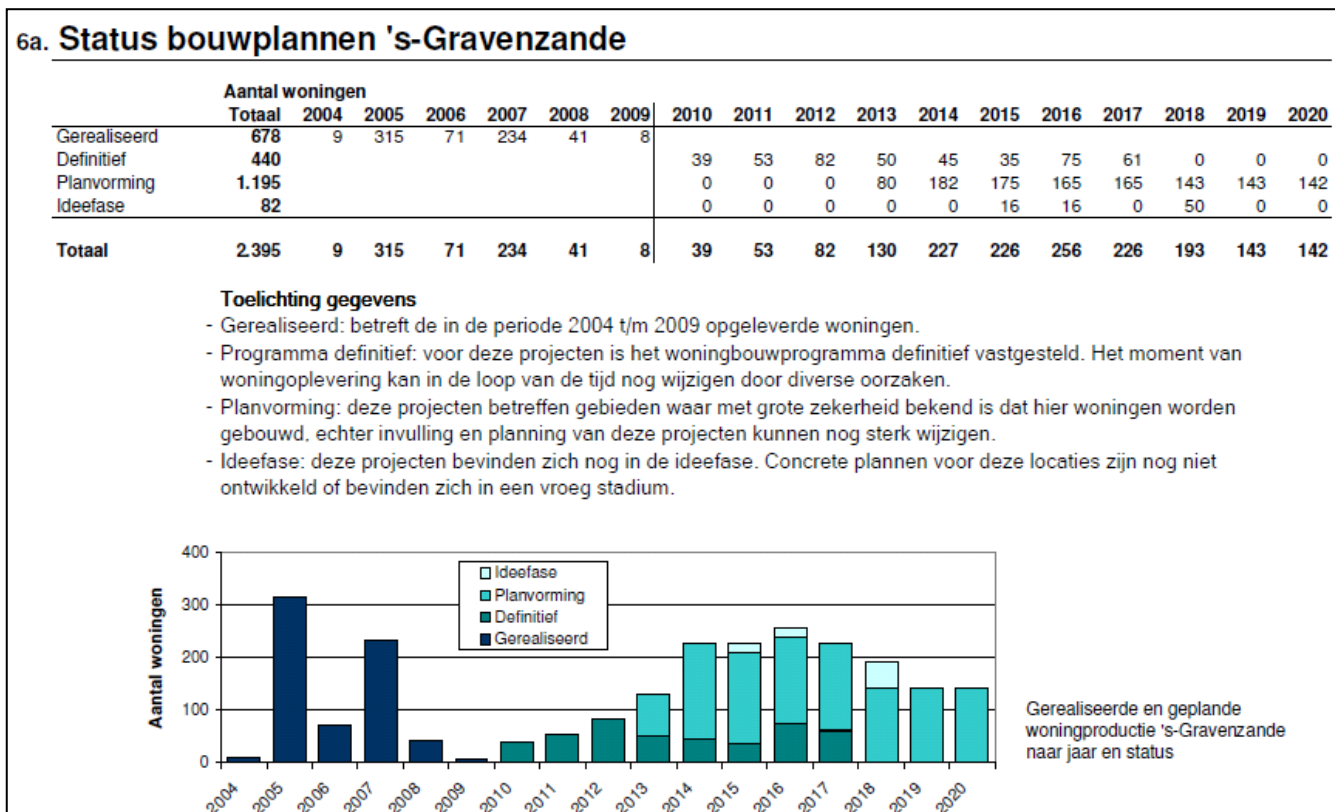
Zoals aangegeven zijn binnen deze categorie centra aanwezig, waarbij het ondernemersbestand mutaties laat zien. Echter tevens zijn aanpassingen lastig te realiseren. Indien de problematiek dermate groot is (structurele leegstand) zal uiteraard toch een oplossing geforceerd moeten worden. De volgende mogelijkheden kunnen worden onderscheiden:

- Benutting van leegkomende ruimten voor het doorvoeren van schaalvergroting van dagelijkse branches. Hiermee wordt het accent sterker gelegd op de boodschappenfunctie, die doorgaans stabiel is.
- Indien in het marktgebied grootschalige woningbouw plaatsvindt of er reeds een voldoende groot draagvlak aanwezig is, vormt een uitbreiding naar een volwaardiger (modern) dorpscentrum een optie. De dagelijkse branches worden dan op orde gebracht, met een afgewogen pakket aan non-food.

Algemeen functioneel profiel dorpscentrum			
Definitie			
Dit type centra laat zich omschrijven als de reguliere boodschappencentra. Het verzorgingsgebied strekt zich uit tot het dorp waarin het winkelcentrum functioneert. De aantrekkingskracht van het centrum kan uitstijgen boven het eigen marktgebied.			
De anchors bestaan uit de supermarkten, in een onderscheidend prijs- en service segment. Het pakket dagelijkse goederen is compleet. Het niet-dagelijkse pakket is in die zin compleet dat er een totaal pakket hoog-frequent aangekochte goederen wordt gevonden. Dit niet-dagelijkse pakket wordt aangevuld met een afgewogen aanbod in de laag frequent aangekochte goederen. Het pakket diensten en horeca is uitgebreid. Nabijheid, bereikbaarheid en parkeergelegenheid vormen belangrijke functieprincipes; het aanbod verschaft de mogelijkheid alle wekelijkse boodschappen in één keer aan te schaffen.			
Draagvlak	Het benodigd draagvlak voor dit type centra beweegt zich tussen de 12.000 en 25.000 inwoners		
Locatie	Een ligging centraal in het centrum en/óf aan de belangrijkste ontsluitingsweg van het verzorgingsgebied, is voor dit type centra het meest wenselijk. Van belang is dat op de betreffende locatie voldoende fysieke ruimte overblijft voor toekomstige aanpassingen aan de ruimtelijke structuur.		
Ruimtelijke structuur	De factor 'gemak' dient centraal te staan in de ruimtelijke vormgeving; de loopafstanden zijn kort, het aanbod overzichtelijk en direct aan het loopcircuit gesitueerd en de supermarkten nemen een strategische locatie in. Voldoende parkeercapaciteit is een belangrijke voorwaarde voor een succesvol functioneren.		
Omvang	Ca. 5.000 tot 15.000 m ² bvo.		
Branchering	<table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> <p>Basispakket dagelijks:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Supermarkten -Bakker, slager, slijter -Drogist, bij voorkeur 2 <p>Basispakket niet-dagelijks:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Algemeen textiel, klein warenhuis -Huishoudelijke artikelen -Boeken/tijdschriften, Bloemen <p>Diensten en horeca:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Snackbar, restaurant -Kapper, Stomerij, Schoenreparatie, Geldautomaat </td> <td style="vertical-align: top; padding-left: 20px;"> <p>Aanvullend:</p> <p>Groentewinkel, kaas/noten / delicatessen, poelier, banket, traiteur</p> <p>Mode, fietsen, optiek, elektronica, sport, speelgoed, woondecoratie, dierenspeciaalzaak, lokale trekkers</p> <p>Apotheek, wijkcentrum / gemeentehuis, bibliotheek, financiële diensten</p> </td> </tr> </table>	<p>Basispakket dagelijks:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Supermarkten -Bakker, slager, slijter -Drogist, bij voorkeur 2 <p>Basispakket niet-dagelijks:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Algemeen textiel, klein warenhuis -Huishoudelijke artikelen -Boeken/tijdschriften, Bloemen <p>Diensten en horeca:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Snackbar, restaurant -Kapper, Stomerij, Schoenreparatie, Geldautomaat 	<p>Aanvullend:</p> <p>Groentewinkel, kaas/noten / delicatessen, poelier, banket, traiteur</p> <p>Mode, fietsen, optiek, elektronica, sport, speelgoed, woondecoratie, dierenspeciaalzaak, lokale trekkers</p> <p>Apotheek, wijkcentrum / gemeentehuis, bibliotheek, financiële diensten</p>
<p>Basispakket dagelijks:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Supermarkten -Bakker, slager, slijter -Drogist, bij voorkeur 2 <p>Basispakket niet-dagelijks:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Algemeen textiel, klein warenhuis -Huishoudelijke artikelen -Boeken/tijdschriften, Bloemen <p>Diensten en horeca:</p> <ul style="list-style-type: none"> -Snackbar, restaurant -Kapper, Stomerij, Schoenreparatie, Geldautomaat 	<p>Aanvullend:</p> <p>Groentewinkel, kaas/noten / delicatessen, poelier, banket, traiteur</p> <p>Mode, fietsen, optiek, elektronica, sport, speelgoed, woondecoratie, dierenspeciaalzaak, lokale trekkers</p> <p>Apotheek, wijkcentrum / gemeentehuis, bibliotheek, financiële diensten</p>		

