

Distributieve toets en
effectanalyse integrale
herontwikkeling
winkelcentrum Leidsenhage

30 juli 2015

Eindrapport

BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING

Status:

Eindrapport

Datum:

30 juli 2015

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. Gijs Foeken

Drs. Toine Hooft

Voor meer informatie: Toine Hooft, th@stedplan.nl

In opdracht van:

Unibail-Rodamco

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: 2014.A.512

Referentie: 2014.A.512 Unibail-Rodamco, Leidsenhage toets en effecten_d071114

Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding, samenvatting en leeswijzer	5
1 Contextanalyse	10
1.1 Functie en verzorgingsgebied Leidsenhage	
1.2 Winkelstructuur en krachtenveld	
1.3 Trends en ontwikkelingen	
1.4 Positionering Leidsenhage	
1.5 Eerste oordeelsvorming integrale herontwikkeling Leidsenhage	
2 Toets Gebiedsvisie Leidsenhage aan beleidsuitgangspunten	19
2.1 Integrale herontwikkeling winkelcentrum Leidsenhage	
2.2 Unicité beoogde invulling vernieuwd Leidsenhage	
2.3 Visie Ruimte en Mobiliteit (VRM) provincie Zuid-Holland	
2.4 Regionale structuurvisie detailhandel stadsgewest Haaglanden	
2.5 Detailhandelsvisie Leidschendam-Voorburg	
2.6 Conclusies	
3 Distributieve toets integrale herontwikkeling Leidsenhage	30
3.1 Distributieve mogelijkheden detailhandel provincie Zuid-Holland en regio Haaglanden	
3.2 Distributieve mogelijkheden Leidsenhage	
3.3 Benchmark en referentieprojecten	
3.4 Kandidatenlijst	
3.5 Toets aan vereisten ‘ladder voor duurzame verstedelijking’	
4 Effecten integrale herontwikkeling Leidsenhage	43
4.1 Economische en ruimtelijke impuls	
4.2 Economische (verdringings)effecten op de bestaande structuur	
4.3 (Verdringings)effecten ruimtelijk-kwalitatief vertaald	
4.4 Effecten op leegstand en woon-, leef- en ondernemersklimaat	
4.5 Conclusies	
Bijlage 1: Juridisch-planologisch kader	70
Bijlage 2: Internetwinkelen en vergrijzing (BRO)	73

Bijlage 3: Referentieprojecten Unibail-Rodamco	75
Bijlage 4: Leegstand in de regiogemeenten (peildatum 1 januari 2015)	76
Bijlage 5: Winkelstructuur gemeente Delft	77
Bijlage 6: Winkelstructuur gemeente Den Haag	81
Bijlage 7: Winkelstructuur gemeente Katwijk	85
Bijlage 8: Winkelstructuur gemeente Leiden	89
Bijlage 9: Winkelstructuur gemeente Leiderdorp	93
Bijlage 10: Winkelstructuur gemeente Leidschendam-Voorburg	97
Bijlage 11: Winkelstructuur gemeente Oegstgeest	101
Bijlage 12: Winkelstructuur gemeente Pijnacker-Nootdorp	104
Bijlage 13: Winkelstructuur gemeente Rijswijk	108
Bijlage 14: Winkelstructuur gemeente Voorschoten	111
Bijlage 15: Winkelstructuur gemeente Wassenaar	114
Bijlage 16: Winkelstructuur gemeente Zoetermeer	117
Bijlage 17: Winkelstructuur gemeente Zoeterwoude	121
Bijlage 18: Verantwoording methodiek effectenanalyse	124
Uitgangspunten bij bepaling omzetverdringingseffect	
Drie methodes voor verdeling omzetverdringingseffect naar gemeente	
Vertaling omzetverdringingseffect naar aankoopplaats	
Effecten op leegstand	
Bijlage 19: Maximale bestemmingsplanfaciliteit	134

Inleiding, samenvatting en leeswijzer

Leidsenhage vervult, sinds de opening in 1971, al meer dan 40 jaar een toonaangevende positie in de regio. De laatste jaren staat deze positie echter onder druk. De recessie, veranderende voorkeuren van consumenten en retailers, versterking van het winkelaanbod elders in de regio en het uitblijven van een structurele herontwikkeling hebben de positie van Leidsenhage verslechterd. Eigenaren (circa 60, waaronder Unibail-Rodamco), ondernemers (circa 180) en de gemeente delen de urgentie om het winkelcentrum terug te brengen naar de regionale functie van weleer middels een uniek en internationaal onderscheidend planconcept, wat appelleert aan de moderne eisen van consument en retailer. Zij zijn bereid en voornemens om fors te investeren en hebben hun gezamenlijke ambitie vastgelegd in de “Gebiedsvisie Herontwikkeling Winkelcentrum Leidsenhage” (12 april 2013).

Nieuw bestemmingsplan Leidsenhage 2014

Het nieuwe bestemmingsplan Leidsenhage 2014 is bedoeld om een passende planologisch-juridische regeling te bieden voor het realiseren van de integrale herontwikkeling en de daarvoor relevante ruimtelijke voorwaarden en omgevingsfactoren vast te leggen in een actueel juridisch bindend toetsingskader.

Tabel 1 Vigerend en nieuw bestemmingsplan Leidsenhage in m² bvo

Functie / bestemming	Huidig		Toekomstig	
	Gebouwd	Best. plan	Te realiseren	Totaal programma
Detailhandel niet-dagelijks	58.558	104.205	23.125	81.683
Detailhandel dagelijks	11.171		1.875	13.046
Diensten, horeca t/m cat. 2, kantoorruimte, etc.	5.823			5.823
Horeca cat. 3 en 4			3.500	3.500
Subtotaal detailhandel en aanverwante functies	75.552	104.205	28.500	104.052
Kantoren	29.500	29.500	-29.500	0
Leisure Algemeen	0	0	1.500	1.500
Bioscoop	0	0	6.500	6.500
Totaal bestemming winkelcentrum	105.052	133.705	7.000	112.052
Horeca (Mercure Hotel + restaurants aan water)	8.069	8.069	0	8.069
Totaal inclusief hotel	113.121	141.774	7.000	120.121

Opmerking: De gemeente Leidschendam-Voorburg zal een (gebruikelijke) wijzigingsbevoegdheid in het bestemmingsplan opnemen met betrekking tot het vergroten en verkleinen van de bouwvlakken, maatvoering en functies tot maximaal 5% van het in het bestemmingsplan toegestane. In de berekeningen en de effectenanalyse is rekening gehouden met deze bestemmingsplanflexibiliteit. Bovenstaande getallen zijn exclusief de wijzigingsbevoegdheid.

Het vigerend bestemmingsplan Leidsenhage 1997 laat 104.205 m² bvo aan detailhandel en aanverwante functies binnen de huidige bestemmingsvlakken toe. Er is nu circa 75.550 m² bvo voor detailhandel en aanverwante functies (als horeca, ambacht en diensten) in gebruik. Daardoor resteert circa 29.000 m² bvo aan uitbreidingsruimte binnen de bouwvlakken in het vigerend bestemmingsplan.

Echter, een toekomstbestendig winkelcentrum vereist een andere structuur en opzet dan de huidige (lineaire) achterhaalde opzet van Leidsenhage. Ten behoeve van de integrale herontwikkeling van Leidsenhage is dan ook een nieuw bestemmingsplan nodig om een andere ordening van de bouwblokken te kunnen realiseren. Leidsenhage verkeert in de gelukkige omstandigheid dat er voldoende fysieke ruimte (op onder meer de locaties van de maaiveldparkeerterreinen en de te slopen kantoorruimte) aanwezig is om tot een andere ordening van de bouwvolumes en winkelstructuur te kunnen komen.

Programma integrale herontwikkeling winkelcentrum Leidsenhage

Het Masterplan voor de integrale herontwikkeling van Leidsenhage - zoals vastgelegd in de Gebiedsvisie – omvat op hoofdlijnen de volgende componenten:

- Het uit de markt onttrekken van circa 29.500 m² bvo hoofdzakelijk leegstaande kantoorruimte. De initiatiefnemers zijn voornemens hiervoor in de plaats detailhandel, horeca en leisure te realiseren (zie tabel 1 op de vorige pagina). De uitbreiding is bedoeld om een onderscheidend en verrassend (internationaal) winkelaanbod te kunnen accommoderen, in een aantrekkelijke mix met horeca en vermaak. Dit om het verblijf te veraangename en de verblijfsduur te verlengen, en daarmee bestedingen te vergroten.
- Uitbreiding van de parkeercapaciteit met ongeveer 1.000 parkeerplaatsen tot een totaal van circa 4.000 parkeerplaatsen.
- Een complete herstructurering en renovatie van het geheel, bestaande uit:
 - De creatie van een integraal winkelcircuit ('achtje'), waaraan vrijwel alle winkels en aanvullende voorzieningen zijn gelegen;
 - Volledige overkapping en afsluiting (uitgezonderd de buitenranden), waardoor een beheersbaar en afsluitbaar aangenaam winkelklimaat ontstaat;
 - Een nieuwe 'look & feel', zonder onderscheid tussen bestaand en nieuw;
 - Integratie van het naastliggende Groot Zijdepark en de vijver met het winkelcentrum, waardoor een unieke constellatie ontstaat;
 - Een sfeervol (openlucht) evenementenplein tegenover het Mercure-hotel en nabij de vijver, tevens te gebruiken voor de bestaande weekmarkt;
 - Nieuwe en aantrekkelijke gevels aan de randen, teneinde de uitstraling, beleving, zichtbaarheid en toegankelijkheid te verbeteren.

Dit programma is vastgelegd in de anterieure overeenkomst tussen de gemeente Leidschendam-Voorburg en Unibail-Rodamco.

Vraagstelling

Unibail-Rodamco heeft in samenspraak met de gemeente Leidschendam-Voorburg Bureau Stedelijke Planning verzocht een distributieve onderbouwing en effectrapportage op te stellen. In het onderzoek staan de volgende vragen centraal:

- **Beleid.** In hoeverre past het initiatief binnen het provinciale en regionale beleid?
- **Behoeft.** Wat zijn de kwantitatieve en ruimtelijk-kwalitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel en aanverwante functies, horeca en een bioscoop in Leidsenhage?
- **Effecten.** Wat zijn de effecten van de beoogde integrale ontwikkeling, in het bijzonder de toevoeging van detailhandel, op de bestaande detailhandelsstructuur, leegstand en het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de gemeente en de regio?