BIJLAGE 3: STATUS BOUWPLANNEN

Figuur: Overzicht bouwplannen



Bron: Woningmarktmonitor 2010

's Gravenzande - Centrumplan

Aanvullende Marktonderbouwing



Inhoudsopgave

1. Aanleiding.....	5
1.1 Marktonderbouwing en toets op duurzame ontwrichting	5
1.2 Beleidsoriëntatie van de gemeente	6
2. Kenmerken van de structuur en het plan	7
2.1 Gemeentelijk winkelaanbod	7
2.2 Het centrumplan.....	9
3. Het centrum van 's Gravenzande	12
3.1 Typering en knelpunten	12
3.2 Noodzaak en haalbaarheid versterking	13
3.3 Draagvlakperspectief	15
3.4 Kwaliteitsimpuls nodig	16
4. Beoordeling centrumplan	17
4.1 Kader voor de beoordeling	17
4.2 Samenvattende beoordeling	18
4.3 Toets aan het provinciale beleid	20
4.4 Slot	21
Bijlage 1: Plannen en beleid.....	22
Bijlage 2: Tijdelijk winkelcentrum.....	24
Bijlage 3: Trends en kader ontwikkeling	25
Van kwantiteit naar kwaliteit	25
Het nieuwe winkelen	25
Inzetten op versterking structuur.....	26
Positie van dorpscentra.....	27

WPM Groep

www.wpmgroep.nl

Opdrachtgever:

Gemeente Westland

Opsteller:

Drs. Jasper Gosselt – Adviseur WPM Research & Consultancy

Datum:

Oktober 2012

Kenmerk:

1. Aanleiding

De gemeente Westland is een samenwerking aangegaan met marktpartijen om te komen tot een vernieuwing van (een deel van) het centrum van 's-Gravenzande (Centrumplan 's-Gravenzande). Het centrum van 's Gravenzande is op onderdelen sterk verouderd. Vooral de planmatige deelgebieden Koningswerf en Gravenhof voldoen niet meer. Het Centrumplan moet tot de noodzakelijk vernieuwingslag leiden.

De ontwikkelingscombinatie “Hart van 's Gravenzande” bestaande uit Bouwfonds en MKB Vastgoed heeft een plan gemaakt om het winkelgebied te vernieuwen en de kwaliteit te verhogen. Het winkelmetrage zal toenemen. Aan WPM R&C is gevraagd een markttoets op te stellen¹.



Figuur: Impressie van de beoogde ontwikkeling

1.1 Marktonderbouwing en toets op duurzame ontwrichting

's Gravenzande is met een bevolking van ruim 19.000 de grootste kern van de gemeente Westland. De inwoners van 's Gravenzande zijn voor hun winkels en andere voorzieningen vooral aangewezen op het centrum. Het centrum is van primaire betekenis voor de boodschappen en veel overige winkelvoorzieningen.

WPM heeft in 2010 een marktvisie opgesteld, waarin de markttechnische haalbaarheid en markteffecten van het Centrumplan centraal stonden. Belangrijke aanleidingen voor een aanvullende marktonderbouwing zijn onder meer:

- Het nieuwe Provinciale beleidskader (2012) en de gewenste toets daaraan;
- De gewijzigde marktomstandigheden als gevolg van de economische crisis en de impact hiervan op de retail;
- De stand van zaken rond het Centrumplan (actuele meters en verkaveling).

¹ Het rapport is een aanvulling op de eerder opgestelde Marktvisie Detailhandel Centrumplan 's Gravenzande van oktober 2011

1.2 Beleidsoriëntatie van de gemeente

In het beleid van de gemeente Westland is veel opgesloten, zoals ambities vanuit de gemeente zelf maar ook de regionale en landelijke inbedding van beleid. In de onderbouwing van het Centrumplan spelen diverse zaken een rol. Van belang om te melden is dat conform het vigerende ruimtelijk detailhandelsbeleid concurrentiële afwegingen geen rol mogen spelen.

Duurzame ontwricting

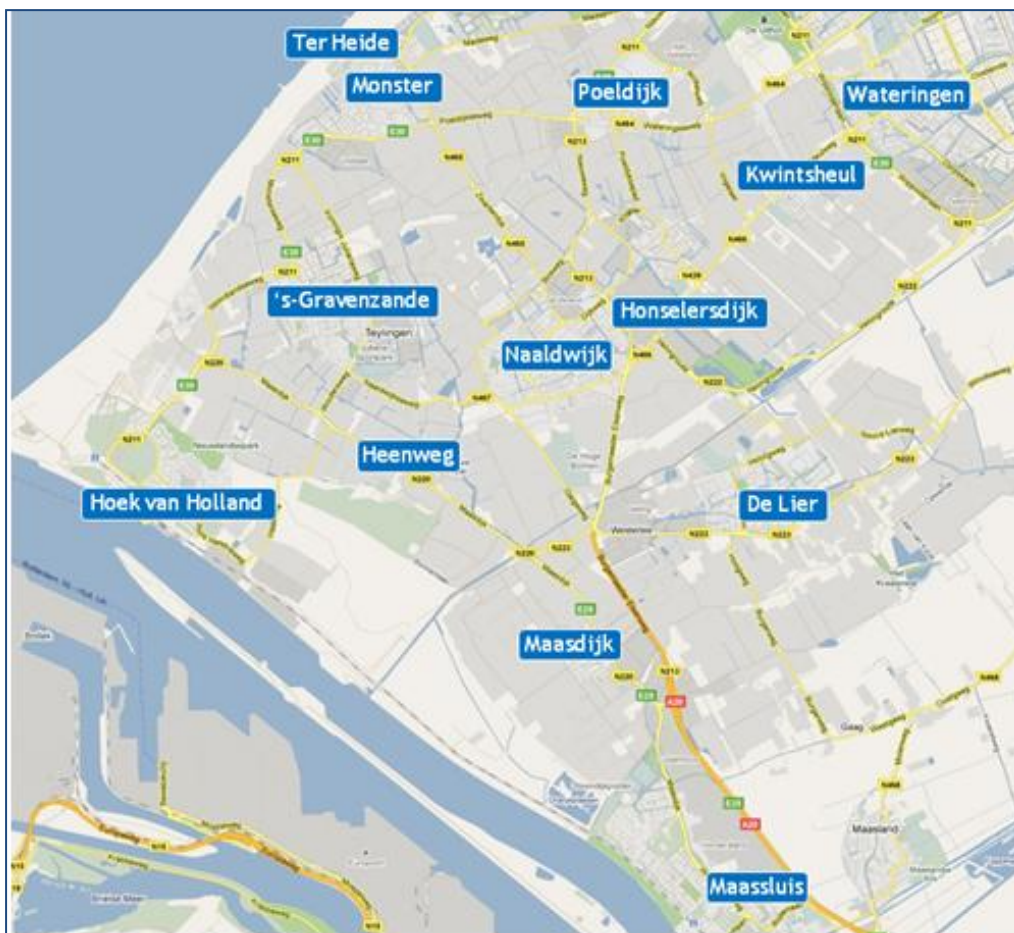
Uit de uitspraken van het hoogste orgaan voor de bestuursrechtspraak in Nederland, de afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State (ABRvS), blijkt in het geval van ruimtelijke ontwikkelingen (waarvan detailhandel onderdeel uitmaakt) de vraag of er al dan niet sprake is van 'duurzame ontwricting' bepalend te zijn voor goede ruimtelijke ordening. Van duurzame ontwricting van het voorzieningenniveau is alleen dan sprake als er wezenlijke beperkingen zullen ontstaan bij het doen van (in dit geval) de dagelijkse boodschappen. Er dient derhalve te worden onderzocht of dat hier het geval is.

We geven hierna aan in welke mate het centrumplan een bijdrage levert aan het versterken van de ruimtelijke detailhandelstructuur én of er aantasting van het voorzieningenniveau dreigt.

2. Kenmerken van de structuur en het plan

De gemeente Westland ligt tussen de stedelijk gebieden van Rotterdam en Den Haag in, maar kent een eigen, agrarisch karakter (De Glazen Stad). Mede door haar ligging tussen de Noordzee en de verbindingssas Rotterdam - Den Haag is sprake van een relatief perifere ligging.

Figuur: Overzichtsk kaart omgeving Westland



2.1 Gemeentelijk winkelaanbod

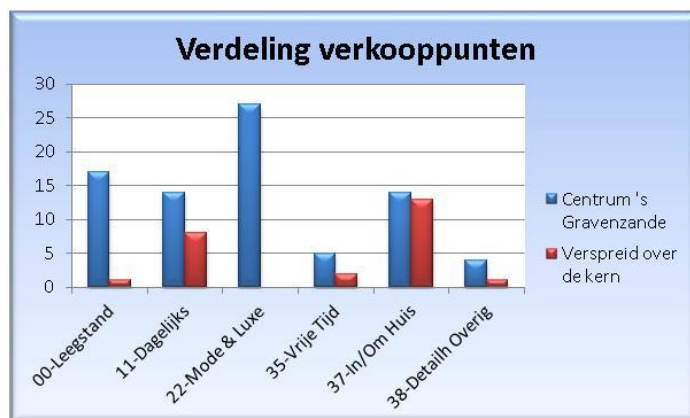
De gemeente Westland bestaat uit elf kernen (o.a. 's-Gravenzande, Naaldwijk, Monster, De Lier, Watering). De kern s'-Gravenzande ligt centraal tussen Hoek van Holland, Monster en Naaldwijk en is qua inwonertal (zie bijlage 1) de grootste kern met ca. 20.400 mensen. Het verschil met Naaldwijk (ca. 19.300 inwoners) is gering. Naaldwijk ligt echter centraler en heeft een dominante functie in de regio. Naaldwijk vormt het bestuurlijk centrum van de gemeente en beschikt bovendien over een ruim winkelaanbod, zowel in het centrum als PDV (woonboulevard).

Tabel: het winkelaanbod in centrumgebieden (gemeente Westland)

Centrumge- bieden		Dage- lijks	Mode en Luxe	Vrije Tijd	In / om het huis	Overig	Leeg- stand	Totaal
's Gravenz.	vkp	14	27	5	14	4	17	81
	m ²	1.917	4.195	833	2.209	630	1.990	11.774
De Lier	vkp	15	11	3	8	0	1	38
	m ²	2.306	1.852	285	1.100	0	140	5.683
Honselersdijk	vkp	7	4	3	6	1	4	25
	m ²	1.930	784	272	614	65	813	4.478
Monster	vkp	17	18	4	9	0	13	61
	m ²	3.137	2.572	404	1.127	0	2.266	9.506
Naaldwijk	vkp	25	72	19	25	2	10	153
	m ²	4.785	15.139	2.978	5.913	125	1.338	30.278
Wateringen	vkp	17	21	11	17	2	1	69
	m ²	3.277	2.962	1.634	3.439	484	60	11.856

KSO 2011 (www.kso2011.nl)

Het winkelaanbod van 's-Gravenzande is sterk geconcentreerd in en rond het centrum. Aan de Koningin Julianaweg ter hoogte van de Koningin Wilhelminastraat bevindt zich een buurtstrip, met onder meer een bakker, slager, cafetaria en chinees restaurant. Tevens kent 's-Gravenzande een redelijk aanbod aan verspreid gelegen grootschalige winkels, waaronder tuincentra en een bouwmarkt.



Figuur: aantallen winkels

De beide supermarkten Albert Heijn en Hoogvliet liggen op de rand van het centrum maar worden door Locatus tot de categorie verspreid gerekend.

Impressie centrum 's Gravenzande



's Gravenzande – Aanvullende Marktonderbouwing Centrumplan

2.2 Het centrumplan

De ambitie is om het centrum van 's-Gravenzande te moderniseren en de samenhang tussen de deelgebieden te versterken. Gestreefd wordt naar een veelzijdig centrum, waarbij o.a. het wonen, winkelen en de overige centrumvoorzieningen worden versterkt. Belangrijk uitgangspunt is dat de inwoners van 's-Gravenzande meer binding krijgen met het centrum. Hiervoor is een aanpassing van de structuur en inrichting onontbeerlijk.

Figuur: Eindsituatie Centrumplan 2014*



* wit: te vernieuwen, donker: te handhaven (indicatief)

Start bouw van het nieuwe centrum wordt op dit moment 1^e kwartaal 2014 voorzien. De oplevering van het vernieuwde en uitgebreide centrum wordt begin 2016 verwacht. Het Centrumplan heeft een omvang van ongeveer 7.600 m² b.v.o.2. aan commerciële ruimte, ca. 100 appartementen en een parkeerdek met ca. 315 parkeerplaatsen. Aansluitend aan het Centrumplan ligt nog zo'n 1.700 m² bvo aan commercieel invulbare ruimte die al dan niet in het Centrumplan zal worden geïntegreerd. Aangezien de exacte contouren van het Centrumplan nog niet geheel vast staan en er nog overleg plaats vindt met deze partijen, betreft het planmetrage een indicatie.

Om het nieuwe centrumplan te kunnen realiseren worden winkelruimtes in Koningswerf en Gravenhof, maar ook een aantal panden aan de Langestraat / Marktplein gesloopt en/of herontwikkeld. In afwachting van de uitvoering van het plan staat een deel van de panden leeg.

2 Definities verschillende typen gebruiksoppervlak

Bvo (Bruto vloeroppervlak) = het totale oppervlak van de (winkel-) ruimte inclusief ruimte waar geen huur over wordt betaald, zoals het oppervlak 'onder' de dragende muren;

Wvo (Winkel (verkoop) vloeroppervlak) = dat deel van de winkelruimte dat voor (winkelend) publiek toegankelijk is;

Bvo – Wvo vergelijking: Bij het omrekenen van de verschillende metrages hanteert WPM een gangbare verhouding van bvo : wvo van 100 : 80.

Voor de vergelijking van nieuw te realiseren meters, te saneren meters en te handhaven meters verwijzen we naar het marktrapport van WPM uit 2011. De bestaande situatie is niet wezenlijk veranderd, alleen de contouren van het plangebied zijn bijgesteld.

Op basis van de schets hierna kunnen we opmaken dat de volgende verdeling van de commerciële ruimtes wordt nagestreefd:

Tabel: Branchering

Marktsegment	Indicatie branche-invulling 2014
Dagelijks	Ca. 40 tot 45%
Niet-dagelijks	Ca. 40 tot 45%
Horeca en diensten	Ca. 10%
Totaal Centrumplan 2014	Ca. 7.600 m ² bvo (100%)

Bron: MAB Development, MKB Vastgoed Plan / inschatting WPM

Uit de laatste schetsen blijkt dat het verkavelingspatroon van het Centrumplan er als volgt uit komt te zien:

Figuur: Indicatieve branchering Centrumplan



De bestaande situatie in 's Gravenzande is hierna weergegeven.