- **Randvoorwaarden.** Wat zijn de uitgangspunten en randvoorwaarden waarbinnen de integrale herontwikkeling plaats kan vinden?

Dit rapport is in nauwe samenwerking met BRO tot stand gekomen en fungeert als bijlage bij het bestemmingsplan voor Leidsenhage.

Tevens is rekenschap genomen van de vereisten vanuit:

1. Het provinciale en regionale beleid;
2. Artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening, ook wel de 'ladder voor duurzame verstedelijking' (zie bijlage 1 voor een nadere toelichting) en;
3. Een recente (tussen)uitspraak van de Afdeling bestuursrechtspraak van de Raad van State inzake het centrumplan Emmeloord en de daarop volgende lijn in de jurisprudentie (zie eveneens bijlage 1 voor een nadere toelichting).

Uitkomsten in een notendop

- Er is een noodzaak én kans winkelcentrum Leidsenhage een hernieuwde impuls te geven. Dit is dringend noodzakelijk om te voorkomen dat Leidsenhage afglijdt naar een meer lokaal verzorgend wijkwinkelcentrum in plaats van de beleidsmatig vastgelegde functie als regionaal winkelcentrum. De potentie is gelegen in de goede uitgangsposities van Leidsenhage en de regio.
- Unibail-Rodamco wil – mede namens de circa 60 andere eigenaren – de integrale herontwikkeling ter hand nemen. Zij hebben ruime ervaring opgedaan met soortgelijke, regionale winkelcentra in Europa (zie bijlage 2 voor de referentielijst van projecten uit eigen portefeuille). Het concept wordt voor Leidsenhage verder doorontwikkeld, naar de laatste inzichten. Met het beoogd programma – een mix van toonaangevende retailers, horeca, vermaak (bioscoop) en parkeren – ontstaat een aantrekkelijk(er) en duurzaam toekomstbestendig regionaal centrum. De voorgenomen integrale herontwikkeling van Leidsenhage sluit aan op de uitgangspunten vanuit provinciaal, regionaal en lokaal beleid (zie hoofdstuk 2). Met de integrale herontwikkeling van het winkelcentrum wordt 'beter benut en opgewaardeerd wat er is' en de agglomeratiekracht vergroot, als ook de ruimtelijke kwaliteit en het functioneren verbeterd. Het vigerend bestemmingsplan Leidsenhage 1997 laat een uitbreiding van circa 29.000 m² bvo aan detailhandel en aanverwante functies toe.
- De integrale herontwikkeling van Leidsenhage voorziet in een actuele (regionale) intergemeentelijke behoefte. Alle gehanteerde methoden – verschillende distributieve berekeningen, een benchmark, een referentieanalyse en de kandidatenlijst – wijzen in de richting van een forse uitbreidingspotentie van winkels, horeca en vermaak (zie hoofdstuk 3). Daarmee is voldaan aan de eerste trede van de 'ladder voor duurzame verstedelijking'.
- De regionale behoefte wordt opvangen binnen het bestaand stedelijk gebied binnen de regio, door de transformatie of herstructurering hiervan. Circa 29.500 m² bvo kansloze kantorenvoorraad wordt uit de markt genomen. Daarmee is voldaan aan de tweede trede van de 'ladder voor duurzame verstedelijking'.
- De integrale herontwikkeling van Leidsenhage levert circa 500 (deels nieuwe) arbeidsplaatsen op en zorgt ook nog voor een forse tijdelijke werkgelegenheid gedurende de bouw.
- Naast dat de integrale herontwikkeling distributief verantwoord is en de economische bijdrage per saldo positief is, is de verdringing in regionaal opzicht gering. Het

verdringingseffect in Haaglanden en Holland Rijnland samen bedraagt maximaal 0,6% (0,2% in de dagelijkse sector en 1,1% in de niet-dagelijkse sector) in scenario 50%-verdringing en kent een *theoretisch* maximum van respectievelijk 1,2%, 0,3% en 2,3% in het 'worst case'-scenario (100% verdringing).

- In Leidsenhage bedraagt de leegstand¹ momenteel 18 panden met een totale omvang van circa 2.600 m² wvo. Met de voorgenomen herontwikkeling wordt deze leegstand opgelost. Hetzelfde geldt voor de leegstaande kantoren; circa 29.500 m² bvo wordt gesloopt en uit de markt onttrokken.
- De leegstand in geheel Leidschendam-Voorburg en de regio Haaglanden is vergelijkbaar met het landelijke niveau. In het scenario 50%-verdringing kan de leegstand (van winkelmeters in de regio) met 0,3%-punt oplopen, in meters maximaal 6.390 m² wvo. In het 'worst case'-scenario (100% verdringing) is dit 0,6%-punt, in meters maximaal 12.780 m² wvo. De effecten op leegstand zijn merkbaar binnen de gemeente Leidschendam-Voorburg. Andere gemeenten waar het effect op leegstand mogelijk merkbaar is, zijn:
 - Den Haag, de gemeente waar de grootste absolute effecten optreden. Daar de effecten worden uitgesmeerd over een groot gebied en een groot aantal aankoopplaatsen zijn ze in relatieve zin beperkt. Daar de Haagse binnenstad zich de komende jaren nog aanzienlijk zal versterken en de bevolking groeit, verwateren de effecten.
 - De gemeenten Leiden, Rijswijk, Delft, Zoetermeer en Alphen aan den Rijn waar het effect op leegstand in het 'worst case'-scenario tussen de 500 en 1.000 m² wvo bedraagt. De grootste aankoopplaatsen in de deze gemeenten hebben enige overlap in functie kennen met Leidsenhage.
 - De gemeenten Wassenaar en Voorschoten, waar het relatieve verdringingseffect (gerelateerd aan de totale detailhandelsomzet of bestedingspotentieel van de betreffende gemeente) bovengemiddeld hoog is. In absolute omvang – en dus ook in een mogelijk oplopend leegstandsmetrage – is het effect echter zeer gering, rond de 250 m² wvo in het 'worst case'-scenario (100%-verdringing).
- Hoewel de effecten beperkt blijven is het wenselijk dat Oud-Voorburg, en de centra van Wassenaar en Voorschoten hun eigen identiteit/profiel versterken en hun winkelgebied toekomstbestendig(er) maken. Dit omdat niet alleen voor Leidsenhage, maar ook in de Haagse (en Leidse) binnenstad grote projecten op stapel staan. De gemeente Leidschendam-Voorburg sorteert voor op deze ontwikkeling door in haar beleid de winkelgebieden scherper van elkaar te profileren.
- Het valt op voorhand niet uit te sluiten dat enkele verkooppunten uitvallen. Dit zullen vooral de nu al matig functionerende winkels zijn op bestaande kwetsbare locaties, ook buiten de winkelgebieden. Tot grote uitval c.q. sterk oplopende leegstand in bestaande winkelgebieden (en daarmee onaanvaardbare aantasting van het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat c.q. duurzame ontwrichting) zal het initiatief dan ook niet leiden.
- Het alternatieve nulscenario ('niets doen') is weinig aantrekkelijk. In dat geval blijft de noodzakelijke kwaliteitsimpuls uit en zal Leidsenhage (onbedoeld) een directe concurrent worden van de meer lokaal verzorgende centra (gericht op de dagelijkse boodschappen) in Leidschendam-Voorburg en buurgemeenten.

¹ Definitie leegstand: Een pand dat als winkel in gebruik was en nu leeg staat en/of een pand dat niet meer als winkel of horeca in gebruik is, maar wel staat aangegeven als te koop/te huur als verkooppunt. Binnen de categorie leegstand is de verhouding detailhandel versus niet-detailhandel 2:3 in winkelvloeroppervlakte.

Leeswijzer

De opbouw van het rapport is als volgt:

Het **eerste hoofdstuk** bestaat uit de contextanalyse.

Hoe ontwikkelt Leidsenhage zich in het regionale krachtenveld?

Wat zijn de trends en ontwikkelingen?

In hoeverre speelt Leidsenhage daarop in?

In **hoofdstuk 2** is het initiatief beschreven en getoetst aan vigerende beleidsuitgangspunten.

De distributieve toets volgt in **hoofdstuk 3**. Dit hoofdstuk is tot stand gekomen in nauwe samenspraak met BRO.

In **hoofdstuk 4** zijn de (ruimtelijk-economische) effecten van de voorgenomen ontwikkeling op de bestaande (lokale en regionale) structuur beschreven en beoordeeld.