Figuur: Schets huidige situatie Centrumplan en omgeving



3. Het centrum van 's Gravenzande

Het centrum van 's-Gravenzande kan het best worden getypeerd als een dorpscentrum. Het centrum heeft een belangrijke winkelfunctie: het merendeel van het winkelaanbod in de kern 's Gravenzande is gevestigd in het centrum. Naast de winkelfunctie biedt het ook tal van andere voorzieningen. Het centrum is er ook om elkaar te ontmoeten, te recreëren en te consumeren, zowel voor de inwoners van 's Gravenzande als toeristische bezoekers. De voornaamste ontmoetingsplek is het Marktplein. Door de historische bebouwing, de bomenrijen en intimiteit heeft het plein een bijzondere kwaliteit. De typische bomenrij is ook terug te vinden in de Langestraat, die daardoor eveneens een eigen herkenbare sfeer heeft.

3.1 Typering en knelpunten

Gemaksfunctie

Het centrum heeft als winkelgebied een belangrijke aankoopfunctie voor de dagelijkse boodschappen. De gemaksfunctie wordt ondersteund door het aanbod aan frequent benodigde artikelen. De supermarkten Hoogvliet en Albert Heijn liggen weliswaar aan de rand van het centrum, maar de aansluiting van beide supermarkten op het winkelconcentratiegebied is niet optimaal. De C1000 ligt daarentegen in het hart van het Centrumgebied en is daarmee een belangrijke trekker en bronpunt voor het winkelaanbod in het centrum.

Het modisch-recreatieve aanbod in het centrum is beperkt. Opvallend is de magere vertegenwoordiging van het landelijk filiaalbedrijf. Een aantal landelijke formules, dat normaliter ook als (sub)trekker van dit type winkelmilieu functioneert, ontbreekt.

Knelpunten

Dorpscentra zijn een moeilijk te positioneren categorie. Deze centra hebben net iets meer te bieden dan de pure boodschappenfunctie; hoewel het accent sterk ligt op de frequente benodigdheden, verschaft de over het algemeen sterke bezoekersstroom eveneens perspectieven voor een beperkt aanbod keuzegevoelige artikelen.

Voor een goed functioneren van dit type centra is de gemaksfunctie een belangrijke drager. Veel bezoekers zijn primair gericht op de supermarkt in combinatie met vers of andere frequente benodigdheden. Dit vereist een comfortabel ingericht winkelgebied, met korte loopafstanden en gemakkelijk parkeren. De actieradius van de consument in dit soort centra is beperkt: om de winkelfunctie te laten floreren is een overzichtelijk en logische opbouw van de ruimtelijke structuur een voorwaarde.

De huidige kwaliteit van het centrum van 's Gravenzande is niet op orde. Dit is een belangrijke aanleiding voor het Centrumplan. De voornaamste knelpunten zijn:

- Supermarkten/trekkers

C1000 is te klein voor een volwaardige service-functie. De laatste generatie service-supermarkten in dit type centra opent tussen de 1.700 m² en 2.200 m² bvo. Ook de

concurrentiekracht staat onder druk ten opzichte van de beide andere supers, met name de Hoogvliet. De zwakke positie van de C1000 maakt ook het aanbod er omheen kwetsbaar – deze zijn in belangrijke mate afhankelijk van de trekkracht van de enige supermarkt die echt 'in' het centrum ligt.

- Branchepatroon

Het branchepatroon is onduidelijk. Er is beperkte functionele clustering (food en supermarkten). Een groot aantal reguliere branches en formules ontbreekt in 's Gravenzande.

- Ruimtelijke structuur

Het centrum van 's Gravenzande telt zeer veel verschillende deelgebieden die onvoldoende met elkaar zijn verbonden. Er zijn daardoor veel deelgebieden (Graaf Florisplein, Vaartplein, Van Kasteelenstraat, etc.) met een 'aanloopkarakter' (B/C). Daarentegen zijn veel ondernemers en formules op zoek naar courante meters in het hart van het centrum (A1/A2³). In dit laatste segment beschikt het centrum over onvoldoende kwaliteit en 'opvang'capaciteit.

- Functionaliteit planmatige deelgebieden

Uitstraling en opzet van de Koningswerf en Gravenhof zijn sterk gedateerd. Licht, kleurstelling en hoogte zijn niet meer van deze tijd. Zichtlijnen zijn niet goed en entrees hebben weinig attentiewaarde. De lay-out (unit-indeling) sluit niet aan bij de vraag en behoefte van de huidige ondernemers en formules waardoor moderne formules niet geaccommodeerd worden.

Kwaliteitsbeeld Koningswerf



3.2 Noodzaak en haalbaarheid versterking

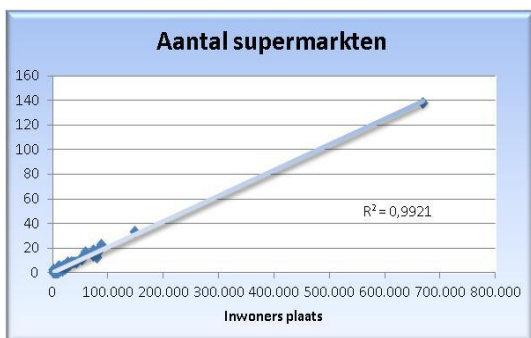
Verzorgingsgraad supermarkten

's Gravenzande heeft op basis van het draagvlak ('circa 20.000 consumenten') een primaire marktgebied dat een volwaardig, compleet en een divers centrumaanbod zou moeten kunnen bieden. Moderne supermarkten als trekkers van het winkelgebied zijn essentieel, net als gemakkelijk parkeren. Een groot deel van de uitbreiding in het centrumplan is er op gericht om het supermarktaanbod meer ruimte te geven.

³ A/B/C kwalificatie refereert aan drukte. A: 100%-75% van topdrukke, A2: 75%-50%, B1: 50%-25% B2: 25%-10%, C: 10%-5%

Landelijk is het supermarktaanbod per hoofd de afgelopen jaren verder gestegen.

Toch stagneert op veel plekken de omvang van het supermarktaanbod omdat uitbreiding niet overal even voortvarend te realiseren is.



Figuur: aantal supermarkten naar aantal inwoners van plaats

Het aanbod in 's Gravenzande

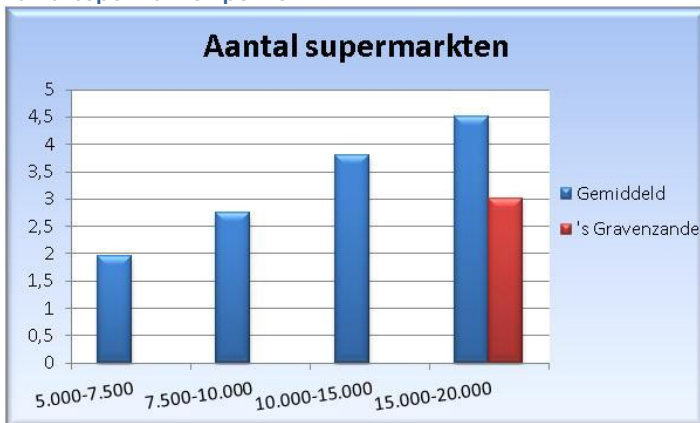
Boodschappenvoorzieningen zijn sterk draagvlakvolgend. De relatief beperkte actieradius bij het boodschappen doen heeft tot gevolg dat dagelijkse winkels vooral de eigen inwoners bedienen en de relatie met het primaire draagvlak sterk is.

Het supermarktaanbod in 's Gravenzande blijft substantieel achter bij het draagvlak: circa -25% ten opzichte van het landelijk gemiddelde. Op dit punt is de verzorgingsgraad in 's Gravenzande behoorlijk laag. Datzelfde geldt ook voor het aantal formules/vestigingen.