Als bijlagen zijn opgenomen:

1. Een toelichting op de Ladder voor duurzame verstedelijking en jurisprudentie
2. Internetwinkelen en vergrijzing (BRO)
3. Referentieprojecten uit de portefeuille van Unibail-Rodamco die model staan voor de integrale herontwikkeling van Leidsenhage
4. Leegstand in de regiogemeenten (peildatum 1 januari 2014)
5. Factsheet winkelstructuur gemeente Delft
6. Factsheet winkelstructuur gemeente Den Haag
7. Factsheet winkelstructuur gemeente Katwijk
8. Factsheet winkelstructuur gemeente Leiden
9. Factsheet winkelstructuur gemeente Leiderdorp
10. Factsheet winkelstructuur gemeente Leidschendam-Voorburg
11. Factsheet winkelstructuur gemeente Oegstgeest
12. Factsheet winkelstructuur gemeente Pijnacker-Nootdorp
13. Factsheet winkelstructuur gemeente Rijswijk
14. Factsheet winkelstructuur gemeente Voorschoten
15. Factsheet winkelstructuur gemeente Wassenaar
16. Factsheet winkelstructuur gemeente Zoetermeer
17. Factsheet winkelstructuur gemeente Zoeterwoude
18. Verantwoording methodiek effectenanalyse
19. Maximale bestemmingsplanfaciliteit

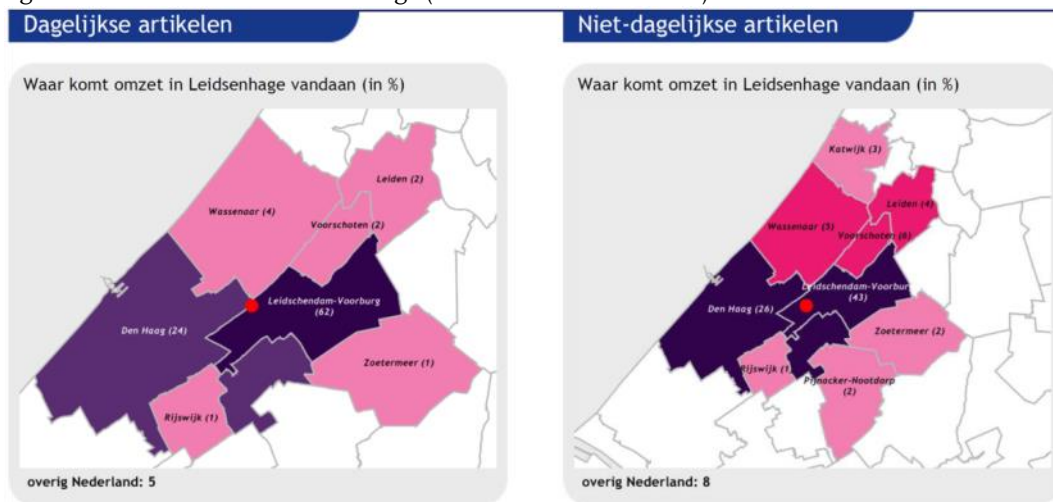
1 Contextanalyse

In dit hoofdstuk is de context geschetst waarbinnen de voorgenomen integrale herontwikkeling van winkelcentrum Leidsenhage plaatsvindt. Aan bod komen het verzorgingsgebied van Leidsenhage (paragraaf 1.1), de winkelstructuur en het regionale krachtenveld (1.2), een positionering van Leidsenhage (1.3), relevante trends en ontwikkelingen in de detailhandel (1.4) en een eerste oordeelsvorming van de integrale herontwikkeling van Leidsenhage (1.5), beredeneerd vanuit het huidige, autonome toekomstperspectief van het winkelcentrum.

1.1 Functie en verzorgingsgebied Leidsenhage

Winkelcentrum Leidsenhage ligt op de grens tussen Leidschendam en Voorburg. Het winkelcentrum is niet alleen kernwinkelgebied van de gemeente Leidschendam-Voorburg, maar vervult sinds de opening in 1971 al meer dan 40 jaar een toonaangevende positie in de regio. In het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 blijkt dat meer dan de helft (57%, € 75 miljoen) van de niet-dagelijkse omzet afkomstig is van *buiten* de eigen gemeente.

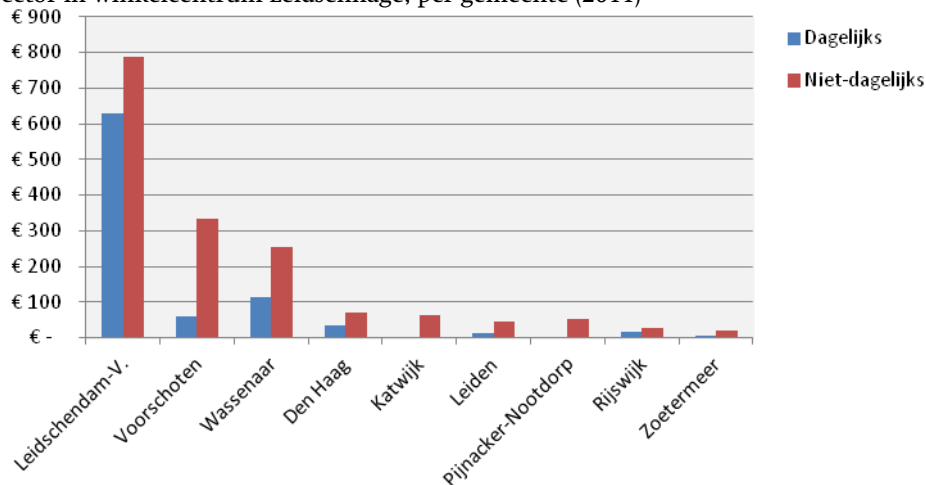
Figuur 1 Omzetherkomst Leidsenhage (in % van de totale omzet)



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011

Het verzorgingsgebied omvat hierdoor niet alleen de gemeente Leidschendam-Voorburg. Een groot deel van de omzet is afkomstig uit de gemeente Den Haag (respectievelijk 24% en 26% van de dagelijkse en niet-dagelijkse omzet). Daarnaast blijkt dat inwoners van de gemeenten Wassenaar en Voorschoten ook voor een deel van hun aankopen zijn georiënteerd op Leidsenhage (zie figuur 2). Dat geldt vooral voor de niet-dagelijkse aankopen; inwoners uit Leidschendam-Voorburg doen per jaar gemiddeld € 800,- aan niet dagelijkse bestedingen in Leidsenhage, voor inwoners uit Wassenaar en Voorschoten ligt dit op circa € 325,- en € 250,-. Uit hetzelfde onderzoek bleek overigens dat inwoners van beide gemeenten meer georiënteerd zijn op het winkelapparaat in de eigen gemeente en het winkelaanbod in Den Haag (voor inwoners uit Wassenaar) en Leiden (voor inwoners uit Voorschoten). Dit geldt zowel voor de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector.

Figuur 2 Gemiddelde jaarlijks bestedingsbedrag per inwoner in de dagelijkse en niet-dagelijkse sector in winkelcentrum Leidsenhage, per gemeente (2011)



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011, CBS Statline 2011, bewerking Bureau Stedelijke Planning

In tabel 2 is die kooporiëntatie toegelicht. De functie van Den Haag als belangrijke winkelstad in de regio is evident en onbetwist. Voor de meeste gemeenten in de regio is Den Haag, na de betreffende gemeente zelf, de meest populaire winkelbestemming in de niet-dagelijkse sector. Leidschendam-Voorburg is voor geen enkele omliggende gemeente de tweede winkelbestemming in de regionale hiërarchie. Voor inwoners van Den Haag, Wassenaar, Voorschoten en Leiden is het wel de op twee na belangrijkste winkelgemeente.

Tabel 2 Kooporiëntatie regio Leidschendam-Voorburg (als % van het totale aantal bestedingen in €) in de niet-dagelijkse sector.

Naar		Leidsch.-V.	Den Haag	Zoetermeer	Rijswijk	Delft	Pijnacker-N.	Wassenaar	Voorschoten	Leiden	Katwijk
Van											
Leidschendam-Voorburg		49%	20%	3%	3%	3%	2%	-	-	-	-
Den Haag		4%	64%	1%	6%	4%	-	-	-	-	-
Zoetermeer		1%	5%	73%	-	3%	-	-	-	-	-
Rijswijk		3%	16%	-	47%	8%	-	-	-	-	-
Delft*		-	5%	-	6%	65%	2%	-	-	-	-
Pijnacker-Nootdorp		3%	9%	10%	4%	20%	31%	-	-	-	-
Wassenaar		11%	16%	-	-	-	-	42%	1%	4%	3%
Voorschoten		16%	5%	1%	-	-	-	2%	38%	-	-
Leiden		2%	3%	1%	-	3%	-	-	2%	55%	-
Katwijk		2%	3%	-	-	2%	-	-	-	8%	54%

Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011

*Delft is volledigheidshalve opgenomen. De omzet naar Leidsenhage is verwaarloosbaar.

Leeswijzer: Van alle niet-dagelijkse bestedingen van inwoners in Leidschendam-Voorburg, komt 49% in het eigen gemeentelijke winkelapparaat terecht, 20% in de gemeente Den Haag, etc. Donkergroen = grootste aandeel van de kooporiëntatie; groen = op één na grootste aandeel van de kooporiëntatie; lichtgroen = op twee na grootste aandeel.

De, inclusief Leidschendam-Voorburg, tien gemeenten waaruit de omzet van Leidsenhage hoofdzakelijk afkomstig is, tellen op dit moment samen ruim 1,1 miljoen inwoners. Volgens actuele prognoses zal dit aantal de komende jaren fors groeien. Het Planbureau voor de Leefomgeving berekent tot 2025 een bevolkingstoename in de tien gemeenten van 8% (circa 90.000 inwoners).² In vrijwel alle gemeenten groeit het draagvlak, maar in Rijswijk en Leidschendam-Voorburg is deze groei relatief gezien het sterkst. Ook in de periode na 2025 wordt voor alle gemeenten in de regio – behalve Zoetermeer – een bevolkingsgroei verwacht.

Tabel 3 Bevolkingsprognose verzorgingsgebied

	2014	2020	2025	2030
Leidschendam-Voorburg	73.392	76.800	82.400	86.400
Den Haag	508.592	521.500	535.200	550.400
Zoetermeer	123.614	127.800	126.600	124.900
Rijswijk	47.680	58.600	67.800	72.400
Delft	99.973	107.300	110.500	114.300
Pijnacker-Nootdorp	51.068	53.000	56.200	60.500
Wassenaar	25.786	25.400	25.000	25.200
Voorschoten	24.941	24.900	25.200	25.300
Leiden	121.199	126.300	129.500	132.500
Katwijk	62.825	65.900	70.000	73.600
Totaal	1.139.070	1.187.500	1.228.400	1.265.500

Bron: CBS Statline; Planbureau voor de Leefomgeving, Regionale bevolkingsprognose (oktober 2013)

1.2 Winkelstructuur en krachtenveld

Winkelcentrum Leidsenhage is planmatig opgezet en dateert uit 1971. Sinds de opening is het centrum slechts één maal aangepakt in 2000, waarbij er een uitbreiding heeft plaatsgevonden en er op sommige plaatsen in het centrum luifels zijn gerealiseerd. Leidsenhage telt circa 180 units, waaronder circa 130 winkels. De overige units zijn gevuld met leisure/horeca, diensten en ambachten of staan leeg. Het winkelaanbod omvat 42.238 m² wvo³ en maakt Leidsenhage veruit het grootste winkelcentrum binnen de gemeente Leidschendam-Voorburg. Binnen de gemeente zijn Voorburg-Julianabaan (Kon. Julianaplein), Voorburg Centrum (Herenstraat e.o.) en Leidschendam Centrum (Damplein) centra van plaatsverzorgende betekenis. Leidschendam Prinsenhof heeft een buurtverzorgend karakter.