Vergelijking supermarktaanbod met landelijk



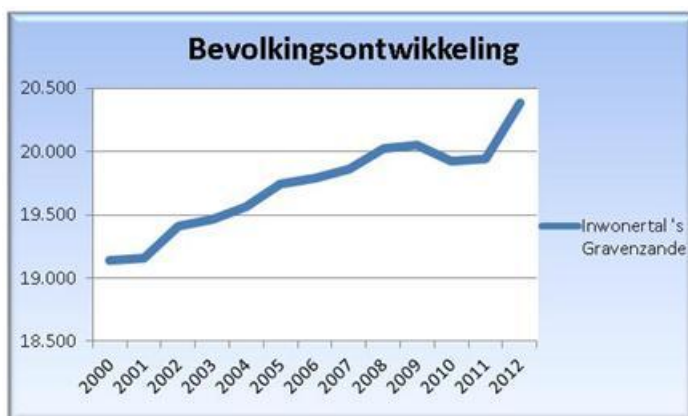
Aantal supermarkten per kern



3.3 Draagvlakperspectief

Bevolkingsgroei

De omvang en ontwikkeling van het draagvlak is de voornaamste graadmeter voor het perspectief van winkelvoorzieningen. Het centrum van de kern 's-Gravenzande heeft een gunstig vooruitzicht. De kern beschikt over een sterk draagvlak, dat zich de komende jaren blijft ontwikkelen.



Figuur: Toenemend draagvlak

De koopstromen

Het centrum van Naaldwijk is qua recreatief aanbod duidelijk dominant ten opzichte van andere kernen. Het centrum heeft een regionale functie met een sterke uitstraling naar alle kernen van het Westland. Dit onderstreept dat versterking van het centrum van 's-Gravenzande zich primair dient te richten op de eigen inwoners en hun dagelijkse behoeften en de aanverwante frequente benodigde niet-dagelijkse producten. De intenties van het centrumplan sluiten hierbij aan, zowel in de beoogde branching als in de ruimtelijke opzet.

Tabel: Koopkrachtbinding (B) en toevloeiing (T) per marktsegment

Kern	Inwoners	Dagelijks		Recreatief		Doelgericht	
		B	T	B	T	B	T
's-Gravenzande	19.300	79%	10%	20%	21%	48%	27%
Naaldwijk	18.850	82%	44%	72%	73%	77%	69%
Monster	13.600	83%	19%	22%	36%	31%	19%
Wateringen	14.400	71%	19%	34%	15%	64%	62%
De Lier	11.800	75%	13%	24%	14%	52%	25%
Honselersdijk	7.500	61%	43%	7%	26%	14%	7%
Poeldijk	5.600	57%	16%	7%	0%	6%	50%

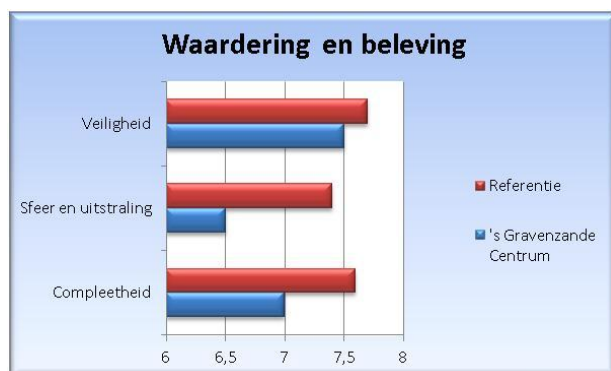
Bron: Detailhandelsstructuurvisie, Gemeente Westland 2009

Toelichting indeling marktsegmenten:

- Dagelijks = o.a. Levensmiddelen en persoonlijke verzorging
- Recreatief = o.a. Mode, Luxe en Hobby
- Doelgericht = o.a. DHZ, Woonwinkels en Tuincentra

3.4 Kwaliteitsimpuls nodig

Bij de versterking van het centrum zal de consument centraal moeten staan. Voor 's Gravenzande betekent dit het doen van boodschappen in combinatie met andere frequente aankopen en verblijf. Gemak en efficiency zijn daarin leidend. Dus compact, beloopbaar en herkenbaar. Voldoende keuze in het boodschappen en 'plus-segment' is van belang. Moderne supermarkten als trekkers van het winkelgebied zijn essentieel, net als makkelijk parkeren. De waardering voor de kwaliteit van het centrum in 's Gravenzande scoort momenteel op een aantal voorname belevingsaspecten beneden gemiddeld. Dit maakt de binding aan het centrum kwetsbaar en minder vanzelfsprekend.



Figuur: Waardering centrumkwaliteiten (Bron: KSO2011.nl)

4. Beoordeling centrumplan

Het vigerend beleid biedt ruimte voor versterking en verdichting van het centrum, maar een forse uitbreiding van het aanbod (met bovenlokale effecten) is niet gewenst. De primaire opgave is dat het centrum van 's-Gravenzande optimaal voorziet in de behoeften van de eigen inwoners en huidige doelgroepen.

4.1 Kader voor de beoordeling

Typering dorpscentra

De boodschappenfunctie van deze centra is relatief stabiel en kent weinig risico, tenzij een van de supermarkten te weinig trekkracht genereert. Problemen doen zich hoofdzakelijk voor in het meer keuzegevoelige aanbod. Door de beperkte omvang en de kwaliteit van het aanbod (weinig gespecialiseerd c.q. bijzonder) gaat er weinig autonome trekkracht vanuit.

Door de toenemende scheiding tussen 'het boodschappen doen' en 'het winkelen' hebben de winkeliers in het modische segment het over het algemeen in deze centra lastig: het middensegment, brede doelgroepen en frequente behoeften zijn voorwaarden. Dit resulteert in een relatief stabiel ondernemersbestand in de dagelijkse sector en enige druk op het niet-dagelijkse. Van belang is dat in de structuur beide type winkelfuncties herkenbaar gepositioneerd worden, maar ook ruimtelijk goed verbonden vanwege de noodzakelijke uitwisseling tussen food en non-food.

De dorpscentra zijn over het algemeen dé aangewezen centra voor de dagelijkse en wekelijkse boodschappen. Het verzorgingsgebied strekt zich uit tot de kern en eventueel kleinere kernen in de omgeving. Mits compleet in het aanbod en onderscheidend in sfeer kunnen deze centra aantrekkingskracht op hebben op bezoekers uit de wijdere omtrek.

Dit type centra vormt naast een gemakscentrum tevens een belangrijke sociale ontmoetingsplaats binnen de gemeente. De kwaliteit van het openbaar gebied, aantrekkelijke daghoreca en het algehele sfeerbeeld zijn belangrijke factoren.

Het benodigd draagvlak voor dit type centra beweegt zich tussen de 12.000 en 25.000 inwoners. Niet een centrale ligging maar een optimale bereikbaarheid (ligging aan ontsluitingsweg, voldoende en bij voorkeur maaiveld parkeren) vormt de belangrijkste succesfactor. Vanwege de verkeersaantrekkende werking en om blijvend in te kunnen spelen op de dynamiek in de detailhandelssector is het wenselijk om over voldoende ruimte rondom het centrumgebied te beschikken.

Op dit functieniveau is het haalbaar een zekere routing na te streven in de ruimtelijke structuur: overzichtelijke passagegebieden of winkelstraten, een centraal gebied met daghoreca, de supermarkten in de directe nabijheid van het parkeren en een goede verdeling van de belangrijkste trekkers.

Branchetypering volwaardig dorpscentrum

Dorpscentra hebben net iets meer te bieden dan de pure boodschappenfunctie. Hoewel het accent sterk ligt op de frequente benodigdheden, verschaft de over het algemeen sterke bezoekersstroom eveneens perspectieven voor keuzegevoelige artikelen, horeca en diensten.

Deze centra bieden bij voorkeur meerdere supermarkten, waarvan de full-service supermarkten een omvang hebben tot 1.700 of soms 2.000 m² bvo en een discount formule tot circa 1.200 m² bvo. Er is een compleet en kwalitatief hoogwaardig pakket foodspecialzaken aanwezig. Naast een uitgebreid aanbod hoogfrequent benodigde artikelen, biedt het centrum een pakket modisch aanbod. Het modische aanbod is overigens sterk afhankelijk van de trekkracht van het dagelijkse aanbod. Het pakket diensten en horeca is redelijk divers.

Ontwikkelingsrichting

Binnen deze categorie centra laat het ondernemersbestand vaak mutaties zien; soms is er structurele leegstand. Om de aantrekkingskracht op niveau te houden, zal soms een oplossing geforceerd moeten worden. Noodzakelijkerwijs wordt daarbij het accent gelegd op de boodschappenfunctie, die doorgaans stabiel is. Als – zoals in 's-Gravenzande woningbouw plaatsvindt, vormt uitbreiding naar een volwaardiger (modern) dorpscentrum een kansrijke optie. De dagelijkse branches worden dan op orde gebracht, met een afgewogen pakket aan non-food.

4.2 Samenvattende beoordeling

➤ Faciliteren van dynamiek en ondernemersbehoefte

De ontwikkelingen in de retail vragen na enige tijd om herstructurering van planmatig vastgoed. Kleinschalige vernieuwingen zijn doorgaans tussentijds in te passen binnen de contouren van het bestaande complex. Op enig moment vraagt de verandering in exploitatie en formule-opbouw om ingrijpendere aanpassing. Dit geldt momenteel ook voor sterk verouderde Koningswerf en Gravenhof.

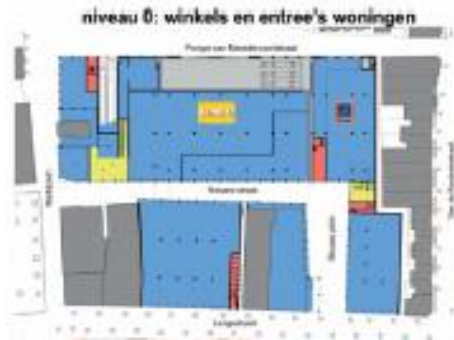
Het centrumplan biedt perspectieven voor zowel bestaande als nieuwe ondernemers. Belangrijk is dat het centrum haar lokale karakter behoudt. Binnen het nieuwe centrumplan wordt ingespeeld op de behoeften van bestaande ondernemers. Rekening wordt gehouden met de voorkeur voor zowel schaalvergroting als schaalverkleining. Daarnaast wordt ruimte gecreëerd voor gewenste toevoeging van nieuwe formules en ondernemers.

➤ Betekenis voor het voorzieningenniveau

Met de uitvoering van het centrumplan krijgen de bewoners van 's-Gravenzande de beschikking over een modern en compact dorpshart. De branchemix garandeert een goede verhouding tussen dagelijkse en niet-dagelijkse voorzieningen. Het pakket aan dagelijks/niet-dagelijks voorzieningen is passend bij de functie van een dorpscentrum. De keuzemogelijkheden van de eigen inwoners nemen toe in de segmenten die passen bij de lokale functie van het dorpshart.

➤ **Ruimtelijke structuur en locatiekwaliteit**

Een van de voornaamste knelpunten in het centrum is de matige relatie tussen Koningswerf en de Langestraat. Daar komt bij dat de huidige driepoot in de passagestructuur geen goede doorbloeding kent. Het centrumplan speelt in op de behoefte tot concentratie en intensivering van de winkelfunctie. In de nieuwe opzet ontstaat een efficiënt en compact winkelrondje, dat aansluit op het belangrijkste parkeerbronnepunt van het centrum. Een sterk punt is dat het Marktplein volwaardig wordt geïntegreerd in de hoofdwinkelroute en uitwisseling ontstaat tussen de belangrijkste winkelpassages en het horecaplein, waar wekelijks ook de warenmarkt plaats heeft.



De beoogde herschikking in de lay-out zorgt voor een verbetering van het ruimtelijke branchepatroon: Supermarkt bij food, horeca aan het horecaplein en kleinschalige non-food aan de Langestraat. Grotere units en (sub)trekkers worden waar mogelijk afgezoomd, zodat onaantrekkelijke langgerekt winkelfronten worden voorkomen.

➤ **Tijdelijk winkelcentrum**

Het tijdelijke winkelcentrum krijgt een omvang van ongeveer 3.000 m² bvo. Dit betreft zowel het metrage aan winkels als horeca en diensten. De omvang van het tijdelijke centrum is een stuk kleiner dan het huidige aanbod dat betrokken is bij de herontwikkeling. De winkeliers die overgaan naar het tijdelijke winkelcentrum moeten over het algemeen rekening houden met een kleiner verkoopvloeroppervlak. Onze ervaring met tijdelijke winkelcentra is dat dit niet per definitie betekent dat ondernemers er ook financieel op achteruit gaan. Kleinere winkels betekenen ook lagere kosten. Gezien de geringe omvang van het tijdelijke winkelcentrum verwachten we geen versturende markteffecten, ook niet als er nog ruimte zou resteren voor nieuwe aanbieders die willen anticiperen op het centrumplan en zich tijdelijk zouden gaan vestigen.

➤ **Duurzame ontwrichting?**

De plannen zijn erop gericht de centrumkwaliteit te verhogen en dragen daar effectief aan bij. De impact op omliggende kernen blijft beperkt. Hoewel er sprake zal zijn van concurrentiële effecten, ontstaat een gezonde dynamiek. Deze biedt ondernemers kansen om zich verder te ontwikkelen. Mogelijk zal er sprake zijn van transformatie aan de randen; dit is een min of meer autonoom proces waarbij de structuur en het aanbod zich aanpast aan de veranderingen in de markt. In feite draagt deze ontwikkeling bij aan de versterking van de centrumkwaliteit, aangezien er meer winkelruimte beschikbaar komt op de meest perspectiefrijke plekken in het centrum.

Bij duurzame ontwrichting gaat het om de vraag of er sprake zal zijn van aantasting van het voorzieningenniveau. Het gaat dus níet om concurrentiële of (omzet)effecten bij de bestaande winkels. .

Zonder centrumplan dreigt de concurrentiepositie van het centrum achteruit te gaan, met negatieve consequenties voor ondernemers. De voorliggende planvorming zet in op de aantrekkingskracht van het voorzieningenniveau en draagt bij aan de continuïteit van de winkelfunctie. Wij zijn derhalve van mening dat de voorzieningestructuur met de plannen verbetert. Huishoudens in 's-Gravenzande zullen op aanvaardbare afstand hun dagelijkse inkopen kunnen blijven doen en treffen in de toekomst in het centrum een aantrekkelijk en compleet pakket aan voorzieningen aan.

4.3 Toets aan het provinciale beleid

Essenties beleid Zuid-Holland

De provincie Zuid-Holland heeft in 2012 het detailhandelsbeleid herijkt. Ruimtelijke relevante componenten uit de detailhandelsnota worden overgenomen in de Provinciale Structuurvisie.

De provincie kiest voor kwaliteit als leidend principe. Van belang is om de winkelvoorraad terug te brengen en ook om de dynamiek en vernieuwing in de detailhandelstructuur te bevorderen. Kansrijke onderdelen van de structuur moeten versterkt worden en solitaire vestigingen worden ontmoedigd.

Alle grotere winkelgebieden zijn beoordeeld en voorzien van een strategisch uitgangspunt. Het centrum van 's Gravenzande is aangewezen als te optimaliseren centrum: volume-uitbreiding volgens het nee-tenzij-principe. Dit betekent dat de concurrentiepositie verbeterd moeten worden, zonder al te forse uitbreiding. Een beperkte uitbreiding moet gekoppeld zijn een structuurverbetering van het centrum (zoals optimalisatie van de winkelrouting en de route tussen de belangrijkste voorzieningenclusters).

Het centrumplan in relatie tot het provinciale beleid

Het centrum van 's Gravenzande behoort tot de dragende en perspectiefrijke onderdelen van de hoofdwinkelstructuur van het Westland. Omdat de kwaliteit en vitaliteit onder druk staat, is het van groot belang te investeren in structuurversterking van het centrum van 's Gravenzande.

We constateren dat de uitbreidingsruimte in het plan, conform bovenstaande, tegemoet komt aan de doelstellingen van de provincie, namelijk structuurversterking, verbetering van de kwaliteit en versterking van de samenhang tussen belangrijke deelgebieden en clusters.