Winkelcentrum Leidsenhage opereert in een sterk regionaal krachtenveld. Met de regio Den Haag beschikt het enerzijds over een omvangrijk draagvlak, maar anderzijds is er sprake van koopkrachtafvloeiing naar vooral de binnenstad van Den Haag en in mindere mate de binnenstad van Delft, Rijswijk In de Bogaard en Zoetermeer Stadshart. Het beleid van zowel provincie, regio als de gemeente Leidschendam-Voorburg is dat Den Haag en de regionale winkelcentra hun functie in de toekomst blijven behouden. Het beleid is dan ook zo vormgegeven dat deze centra zich kunnen versterken om in te spelen op de veranderende consumentenbehoefte.

² Planbureau voor de Leefomgeving, regionale bevolkingsprognose, oktober 2013

³ BRO, Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage, actualisatie 2014, op basis van Locatus

In die context is kwalitatieve en kwantitatieve opwaardering van de centra noodzakelijk.

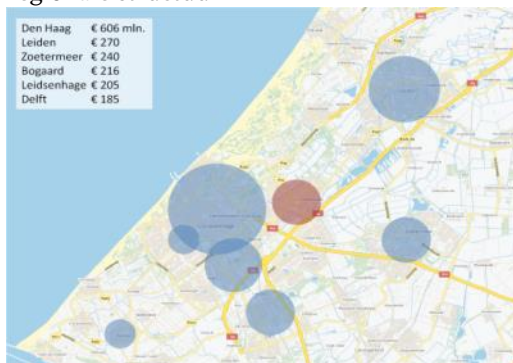
In veel van deze centra wordt het winkelaanbod, met het oog op de toekomst, al enige jaren zowel kwalitatief als kwantitatief versterkt. Deze versterkingen zijn mogelijk aangezien er in de regio Haaglanden sprake is van distributieve uitbreidingsmogelijkheden van het detailhandelsaanbod (zie voor een nadere toelichting paragraaf 3.1 Distributieve mogelijkheden detailhandel provincie Zuid-Holland en regio Haaglanden).

Zo is in **Den Haag** recentelijk De Markies geopend (met Marks & Spencer en Zara, respectievelijk circa 6.500 en circa 5.500 m² bvo) en wordt eind 2014 de opening van Primark (circa 8.000 m² bvo) in Amadeus verwacht. Tevens wordt momenteel de Nieuwe Haagsche Passage ontwikkeld met uiteindelijk circa 10.000 m² bvo aan winkelruimte. **Zoetermeer Stadshart** (in eigendom van Unibail-Rodamco) is onlangs versterkt door de komst van Primark en ook de realisatie van Cadenza (circa 5.500 m² bvo winkelruimte, leisure en horeca, oplevering 2016) zal voor een groeiend winkelareaal zorgen. In **Rijswijk In de Bogaard** zijn er plannen om De Sterpassage, het oudste van de drie overdekte deelgebieden, nieuw leven in te blazen. Het winkeloppervlak neemt in deze plannen toe met circa 2.100 m² bvo. Deze uitbreiding is ook opgenomen in het recent vastgestelde (geactualiseerde) bestemmingsplan In de Bogaard (2 mei 2014 in werking getreden). Ook op grotere afstand van Leidsenhage vinden ontwikkelingen plaats. Zo is in **Leiden** gestart met het Aalmarktproject, waar in totaal circa 24.000 m² winkeloppervlak herontwikkeld wordt, waarvan circa 8.000 m² uitbreiding en circa 16.000 m² renovatie. Teneinde een verbetering van het winkelcircuit tussen de Breestraat en de Haarlemmerstraat tot stand te brengen. Dit gaat gepaard met ondermeer de versterking/uitbreiding van V&D (heropend mei 2014) en nieuwe vestigingen van ondermeer de modeformules The Sting, Art & Casey, Vio Mio, Mosco en een nog niet bekende grote internationale keten met circa 3.100 m² winkelruimte. Tot slot biedt de Detailhandelsnota **Delft** ruimte aan maximaal 5.000 m² wvo aan extra detailhandel in de niet-dagelijkse sector. Ook is de binnenstad 'opgedeeld' in een zevental sfeergebieden, wat moet leiden tot een betere profilering.

Vergelijk 2004-2011

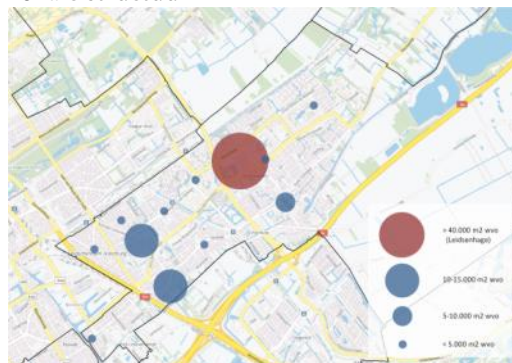
In termen van omzet bezet Leidsenhage (in 2011) de vijfde plek in de regio, vlak na In de Bogaard (zie onderstaande kaart). In 2004 nam Leidsenhage in termen van omzet nog de derde plaats in binnen de regio. Ten opzichte van 2004 wist alleen de binnenstad van Den Haag een omzetstijging te realiseren (+4%). De andere winkelgebieden zagen hun omzet teruglopen; voor Leidsenhage gaat het om een daling van -17%. In absolute omzet zakte het winkelcentrum terug van € 174 miljoen naar € 132 miljoen aan niet-dagelijkse detailhandelsomzet.

Regionale structuur



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011

Lokale structuur



Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, januari 2012

1.3 Trends en ontwikkelingen

Het Nederlandse winkellandschap in transitie

Nederland staat bekend om zijn **fijnmazige, hiërarchische winkelstructuur**. Iedere buurt of plaats kent zijn eigen winkelvoorziening, gedimensioneerd op het aantal inwoners in het verzorgingsgebied. Ontwikkelingen buiten de bestaande winkelstructuur zijn aan strenge regels verbonden. Een grote trek naar de periferie zoals in landen als België, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk is daardoor uitgebleven. Een uitzondering is gemaakt voor zogenaamde perifere en grootschalige detailhandelsvestigingen (woonwinkels, bouwmarkten en tuincentra). Dit heeft geleid tot een typisch Nederlands fenomeen: de meubel- of woonboulevards. Door het ruimtelijk detailhandelsbeleid kent Nederland in verhouding tot het buitenland relatief veel op korte afstand te bereiken winkels en winkelmeters per inwoner (1,8 m² wvo per inwoner). De Nederlandse winkelstructuur kampt nu met een drietal problemen:

- Te veel slechte verhuurbare meters en te weinig goed verhuurbare meters.
- Te veel van hetzelfde.
- Te kleine (lokale) marktgebieden.

De fijnmazige, hiërarchische winkelstructuur staat daardoor op de tocht. De economische crisis, opkomst van nieuwe media en technieken en de veranderde consument versnellen het proces. Denk hierbij aan:

- De opkomst van (mobiel) internet als oriëntatie- en verkoopkanaal. Het aandeel van internet in de totale non-food detailhandelsbestedingen bedraagt al meer dan 10% (Thuiswinkel.org, cijfer 2012).
- De opkomst van de beleveniseconomie.
- Verdergaande globalisering.
- Toename importantie van 'branding'.

Er tekent zich een driedeling van aankoopplaatsen af in het Nederlandse winkellandschap:

- Internet is niet meer weg te denken als zelfstandig aankoopkanaal. Alle experts zijn van mening dat het internetaandeel blijft groeien. Fysieke winkels, en ook winkelgebieden gaan naar een 'omni-channel'-bedrijfsvoering, waarbij offline en online naadloos zijn geïntegreerd. In de fysieke winkel(omgeving) blijft service,

persoonlijk contact, advies, beleving en vermaak van doorslaggevend belang om klanten te werven en vast te houden.

- Dagelijkse boodschappen in wijkvoorzienende centra, dicht bij huis.
- Recreatief winkelen in grotere binnensteden en regionale centra. In deze centra is de juiste combinatie van detailhandel, horeca, vermaak en beleving essentieel.

Het perspectief voor regionale centra

Er is sprake van een hoge mate van uniformiteit tussen winkelgebieden in Nederland. Ze verschillen hoofdzakelijk in omvang, niet zozeer in beleving. Hier ligt een uitdaging.

De historische centra van Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht zijn en blijven qua beleving, multifunctionaliteit en keuzemogelijkheden onbetwist de top in de metropolitane hiërarchie. Zij kunnen zich verder ontwikkelen tot de overtreffende trap van 'places to be'. Daaronder is er in onze ogen ruimte voor een select aantal regionale centra. Toekomstbestendige regionale winkelcentra appelleren aan eigentijdse behoeften van consumenten en toonaangevende retailers naar 'omni-channel' retailing, vernieuwing en keuzemogelijkheid in een prettige en veilige omgeving. Een omgeving waar ook efficiënt gewinkeld kan worden en een uitstekende bereikbaarheid en parkeergelegenheid een voorwaarde is.

De historische centra en regionale centra hebben beiden 'detailhandel' als drager, maar kennen wel een andere beleving en bezoekdoel. De centra zijn complementair aan elkaar. Deze situatie is in lijn met de internationale realiteit en draagt daardoor bij aan een internationaal woon- en leefklimaat. Internationale retailers zoeken, net als dat zij elders in Europa en de wereld doen, naar locaties in zowel de historische binnensteden als de regionale centra. Een dergelijk regionaal winkelcentrum moet dan wel in omvang en kwaliteit voldoen aan de internationale standaarden. In Nederland is dat nu niet het geval. Dat is een gemiste kans.

Leidsenhage bij uitstek geschikt als toekomstbestendig regionaal winkelcentrum

Het verdient aanbeveling om bij de keuze van die centra aansluiting te zoeken bij de wensen van de (internationale) retailers, bij de wensen van de consument en bij de potenties die in de winkelgebieden zelf besloten liggen (mede op grond van huidige omvang, functie, multimodale bereikbaarheid en fysieke uitbreidingsmogelijkheden). Winkelcentrum Leidsenhage voldoet bij uitstek aan die randvoorwaarden.