De uitbreiding van winkelareaal wordt ingezet om courante en goed gepositioneerde meters voor de markt te creëren. 's Gravenzande heeft een teveel aan winkelruimte in

de flanken van het centrum, en een gebrek aan centraal gelegen A-meters. We achten de verhuurbaarheid van de nieuwe onderdelen in het centrum goed: het centrumplan benut de potentie om het centrum de noodzakelijke kwaliteitsimpuls te geven met een winkelmix- en programma dat passend is bij de functie voor de eigen inwoners.

4.4 Slot

Op basis van voorgaande kunnen we niet anders dan concluderen dat het Centrumplan van 's-Gravenzande een bijdrage levert aan het verhogen van het voorzieningenniveau en ruimtelijke kwaliteit. Het Centrumplan voorziet in verdere concentratie en haalbaar en noodzakelijk geachte toevoeging van (winkel)voorzieningen. De (beoogde) verzorgingsstructuur wordt niet geschaad dankzij de geconstateerde groei van de marktruimte. Beoordeling van het centrumplan laat zien dat het een bijdrage levert aan de volgende doelstellingen van beleid:

- Economische dynamiek: - Het project biedt toegevoegde waarde voor de ondernemers en gemeente en speelt in op veranderingen in de markt(potentie);
- Vitaliteit structuur: - Het project draagt bij om de winkelstructuur vitaal te houden. Dat wil zeggen productief, efficiënt, inspirerend en duurzaam. Het centrum krijgt een essentiële kwaliteitsimpuls.
- Klantwaarde - Het project draagt bij aan optimale verzorging van de consumenten en inwoners van de gemeente. Het gaat niet alleen om rationele klantwaarden zoals functionaliteit, maar ook emotionele waarden als sociale binding, vernieuwing en beleving;
- Locatiekwaliteit - Het project levert toegevoegde waarde vanwege uniciteit en complementariteit met andere locaties. Architectonische waarden spelen daarbij een belangrijke rol.

Bijlage 1: Plannen en beleid

Beleid

Ten aanzien van de toekomstige ruimtelijke structuur van 's-Gravenzande zijn diverse beleidsnota's relevant. Regionaal valt te denken aan het Streekplan Zuid-Holland West (partiële herziening 2008) en het Regionaal Structuurplan Haaglanden 2020. Op gemeentelijk niveau speelt de Visie Greenport 2020+ (2005) een belangrijke rol. De detailhandelsstructuurvisie 'Kleine Kernen Kordaat' (2009) gaat specifiek in op detailhandelsvraagstukken en de Woonvisie heeft betrekking op de woningmarkt. Het vigerend beleid voor 's-Gravenzande wordt samengevat in het Ruimtelijk Ontwikkelingskader 2020 (uit 2009). In deze ROK worden ten aanzien van de kern 's-Gravenzande de volgende uitgangspunten omschreven:

Tabel: Uitgangspunten toekomst kern 's-Gravenzande

Thema	Aanpak	Uitwerking
Verdichtingsopgave	Compactdorps	Tussen kust en Naaldwijk
Locale verdichting	Vooral in centrum Per buurt	Binnen bouwblokken Versterking groen en infra
Woningbouwopgave	Doorstromers Geen uitbreiding na	Rond wozoco ONW locaties
Hoogbouw	In centrum Per buurt afwegen	In clusters In clusters
Niet-woonfuncties	Versterken peil voorzieningen	tbv woonzorg / lokaal
Groen	Structurend voor kern	Infra en plekken koppelen
Ligging	Bij brongebieden Bij groene corridors	Kust Poelzone
Infrastructuur	Structurend voor kern	Netwerk (in)formeel
Water	Waterbergingsstekort	Aan weerszijden kernen
Detailhandel	Gemeente	Specialistisch

Bron: ROK 2020 (Gemeente Westland, 2009)

Detailhandelsbeleid Westland

De Detailhandelsstructuurvisie Westland (2009) schetst een ruimtelijk kader voor de detailhandelsontwikkeling van de elf kernen van deze gemeente. Het beleid is gestoeld op twee hoofddoelstellingen, te weten:

1. het streven naar voldoende detailhandelsvoorzieningen per kern en
2. het behoud van omzet in het Westland.

In haar streven om een goed evenwicht te bewaren tussen het aanbod van de verschillende kernen stelt de gemeente dat Naaldwijk in de afgelopen jaren een

dominante positie heeft gekregen. De aandacht ligt nu op versterking van centrumplannen voor andere kernen, waaronder: 's-Gravenzande, Kwintsheul, Monster, Poeldijk, De Lier.

Het centrumplan van 's-Gravenzande moet voorzien in een nieuwe impuls voor het kernwinkelgebied door herontwikkeling van de locatie rond Koningswerf / Gravenhof. In de Regionale Structuurvisie Haaglanden 2005 – 2010 is opgenomen dat het centrumplan de status heeft van een 'hard plan' en de wenselijkheid is met 'ja' beoordeeld.

Woningbouwprogramma 's-Gravenzande

De kernen van de gemeente Westland hebben een verdichtingsopgave toegewezen gekregen van ca. 4.500 woningen tot 2020. Het grootste deel van de opgave is toegewezen aan Naaldwijk, Monster en 's-Gravenzande. De Woningmarktmonitor 2010 laat de jaarlijkse bouwopgave zien. Vooral tussen 2015 en 2020 is een fors bouwprogramma geprognosticeerd:

Tabel: Woningvoorraad en prognoses

Aspect	s-Gravenzande	Westland
Woningvoorraad 2010	7.792	39.900
Prognose woningvoorraad 2015	8.293	42.453
Prognose woningvoorraad 2020	9.257	46.175

Bron: Woningmarktmonitor 2010

Infrastructuur 's-Gravenzande

De wegenstructuur van 's-Gravenzande wordt getypeerd door 'ruitvormige' ontsluitingswegen rond het centrum en in het bijzonder de doorgaande noord-zuid-as. De ruit rond het centrum vormt een belangrijk aspect bij het autoluw houden van het centrum. De bereikbaarheid van het centrum is vanuit alle richtingen goed te noemen, maar qua routing (onoverzichtelijk) en parkeren (versnipperd) valt nog het een en ander te verbeteren.

Figuur: Planlocaties woningbouw



Bron: www.nieuwekaart.nl

Bijlage 2: Tijdelijk winkelcentrum

Omdat een deel van het huidige winkelaanbod wordt herontwikkeld en de uitvoering van het centrumplan circa twee jaar in beslag neemt, zullen bestaande ondernemers tijdelijk elders worden gehuisvest. Er wordt uitgegaan van een tijdelijk winkelcentrum met een omvang van ongeveer 3.000 m² bvo. De beoogde locatie ligt achter het gemeentehuis, op de voormalige Fixit / Multimate-locatie aan de Sand-Ambachtstraat.

Figuur: Planlocatie Tijdelijk winkelcentrum



Figuur: Indicatieve branchering tijdelijk winkelcentrum (bron: MAB)*

Bijlage 3: Trends en kader ontwikkeling

De detailhandel staat sterker in de belangstelling dan voorheen. De financiële crisis en economische recessie hebben geleid tot een toenemende discussie over de haalbaarheid van plannen. Inmiddels neemt het besef toe dat de omstandigheden in de winkelvastgoedmarkt structureel gewijzigd zijn. De sterke en onvoorwaardelijke groei van de afgelopen decennia behoort dan ook tot het verleden.

Van kwantiteit naar kwaliteit

In de afgelopen decennia is sprake geweest van een jaarlijkse groei van de winkelvoorraad van gemiddeld ongeveer 1,5% per hoofd, die voor een groot deel via perifere en grootschalige winkelprojecten is gerealiseerd. De verwachting voor de toekomst zijn gereserveerder dan voorheen. Desondanks blijft de winkelmarkt behoefte houden aan vernieuwing en kwalitatieve impulsen. Wel zijn deskundigen het erover eens



dat er binnen de winkelstructuur verschillen gaan ontstaan in toekomstperspectief, dit vereist dat er heldere keuzes gemaakt worden.