Met een integrale herontwikkeling en kwaliteitssprong draagt Leidsenhage in belangrijke mate bij aan de versterking van het vestigingsklimaat voor (internationale) retailers, als ook de internationale concurrentiepositie van de Metropoolregio Rotterdam - Den Haag (MRDH).

1.4 Positionering Leidsenhage

Leidsenhage functioneert (nog) goed...

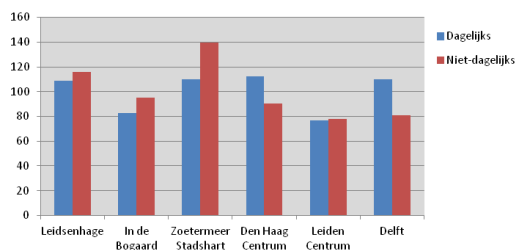
Om het huidige economisch functioneren en de kwaliteit van een winkelgebied te beoordelen zijn (de ontwikkeling van) vloerproductiviteit, leegstand,

omzettoevloeiing en het consumentenoordeel goede indicatoren. Op al deze punten scoort Leidsenhage beter dan soortgelijke centra.

In vergelijking met de sterke regionale koopcentra genereert de niet-dagelijkse sector in Leidsenhage een hoge vloerproductiviteit, die 16% boven het gemiddelde⁴ ligt. In de regio functioneert alleen het aanbod in Zoetermeer Stadshart nog beter (40% boven gemiddeld).

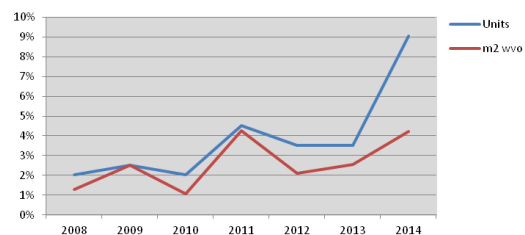
Leidsenhage kent leegstand. In januari 2014 staan 18 panden leeg, met een totale omvang van 2.616 m² wvo.⁵ Daarmee bedraagt de winkelleegstand (in m² wvo) 4%, een fractie boven het niveau van een (gezonde) frictieleegstand⁶, maar beduidend lager dan landelijk (7%)⁷. In de periode 2008 – 2014 loopt het aantal leegstaande winkelmeters per saldo langzaam op, al blijft het ruim onder het landelijke gemiddelde. Het aantal leegstaande panden is sinds januari 2013 fors gestegen, mede als gevolg van het vooruitzicht van een integrale herontwikkeling. Tegelijkertijd constateren we in het afgelopen jaar een daling van het aantal in gebruik zijnde winkels, van 142 naar 131. Het aantal in gebruik zijnde winkelmeters bleef nagenoeg gelijk, wat duidt op een verdere schaalvergroting van het winkelaanbod. Waar de gemiddelde winkel in 2008 299 m² wvo groot was, is dit anno 2014 gestegen tot 323 m² wvo.

Vloerproductiviteit 2011



Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011

Leegstand 2008-2014 (opname 1 januari)



Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, 2008-2014

Winkelcentrum Leidsenhage vervult sinds de opening een sterke regionale functie. Zoals gezegd komt maar liefst 57% van de omzet in de niet-dagelijkse sector van buiten de gemeente (Koopstromenonderzoek Randstad 2011). In het regionaal krachtenveld heeft alleen Rijswijk In de Bogaard een hoger toevloeiingspercentage.

Uit eerder onderzoek⁸ blijkt dat Leidsenhage op vrijwel alle aspecten min of meer gelijk scoort dan vergelijkbare aankooplocaties. Op parkeermogelijkheden, bereikbaarheid per auto en veiligheid blinkt Leidsenhage uit. Qua compleetheid, sfeer en uitstraling en daghoreca scoort Leidsenhage niet veel beter dan gemiddeld; op deze aspecten is verbetering mogelijk en wenselijk.

⁴ Het gemiddelde over Leidsenhage, In de Bogaard, Zoetermeer Stadshart, Den Haag Centrum, Leiden Centrum en Delft Centrum.

⁵ Bron: Locatus Verkooppunten Verkenner, januari 2014

⁶ De frictieleegstand is de leegstand die noodzakelijk is om de retailmarkt naar behoren te doen functioneren. De frictieleegstand wordt gevormd door verkooppunten die tijdelijk leegstaan als gevolg van verhuizing, verkoop of verbouwing. Over het algemeen wordt een frictieleegstand van 1,5% tot 2,0% als gezond beschouwd.

⁷ Bureau Stedelijke Planning (2013), Verdiepingsslag ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel Haaglanden, op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner

⁸ Onder meer Koopstromenonderzoek Randstad 2011

Figuur 3 Beoordeling kwaliteitsaspecten Leidsenhage (afgezet tegen vergelijkbare aankooplocaties: kernwinkelgebieden vanaf 40.000 m²)

	aankooplocatie	gemiddeld	
Compleetheid	8,3	8,1	+3%
Sfeer en uitstraling	7,9	7,6	+3%
Veiligheid	8,0	7,5	+7%
Parkeermogelijkheden	8,8	6,6	+32%
Daghoreca	7,8	7,7	+1%
Bereikbaarheid auto	8,6	6,8	+27%
Bereikbaarheid OV	8,1	7,9	+3%

Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011

...maar de positie van Leidsenhage staat onder druk

Van oudsher vervult Leidsenhage een belangrijke functie voor Leidschendam-Voorburg én de omliggende gemeenten, zowel voor de dagelijkse boodschappen als de niet-dagelijkse aankopen. De laatste jaren staat de positie onder druk. Volgens het KSO2011 is de omzet in de niet-dagelijkse in de periode 2004-2011 met een kwart gedaald van € 174 naar € 132 miljoen. In absolute termen is zowel de koopkrachtbinding als -toevloeiing ingezakt. Niet alleen de recessie en veranderende consumentenvoorkeuren, maar ook een periode van relatieve stilstand (de laatste renovatie van Leidsenhage dateert van 2000) zijn hier debet aan. Daarnaast hebben ook versterkingen van het winkelaanbod elders (zoals Rijswijk-In de Bogaard, de Haagse binnenstad en Zoetermeer-Stadshart) de positie van Leidsenhage verslechterd. De eerste haarscheuren van het winkelcentrum zijn inmiddels zichtbaar, met een dalende omzet en een (recent) stijgende leegstand. Dit is een indicatie dat het winkelcentrum in onvoldoende mate voldoet aan de wensen van zowel retailers als consumenten.

1.5 Eerste oordeelsvorming integrale herontwikkeling Leidsenhage

Noodzaak én kans voor nieuwe impuls Leidsenhage

- Eigenaren, ondernemers en de gemeente delen de urgentie om het winkelcentrum terug te brengen naar de (boven)regionale functie van weleer middels een uniek en internationaal onderscheidend planconcept, wat appelleert aan de moderne eisen van consument en retailer en past in het polycentrisch netwerk van metropoolregio's.
- Leidsenhage vervult al meer dan 40 jaar een toonaangevende positie in de regio. Het concept is echter ingehaald door de tijd. De binding en toevloeiing zijn ingezakt. Er zijn steeds meer opzeggingen van ondernemers. Leegkomende winkels blijken lastig(er) verhuurbaar.
- Een hernieuwde impuls is daarom dringend noodzakelijk, ook om te voorkomen dat Leidsenhage afglijdt naar een veredeld boodschappencentrum en daardoor een directe concurrent gaat worden voor de andere winkelcentra en -gebieden in Leidschendam-

Voorburg en de buurgemeenten. Dit is voor alle betrokkenen – ondernemers, (buur)gemeenten, eigenaren, en bezoekers – weinig aantrekkelijk.

- De kansen zijn evident:
 - In de Metropoolregio Rotterdam - Den Haag (MRDH) komen slechts enkele aansprekende centra in beeld om zich te positioneren tussen de grote binnensteden (dagje of weekendje uit) en de ondersteunende wijk- en stadsdeelcentra (efficiënt winkelen).
 - Binnen de MRDH heeft Leidsenhage goede papieren vanwege de gunstige uitgangspositie en potentie, de fysieke mogelijkheden, het draagvlak onder en de investeringsbereid van betrokkenen.
 - In de studie Ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel Zuid-Holland⁹ komt Haaglanden als enige regio naar voren met (positieve) ontwikkelingsmogelijkheden; een optelsom van een redelijk goed functionerend detailhandelsapparaat in combinatie met een groei van het draagvlak.
 - Leidsenhage is (nog) een van de best functionerende winkelgebieden in de regio, gemeten naar vloerproductiviteit, leegstand, koopstromen en consumentenoordeel.
 - Het is een multimodaal knooppunt. Naast goede bereikbaarheid met de auto is sprake van een ruim aanbod openbaar vervoervoorzieningen (tramlijnen 2, 6 en 19; buslijn 46) en fietsroutes.
 - De enige 'elk-weer-winkelvoorziening' in de regio.
 - De circa 60 eigenaren, verenigd in de Coöperatieve Vereniging van Eigenaren, willen de integrale herontwikkeling ter hand nemen; Alle eigenaren zullen fors investeren in een opwaardering van het bestaande winkelcentrum, denk aan een nieuwe passagevloer, volledige overkapping en afsluitbaar maken van het winkelcentrum en het realiseren van nieuwe winkelgevels, waardoor er voor de consument geen verschil te zien zal zijn tussen de bestaande en toe te voegen winkelruimte. Deze afspraken en werkzaamheden zijn vastgelegd in een Samenwerkingsovereenkomst.
 - Allerhande nieuwe media en technieken krijgen optimaal vorm in het nieuwe concept van Leidsenhage. Een dergelijk 'omni-channel'-aanpak beantwoordt aan de wensen van hedendaagse retailers en consumenten. Met een dergelijk integrale herontwikkeling van Leidsenhage ontstaat een toekomstbestendig regionaal winkelcentrum.

⁹ Bureau Stedelijke Planning, september 2012

2 Toets Gebiedsvisie Leidsenhage aan beleidsuitgangspunten

Het hoofdstuk begint met een algemene projectomschrijving (paragraaf 2.1), gevolgd door een beschrijving van de uniciteit van het boogde initiatief (paragraaf 2.2). Dit vormen tevens de uitgangspunten van de toetsen in hoofdstuk 3 en 4. In de volgende paragrafen zijn de uitgangspunten in de Gebiedsvisie herontwikkeling winkelcentrum Leidsenhage getoetst aan het vigerende beleid, zijnde de:

- Ontwerpvisie Ruimte en Mobiliteit van de provincie Zuid-Holland (paragraaf 2.3);
- Regionale detailhandelsvisie stadsgewest Haaglanden (paragraaf 2.4);
- Detailhandelsvisie Leidschendam-Voorburg 2013 (paragraaf 2.5).

2.1 Integrale herontwikkeling winkelcentrum Leidsenhage

De integrale herontwikkeling van winkelcentrum Leidsenhage behelst een complete herstructurering en renovatie van het totale winkelcentrum, bestaande uit:

- De creatie van een integraal winkelcircuit ('achtje'), waaraan vrijwel alle winkels en aanvullende voorzieningen zijn gelegen;
- Volledige overkapping en afsluiting (uitgezonderd de buitenranden), waardoor een beheersbaar en afsluitbaar aangenaam winkelklimaat ontstaat;
- Een nieuwe 'look & feel', zonder onderscheid tussen bestaand en nieuw;
- Integratie van het naastliggende Groot Zijdepark en de vijver met het winkelcentrum, waardoor een unieke constellatie ontstaat;
- Een sfeervol (openlucht) evenementenplein tegenover het Mercure-hotel en nabij de vijver, tevens te gebruiken door de weekmarkt;
- Nieuwe en aantrekkelijke gevels aan de randen, teneinde de uitstraling, beleving, zichtbaarheid en toegankelijkheid te verbeteren;
- Het uit de markt onttrekken van circa 29.500 m² bvo hoofdzakelijk leegstaande kantoorruimte. De initiatiefnemers zijn voornemens hiervoor in de plaats het in onderstaande tabel 4 weergegeven programma te realiseren.

Tabel 4 Vigerend en nieuw bestemmingsplan Leidsenhage in m² bvo

Functie / bestemming	Huidig		Toekomstig	
	Gebouwd	Best. plan	Te realiseren	Totaal programma
Detailhandel niet-dagelijks	58.558	104.205	23.125	81.683
Detailhandel dagelijks	11.171		1.875	13.046
Diensten, horeca t/m cat. 2, kantoorruimte, etc.	5.823			5.823
Horeca cat. 3 en 4			3.500	3.500
Subtotaal detailhandel en aanverwante functies	75.552	104.205	28.500	104.052
Kantoren	29.500	29.500	-29.500	0
Leisure Algemeen	0	0	1.500	1.500
Bioscoop	0	0	6.500	6.500
Totaal bestemming winkelcentrum	105.052	133.705	7.000	112.052
Horeca (Mercure Hotel + restaurants aan water)	8.069	8.069	0	8.069
Totaal inclusief hotel	113.121	141.774	7.000	120.121

Een belangrijk deel van het toe te voegen winkelmetrage is gelegen op verdieping, teneinde te kunnen voldoen aan de toenemende wens van retailers naar grotere winkelruimte (waarin voorzien kan worden middels winkels over meerdere lagen). De parkeercapaciteit wordt uitgebreid met ongeveer 1.000 parkeerplaatsen tot een totaal van circa 4.000 parkeerplaatsen.

Het vigerend bestemmingsplan Leidsenhage 1997 laat 104.205 m² bvo aan detailhandel en aanverwante functies binnen de huidige bestemmingsvlakken toe. Er is nu circa 75.550 m² bvo voor detailhandel en aanverwante functies (inclusief horeca en diensten) in gebruik. Daardoor resteert circa 29.000 m² bvo aan uitbreidingsruimte binnen de bouwvlakken in het vigerend bestemmingsplan.

Echter, een toekomstbestendig winkelcentrum vereist een andere structuur en opzet dan de huidige (lineaire) achterhaalde opzet van Leidsenhage. Ten behoeve van de integrale herontwikkeling van Leidsenhage is dan ook een nieuw bestemmingsplan nodig om een andere ordening van de bouwblokken te kunnen realiseren.

Leidsenhage verkeert in de gelukkige omstandigheid dat er voldoende fysieke ruimte (locaties huidige maaiveldparkeerterreinen en de te slopen kantoorruimte) aanwezig is om tot een andere ordening van de bouwvolumes en winkelstructuur te kunnen komen.

De gemeente Leidschendam-Voorburg zal een (gebruikelijke) wijzigingsbevoegdheid in het bestemmingsplan opnemen met betrekking tot het vergroten en verkleinen van de bouwvlakken, maatvoering en functies tot maximaal 5% van het in het bestemmingsplan toegestaan. In de berekeningen en de effectenanalyse is rekening gehouden met deze bestemmingsplanflexibiliteit. Bovenstaande getallen zijn exclusief de wijzigingsbevoegdheid.

Huidige situatie



Impressie toekomstige situatie



Bron: Unibail-Rodamco, Gebiedsvisie herontwikkeling winkelcentrum Leidsenhage

Specificatie detailhandel

Het huidige aanbod voorziet grotendeels in het lagere middensegment en omvat hoofdzakelijk lokale en nationale retailers. Dit aanbod acht men heden ten dage niet (meer) onderscheidend en het sluit onvoldoende aan op de behoefte van de moderne consument. De versterking van het winkelaanbod in Leidsenhage richt zich primair op het midden- en middenhoge segment in **mode & luxe**. De uitbreiding is bedoeld om een onderscheidend en verrassend (internationaal) winkelaanbod te kunnen accommoderen, in aantrekkelijke mix met horeca, en vermaak en beleving. Dit om de verblijfsduur te veraangename en te verlengen, en daarmee bestedingen te vergroten.

Tabel 5 Indicatief retailprogramma integrale herontwikkeling Leidsenhage

Sector	Invulling	m ² wvo
Dagelijks	Versterken bestaande aanbieders	1.500
	Totaal dagelijks	1.500
Mode & Luxe	Versterken bestaande aanbieders:	3.000
	Ruimte bieden aan opkomende modeformules (Bershka, Hugo Boss, Mango, New Yorker, Zara):	4.000-6.000
	Ruimte bieden aan nieuwe internationale trekkers (Uniqlo, Primark, Forever 21, Hollister, Cos, Superdry):	7.500-10.000
	Totaal Mode & Luxe	14.500-19.000
Overig	Grootschalige trekker sport	1.000-4.000
	Versterking sport(mode) (o.a. Adidas, LopersCompany, Sneakers), woonaccessoires (o.a. Zara Home, Riviera Maison, Lifestyle, Muji, Butlers), schaalvergroting bestaande aanbieders.	1.000-1.500
	Totaal Overig	2.000-5.500
Totaal m² wvo		18.000-26.000
Totaal m² bvo		22.500-32.500

Bron: Unibail-Rodamco

Opmerking: Het betreft een globale inschatting van het netrage en voorbeelden van winkelformules die passen bij de ambitie en het concept wat Unibail-Rodamco zal toepassen voor het nieuwe Leidsenhage. Het totale metrage in deze tabel is daarom ook groter dan het daadwerkelijk toe te voegen programma.

Specificatie horeca

Voor wat betreft het horecaprogramma voorziet het plan in de toevoeging van circa 3.500 m² bvo. In de Gebiedsvisie worden (café)restaurants, fastfood en drankverstrekkers tot potentiële versterkingsmogelijkheden gerekend. Unibail-Rodamco is voornemens haar concept '**dining experience**' te implementeren, om zo beter in te spelen op de verschillende eetmomenten gedurende de dag. Dit concept behelst een mix van (inter)nationale formules (bijvoorbeeld Vapiano en Starbucks) met lokale spelers, allen gevestigd binnen één locatie met een op elkaar afgestemd hoogwaardig interieurontwerp. Het 'dining experience'-concept is met succes ingevoerd in diverse Europese winkelcentra van Unibail-Rodamco.

Specificatie leisure

Het leisureprogramma bestaat uit een **bioscoop** van circa 6.500 m² bvo en circa 1.000 m² bvo aan **overige leisurefuncties**. Dit programma zal in combinatie met het versterken van de horecafunctie leiden tot combinatiebezoek en een veraangenaming van het verblijfsklimaat, ook in de avonden.

Ondersteuning door marketing, events en services

Leidsenhage zet in op een actief marketingbeleid door middel van het bieden van comfort, kwaliteit en dienstverlening in iedere fase van de relatie tussen bezoeker en winkelcentrum. Deze 'customer journey' is de weg die de klant aflegt vanaf de bank thuis tot het winkelen, ontmoeten en ontspannen in het winkelcentrum.

Belangrijk onderdeel hierin is het ‘4 Star’-programma van Unibail-Rodamco, hierbij staan service en gastvrijheid centraal. Voorbeelden hiervan zijn: een service desk, gratis toiletten, zitjes met Ipads, et cetera. Het ‘4 Star’-programma is geïmplementeerd in Amstelveen-Stadshart en diverse andere Europese winkelcentra. De digitale marketingstrategie zorgt ervoor dat on- en offline wordt gecombineerd en dat retailers dit kunnen gebruiken als extra verkoopkanaal. Daarnaast zijn er het hele jaar door activiteiten en evenementen van goed niveau om de bezoeker telkens weer te verrassen. Hiervoor sluit men partnerships met gerenommeerde leveranciers van events en vermaak. Het door consumenten hoog gewaardeerde aspect ‘beleving’ wordt zo op een nog hoger plan gebracht.

Synergie tussen detailhandel, horeca, en entertainment¹⁰

Ruwweg de helft van de bezoekers die primair naar een (groot) centrumgebied komen om te winkelen, combineren dat met horecabezoek. Vooral horeca met een dagfunctie zoals een lunchroom of koffiebar, heeft een positief effect. Ze maken het verblijf aangenamer en creëren daarnaast de mogelijkheid om rustmomenten in te bouwen. Hierdoor wordt de verblijfsduur verlengd en wordt er meer geld uitgegeven. Restaurants hebben voornamelijk een avondfunctie en werken niet zozeer versterkend als wel aanvullend op de winkelfunctie.