Vanuit de ambitie de winkelstructuur binnen de kern 's Gravenzande vitaal te houden, leidt dit tot het uitgangspunt zodanig te investeren dat dit effectief kan bijdragen aan een aantrekkelijk en toekomstbestendig voorzieningenniveau in de gemeente. Uiteraard zo, dat dit inspeelt op de veranderingen die zich in de maatschappij en het consumentengedrag voordoen.

Het nieuwe winkelen

Eén van de meest besproken onderwerpen in de retail is de ontwikkeling van internet en daaraan gerelateerde toepassingen. Ondernemers zullen genoodzaakt zijn daarop in te spelen. Internet zal de concurrentie tussen winkels en winkelgebieden doen toenemen, en deze zullen daarop moeten reageren. Aan de ene kant zien we dat ondernemers in winkelgebieden online gaan samenwerken om zich sterker naar de markt te profileren. Aan de andere kant zien we dat winkelgebieden moeten voldoen aan hogere fysieke kwaliteitseisen om klanten optimaal te bedienen. Voor de reguliere detailhandel ligt er daarom de uitdaging voor om internet en zijn toepassingen te integreren in de totale bedrijfsvoering en als marketingtool te benutten.

Impact internet

Internet is de afgelopen jaren een steeds belangrijker aankoopkanaal geworden. Op dit moment heeft internet een marktaandeel in het winkelkanaal van circa 5%. De verwachting is dat dit zich zal ontwikkelen tot een aandeel van ca. 6% in de totale detailhandel in 2015. De groeicijfers vlakken de laatste jaren af. Verder zien we dat fysieke winkels steeds meer ook online gaan, en omgekeerd. Daardoor wordt de grens tussen fysiek en digitaal steeds vager en lopen de verkoopkanalen in elkaar over (cross channel).



Fysieke winkelgebieden zullen op andere manieren toegevoegde waarde moeten leveren dan voorheen. Bijvoorbeeld in beleving en sfeer, bijzondere formules, service en gastvrijheid.

Inzetten op versterking structuur

Leegstand

Toenemende leegstand in winkelgebieden vormt een belangrijk tweede punt van zorg. Er wordt vaak een verband gelegd met de ontwikkeling van de bestedingen op internet. Dit leidt dan snel tot de bewering dat er geen behoefte is aan meer (nieuwe) winkelruimte. Enige nuance is op zijn plaats.

Uit WPM-onderzoek blijkt dat de toenemende leegstand niet zozeer het gevolg van internet⁴, maar vooral van de economische recessie. Het gebrek aan structureel vertrouwen bij consumenten leidt tot terugloop in bezoekersaantallen en lagere bestedingen in de winkels. In sectoren waar in slechte economische tijden het meest wordt bezuinigd, neemt de leegstand het sterkst toe.

Verder is het goed vast te stellen dat leegstandsontwikkeling zowel een structurele als locatonele component



⁴ Zie: "Economische recessie trekt sporen in de retailsector" (Haringsma in VGM 2012)

heeft. In de regionale structuurvisie die WPM heeft opgesteld voor Zuid-Kennemerland, bleek dat leegstand op alle niveaus binnen de structuur was toegenomen. Leegstand concentreert zich echter vooral op locaties die op het punt van functie, verzorgingsgebied, uitstraling en ondernemerschap matig of slecht scoren. Tussen winkelgebieden of plaatsen doen zich op het punt van leegstand grote verschillen voor: lokale marktomstandigheden bepalen sterk het toekomstperspectief.

Het draait om kwaliteit

De verwachting is dat in de toekomst de leegstand in structurele zin zal toenemen. In de Nederlandse fijnmazige structuur is op onderdelen sprake van een grote kwetsbaarheid. Belangrijk daarbij is het gebrek aan functioneel of kwalitatief onderscheidend vermogen. Veel winkelgebieden zijn eenzijdig opgezet, verouderd of te klein. In de toenemende concurrentie zijn daarom niet alle gebieden overeind te houden. Op andere plekken bestaat echter behoefte aan uitbreiding van meters, bijvoorbeeld om ondernemerschap, marktinitiatieven en de kansrijkheid die goede plekken bieden, te honoreren.

Dit geeft aan dat het geen zin heeft om de (toename van) leegstand op de ene plek 1 op 1 al te zeer te relateren aan de kansrijkheid van nieuwe meters op de andere plek. Dat doet immers geen recht aan het onderlinge verschil in functioneren en de kansen voor ondernemerschap binnen de gemeentelijke of regionale winkelstructuur. De detailhandel is gebaat bij een zorgvuldig ingepaste maar continue vernieuwing; in de komende tijd zal deze gekenmerkt worden door zowel concentratie en uitbreiding als saneren en transformatie.

Aanzienlijke leegstand in 's Gravenzande

De leegstand in 's Gravenzande is hoog. Deze bedraagt circa 10% van het aantal vestigingspunten (winkels, horeca, diensten) en is in de afgelopen jaren verder opgelopen. Een belangrijk deel ervan is strategische leegstand: leegstand die wordt aangehouden omdat geanticipeerd wordt op herontwikkeling. Ook is er leegstand als gevolg van incurante units of omdat de locaties uit de loop liggen.

Positie van dorpscentra

Toekomstperspectief

De concurrentie tussen winkelgebieden neemt toe. Toch wordt aan dorpscentra een overwegend goed perspectief toegekend. Zij bieden een hoge slaagkans voor boodschappen op korte afstand van de woning. In het voordeel spreekt ook de dorpse sfeer, lokaal ondernemerschap en de 'emotionele' binding van mensen aan hun eigen dorp. Waar het winkelaanbod dit toelaat, is er naast het doen van boodschappen sprake van vormen van langer verblijf met recreatieve elementen. Het meest gunstige toekomstperspectief hebben daarom:

- Complete en sfeervolle dorpscentra;
- Moderne supermarkten als trekker;
- Locale spelers met naam en faam;
- Voldoende draagvlak / aantal verzorgende inwoners.

Waar dorpscentra een compleet pakket aan winkels en aanvullende diensten bieden, en sterke lokale spelers daar onderdeel van uit maken, bestaan ook in de toekomst goede kansen. Incomplete winkelgebieden met gebrekkige uitstraling en matige ruimtelijke opzet of te weinig parkeermogelijkheden zijn in de onderlinge concurrentie kwetsbaar.

Investeren in toekomstwaarde

Een modern, functioneel en aantrekkelijk dorpscentrum ontleent zijn kracht aan een divers en evenwichtig kernassortiment. Het volwaardig bedienen van de eigen inwoners in de kern schept niet alleen mogelijkheden maar ook de noodzaak om de dorpscentra te blijven aanpassen aan de hedendaagse eisen van de consument. De gewenste levendigheid en vitaliteit die het winkelaanbod in dorpscentra met zich mee brengen zijn geen vaststaand gegeven. Dat vergt zeker in de huidige tijd aandacht voor kwaliteit en investering.

Vitale dorpscentra

Eén van de bepalende factoren voor de kwaliteit van dorpen is het aanbod aan voorzieningen. Consumenten laten zich bij de keuze voor de plek om boodschappen te doen nog steeds sterk leiden door nabijheid, onder voorwaarde dat ze datgene aantreffen waar ze naar op zoek zijn. In dorpen met een voldoende en bestendig draagvlak is het daarom uit oogpunt van leefbaarheid en mobiliteit wenselijk het voorzieningenaanbod op niveau te houden c.q. te brengen.

Het binden van de boodschappenbehoefte aan het eigen dorp enerzijds en de kwaliteit en diversiteit van het aanbod aan de dorpswinkelvoorzieningen anderzijds zijn twee communicerende vaten. Om de binding aan het dorp te kunnen behouden moet een winkelgebied voldoende keuze en bezoekmotieven kunnen bedienen. Een belangrijke voorwaarde hiervoor is concentratie op een strategische en goed ontsloten plek.