Ook treden er synergievoordelen op tussen entertainment en horeca. Circa een derde van de bezoekers met als bezoekmotief ‘entertainment’ bezoeken ook winkels of horeca. Omgekeerd maken bezoekers met een primair bezoekmotief ‘horeca’ of ‘detailhandel’ slechts sporadisch (< 10%) gebruik van entertainmentvoorzieningen.

Tabel 6 Combinatiebezoek per activiteit

Secundair bezoekmotief -> Primair bezoekmotief	Entertainment	Horeca	Detailhandel
Entertainment	Nvt	++	+
Horeca	+	Nvt	++
Detailhandel	+	+++	Nvt

Bron: Bureau Stedelijke Planning

2.2 Uniceit beoogde invulling vernieuwd Leidsenhage

Het beoogde nieuwe aanbod aan winkels, horeca en leisure bestaat uit een combinatie van toonaangevende internationale retailers en ‘local heroes’. Leidsenhage biedt onderdak aan bijzondere winkels, die bovendien volledig naar hun eigen moderne eisen en wensen worden gefaciliteerd. De moderne eisen betreffen niet alleen het winkelpand (oppervlakte, pui, hoogte, et cetera), maar ook de uitstraling, de huudersmix, services, ‘omni channel’-aanpak, parkeren en bereikbaarheid.

(Kandidaat)huurders in het vernieuwde Leidsenhage worden mede geselecteerd op het innovatieve of vernieuwende karakter. Dit kan zijn:

- Een voorloper in de branche, veelal ‘brand stores’ die qua concept hun tijd vooruit zijn.

¹⁰ Uit Het economisch belang van leisure en de rol van leisure in gebiedsontwikkeling (2009), Bureau Stedelijke Planning in opdracht van NVM Business.

- Flag ship stores, de grootste winkels en paradepaardjes van toonaangevende retailers
- Pilot stores, waarbij de winkel in Leidsenhage als proeftuin fungeert

Unibail-Rodamco ondersteunt winkeliers bij de (her)inrichting van hun winkel. Jaarlijks wordt een deel van het huurdersbestand vervangen door nieuwe formules om de dynamiek en vernieuwing te garanderen.

Voorlopers in de branche

Minder producten in de winkel maakt meer ruimte voor beleving. In de praktijk komt dit vooral tot uiting in brandstores. Vergelijk bijvoorbeeld een Apple Store met BCC. Beiden gericht op consumentenelektronica. Bij Apple staan beleving (de consument kan de producten niet alleen zien, maar ook uitgebreid testen) en service (net zoveel personeel als klanten) centraal, bij BCC is dat product (zeer veel keuze, maar je kunt niks testen) en voorraad (de winkel doet dienst als veredeld magazijn). Innovatieve elektronikawinkels beschikken over veel minder producten, wat meer ruimte mogelijk maakt voor beleving. De winkel is een etalage en een speeltuin tegelijk. Voor deze retailers maakt het geen verschil of het product uiteindelijk via internet of een andere winkel wordt gekocht.

Figuur 4 Traditionele BCC (linksboven) vs BCC met meer ruimte voor beleving en Apple Store



Bron: internet

In bijvoorbeeld speelgoedwinkels is een vergelijkbaar proces zichtbaar. De gemiddelde Nederlandse speelgoedwinkel is te typeren als een pakhuis met hoofdzakelijk gesloten dozen; de producten zelf zijn niet of zeer beperkt zichtbaar en er is geen sprake van *look and feel*. Ook in de speelgoedbranche ontstaat brandstores. Onderstaande foto's van Lego Brandstore tonen een innovatieve speelgoedwinkel waar juist weinig producten aanwezig zijn, maar waar voldoende ruimte is om de aanwezige producten te 'beleven'.

Flag ship stores

Toonaangevende retailers zoeken naar minder, maar beter locaties voor de vestiging van hun flag ship stores. Dit zijn de grootste, mooiste en compleetste winkels van een merk, waar de (merk)beleving voorop staat. In een tijd waarin steeds meer online gekocht wordt, vormt de flag ship store het fysieke visitekaartje van een bepaald merk. Kenmerkend voor dit type winkel is het grote oppervlakte, wat de mogelijkheid biedt in te spelen op de vijf zintuigen van de consument, iets wat online niet mogelijk

is. Naast binnensteden zijn retailers op zoek naar regionaal verzorgende winkelcentra van hoge kwaliteit. Het nieuwe Leidsenhage is hiervoor bij uitstek geschikt. De oppervlaktes die deze retailers vragen zijn echter momenteel niet aanwezig. Overigens geldt dit ook voor vaak historische binnensteden, waar veelal alleen door ingrijpende herontwikkeling grote winkels gerealiseerd kunnen worden.

Figuur 5 impressie flag ship stores



Bron: internet

Pilot stores

De 'flag ship stores' zijn de paradepaardjes van toonaangevende retailers. Unibail-Rodamco verwelkomt ook graag 'pilot stores'. De pilot stores fungeren als proeftuin. Succesvolle elementen worden uitgerold naar andere winkels.

Tot slot: co-tenancy

Uit ervaringen in het buitenland blijkt dat toonaangevende retailers zich nooit alleen vestigen in een regionaal verzorgend winkelcentrum. Zij zullen alleen komen wanneer ook andere toonaangevende retailers zich vestigen.

2.3 Visie Ruimte en Mobiliteit (VRM) provincie Zuid-Holland

Tot en met 18 februari 2014 lagen de ontwerpen van de Visie Ruimte en Mobiliteit (VRM), de Verordening ruimte 2014, het Programma Ruimte, en het Programma Mobiliteit van de provincie Zuid-Holland ter inzage. Deze instrumenten komen in de plaats van de huidige Provinciale Structuurvisie, de Verordening Ruimte en het provinciaal Verkeer- en vervoersplan. Provinciale Staten heeft de nieuwe Visie, Verordening en de Programma's op 9 juli 2014 vastgesteld.

De provincie heeft de taak om op (boven)regionaal niveau te sturen op de inrichting en de ruimtelijke kwaliteit van verschillende functies over de schaarse ruimte in Zuid-Holland. Hiermee werkt zij aan een aantrekkelijke leefomgeving en goede internationale concurrentiepositie. De Visie Ruimte en Mobiliteit biedt geen

vastomlijnd ruimtelijk eindbeeld, maar wel een perspectief voor de gewenste ontwikkeling van Zuid-Holland als geheel. Vier rode draden geven richting aan de gewenste ontwikkeling en het handelen van de provincie:

1. beter benutten en opwaarderen van **wat er is**,
2. vergroten van **de agglomeratiekracht**,
3. verbeteren van de **ruimtelijke kwaliteit**,
4. bevorderen van de transitie naar een **water- en energie-efficiënte** samenleving.

Bij de (her)programmering van en planologische borging van wonen, kantoren, bedrijventerreinen en detailhandel stuurt de provincie op:

- Het consequent toepassen van de **“ladder voor duurzame verstedelijking”** om de keuze voor en situering van nieuwe woon-, werk- en voorzieningenlocaties te verantwoorden.
- **Regionale visies** op te stellen door de samenwerkende gemeenten. Deze regionale visies zijn afgestemd op de behoefteramingen die door de provincie zijn vastgesteld. De regionale visies worden periodiek (voor wonen drie jaarlijks) geactualiseerd op basis van kwantitatieve en kwalitatieve veranderingen in de behoefteraming. Bij een verschil tussen het Programma Ruimte en de regionale visie, is het Programma Ruimte leidend.
- Sterke en complementaire centra en ontwikkelingslocaties bij **knooppunten** binnen de stedelijke agglomeratie. Nieuwe investeringen in gebiedsontwikkeling, mobiliteit en infrastructuur worden zo veel mogelijk geconcentreerd. Nieuwe bovenregionale voorzieningen (zoals bovenregionale ziekenhuizen, opleidingscentra en culturele voorzieningen) wil de provincie concentreren op locaties die verschillende voordelen combineren: de te bereiken schaalvoordelen, de bijdrage aan de vitaliteit van de gebieden en het benutten van de capaciteit op het mobiliteitsnetwerk.

Detailhandel

Voor kantoren en detailhandel voert de provincie een selectief locatiebeleid. Het selectieve locatiebeleid voor winkelcentra en grootschalige detailhandelsvestigingen is beschreven onder het algemene detailhandelsbeleid in paragraaf 2.2.1 ('Beter benutten en opwaarderen bebouwde ruimte'). Het provinciale detailhandelsbeleid is enerzijds op gericht om de hoofdstructuur zoveel als mogelijk te versterken en de beschikbaarheid en bereikbaarheid van detailhandelsvoorzieningen te garanderen. Anderzijds wordt de dynamiek in de detailhandel bevorderd vanwege het grote economische belang van deze sector.

De hoofdstructuur voor reguliere detailhandel is beschreven in het **Programma Ruimte**. Daarin is (paragraaf 2.3.4 Detailhandel bundelen binnen de provinciale hoofdstructuur detailhandel) onderscheid gemaakt in 'te ontwikkelen centra', 'te optimaliseren centra' en 'overige aankoopplaatsen'. **Winkelcentrum Leidsenhage behoort tot de groep 'te ontwikkelen centra'.**

Door de opkomst van internetwinkelen en demografische ontwikkelingen is er **minder behoefte aan fysieke winkels**. Voor alle winkelgebieden geldt daarom dat **kwalitatieve verbetering** leidend is ten opzichte van kwantitatieve versterking. Uitbreiding van het winkelareaal is hoofdzakelijk nog aan de orde binnen de 'te ontwikkelen centra'. In deze verordening is verder bepaald dat nieuwe detailhandel primair gevestigd wordt binnen of direct aansluitend aan de **bestaande winkelgebieden** en de centra van steden, dorpen en wijken.

Voor de categorie “**te ontwikkelen centra**” binnen de hoofdstructuur wordt gestreefd naar een opwaardering van de detailhandelsfunctie in termen van kwaliteit (winkelbestand en openbare ruimte), parkeren en bereikbaarheid en imago/beleving. Onder voorwaarde van het toepassen van de ‘**ladder voor duurzame verstedelijking**’, kan voor deze categorie sprake zijn van uitbreiding van het winkelareaal. Het gaat om de volgende locaties:

- Internationale centra: Den Haag centrum en Rotterdam centrum;
- Nieuwe centra: Zoetermeer Stadshart, Rijswijk in de Bogaard, Rotterdam Alexandrium I, Rotterdam Zuidplein en **Leidschendam Leidsenhage**;
- Historische binnensteden: Leiden, Delft, Dordrecht en Gouda.

2.4 Regionale structuurvisie detailhandel stadsgewest Haaglanden

Het stadsgewest Haaglanden heeft op 27 november 2013 haar Regionale Structuurvisie Detailhandel 2013-2020 vastgesteld. Deze visie sluit aan bij het beleid van de provincie Zuid-Holland. Het stadsgewest Haaglanden kent in tegenstellingen tot de andere regio's nog ontwikkelingsmogelijkheden. In Haaglanden hebben de volgende winkelcentra het predicaat te ontwikkelen centra meegekregen: de centra van Den Haag, Zoetermeer, Delft, Rijswijk In de Bogaard en **Leidschendam Leidsenhage**. In al deze centra speelt momenteel (of zeer recentelijk) versterking en uitbreiding van het winkelaanbod.

De binnenstad van Den Haag bekleedt het hoogste verzorgingsniveau in de detailhandelsstructuur van het Stadsgewest Haaglanden. Het stadsgewest kwalificeert de Haagse binnenstad als enige met bovenregionaal centrum. Nieuwe ontwikkelingen in de Haagse binnenstad worden welwillend tegemoet getreden, maar ook beoordeeld op kwalitatieve verbetering. Plannen worden dus wel getoetst. Het al ingezette beleid wordt hiermee gecontinueerd in het belang van de versterking van het verzorgingsniveau en de 'quality of life' in Den Haag als internationale stad van Vrede en Recht en voorziet daarnaast ook in de behoefte van de (regio)consument en de werkgelegenheid. Voor de regio is het van groot belang dat de kwaliteit van de centrumstad zich op een hoog en compleet niveau bevindt voor het aantrekken van bewoners, (internationale) bedrijven en bezoekers. Wanneer de bestaande planvoorraad in de binnenstad (circa 27.280 m² wvo conform bijlage 4 van de Regionale Structuurvisie Detailhandel Haaglanden, Plannen en initiatieven per gemeente) wordt gerealiseerd, wordt de concurrentiepositie van Den Haag-centrum aanzienlijk versterkt en zal de concurrentie met de regionaal verzorgende centra toenemen. De regionale hiërarchie mag niet worden verstoord door plannen in één van de hier onderscheiden winkelgebieden. Hiermee wordt bedoeld dat de ontwikkeling van Den Haag er niet toe moet leiden dat een regionaal verzorgend centrum verandert in een lokaal verzorgend centrum. Evenmin is het gewenst dat een **regionaal verzorgend centrum zich ontwikkelt tot een bovenregionaal verzorgend centrum**.

Binnen de categorie regionaal verzorgende centra vallen Delft-centrum, Rijswijk In de Bogaard, Stadshart Zoetermeer, **Leidschendam Leidsenhage** en Naaldwijk-centrum. Deze centra hebben een verzorgende functie voor delen van de stadsregio. Ligging en karakter zorgen voor accentverschillen in deze categorie. Zo is Delft-centrum een historische binnenstad met regionale en toeristische aantrekkingskracht. De overige

centra zijn geheel of gedeeltelijk planmatig ontwikkeld. De regionaal verzorgende centra beschikken over een aanbod dat gemengd is, maar minder breed en diep dan in de Haagse binnenstad. Om de hiërarchie in stand te houden, gezien de huidige economische omstandigheden en gezien het toekomstbeeld voor de detailhandel wordt voor de regionaal verzorgende centra een indicatieve richtlijn gehanteerd van **maximaal 20% groei ten opzichte van het huidige netto vloeroppervlak** (peildatum 1 januari 2013). In een passage op pagina 7 wordt echter expliciet een uitzondering gemaakt voor Leidsenhage: ***“Deze 20%-richtlijn is overigens niet van toepassing op de plannen voor het regionaal verzorgende centrum Leidsenhage, waar een substantiële investering mee is gemoeid, in de gemeente Leidschendam-Voorburg inmiddels voorlopige besluitvorming heeft plaatsgevonden, er sprake is van ongeveer 29.500 m² minder kantoren, die aan de markt worden onttrokken en bovendien wordt andere detailhandel in de gemeente ingekrompen.”***

Sowieso vereisen **alle plannen van meer dan 2.000 m² bvo in bestaande winkelgebieden** en meer dan 1.000 m² bvo in de periferie regionale instemming en worden deze plannen dus ook besproken.

Voor de toetsing van de plannen in regionale winkelcentra wordt een aantal aanbevelingen gedaan (zie punt 14, pagina 13):

- De plannen moeten bijdragen aan de versterking van het ruimtelijk functioneren van het betreffende centrumgebied.
- Uitbreidingen kunnen aan de orde zijn, mits initiatieven de positie van het centrum, gericht op de consumentendoelgroepen en de consumentenbehoeften in het verzorgingsgebied, versterken. Kwaliteitsimpulsen zijn daarbij bepalend.
- Het zwaartepunt ligt op winkelaanbod en daghoreca. Aanvullend daarop zijn er mogelijkheden voor leisure-, dienstverlenende- en culturele functies, mits passend bij de aard en functie van het winkelcentrum.
- Ontwikkeling van het winkelaanbod gericht op hoogwaardig kwaliteitsaanbod, vernieuwende concepten en specialistisch aanbod kunnen aan de orde zijn afhankelijk van de vraag (specifieke doelgroepen) in het verzorgingsgebied. Wel blijft het middensegment de belangrijkste pijler in het aanbod.
- Ontwikkelingen moeten zorgen voor een acceptabel verzorgingsniveau voor de inwoners van de gemeenten, waarvan het onderdeel uitmaakt.

In bijlage 4 van de Regionale Structuurvisie Detailhandel Haaglanden, Overzicht plannen en initiatieven per gemeente (pagina 14), is ten aanzien van Leidsenhage opgenomen dat uitbreiding van detailhandel nog onderdeel is van **studie**, waarbij de toekomstige consumentenbehoeften en gewenste ruimtelijke kwaliteit belangrijke graadmeters zijn.

2.5 Detailhandelsvisie Leidschendam-Voorburg

De gemeente Leidschendam-Voorburg streeft in de Detailhandelsvisie Leidschendam-Voorburg 2013 (door de gemeenteraad vastgesteld op 4 februari 2014) naar concentratie van de winkelvoorzieningen en richt zich daarbij op versterking van de vier kernwinkelcentra, waarbij versterking van de onderscheidende kwaliteiten van elk centrum voorop staat. Deze vier kernwinkelgebieden dragen substantieel bij (nu en in de toekomst) aan economie, leefbaarheid, imago en vestigingsklimaat van

Leidschendam-Voorburg. Ontwikkelingen binnen deze centra worden aangemoedigd en gefaciliteerd, indien ze passen binnen het profiel en de positionering van het betreffende centrum zoals beschreven in deze beleidsnota.

De vier kernwinkelgebieden binnen de hoofdwinkelstructuur zijn¹¹:

1. **Leidsenhage:** winkelparadijs in de regio
Hoofdwinkelcentrum met regionale functie
Winkelen, compleet, alles bij elkaar, winkelbeleving. Breed kwaliteitsaanbod met (internationale) retailers, en horeca, services en vermaak.
2. **De Julianabaan:** gemakkelijk en volledig winkelen
Dagelijks boodschappencentrum voor de stad
Koopcentrum, gemak & service, persoonlijk & ambachtelijk, functioneel, snel, compact.
3. **Oud-Voorburg:** luxueus en cultureel genieten
Dorpscentrum met dagelijks aanbod voor de omliggende buurten, regionale functie in het niet-dagelijkse aanbod.
Combinatie van winkels, horeca, cultuur en luxe. Hoogwaardig, sfeer, karakter, historie. Verborgten parel aan de Vliet. Flaneren in het weekeinde. Voor een extra impuls is inmiddels een centrummanager aangesteld.
4. **Leidschendam Centrum:** genieten aan de Vliet
Wijkwinkelcentrum met doelgericht wijkoverstijgend aanbod.
Genieten rond de sluis in de zomer, dagelijkse boodschappen rond Damplein, combinatie van diensten en speciaalzaken (wijkoverstijgend) en horeca.

2.6 Conclusies

De integrale herontwikkeling van Leidsenhage strookt met alle relevante provinciale, regionale en gemeentelijke beleidsuitgangspunten.

Provinciaal beleid

- Winkelcentrum Leidsenhage valt onder de zogenaamde “te ontwikkelen centra” binnen de provinciale hoofdstructuur. Onder voorwaarde van het toepassen van de ‘ladder voor duurzame verstedelijking’ kan voor deze categorie sprake zijn van uitbreiding van het winkelareaal.
- De integrale herontwikkeling van het winkelcentrum strookt aan de rode draden uit de Ontwerpvisie Ruimte en Mobiliteit van de provincie. Er wordt ‘beter benut en opgewaardeerd wat er is’. De agglomeratiekracht vergroot. En, de ruimtelijke kwaliteit verbeterd.
- Kansloze kantorenvoorraad wordt uit de markt genomen.

Regionaal beleid

Het regionaal beleid sluit aan bij het provinciaal beleid. De specifieke aanbevelingen ten aanzien van detailhandelsontwikkelingen in de regio zijn ter harte genomen:

- De plannen dragen bij aan de versterking van het ruimtelijk functioneren van het betreffende centrumgebied, zijnde Leidsenhage.

¹¹ Er worden geen winkelcentra, winkelstrips en winkels in woonbuurten toegevoegd. Bij de overige buurtwinkelcentra- en strips supermarktcentra, buurtwinkelcentra zonder supermarkt en verspreid liggende winkels wordt ingezet op verbreding van de functies om op dit manier leegstand te voorkomen. Detailhandel is hier nog wel mogelijk, maar ook diensten, kantoren en/of maatschappelijke functies zijn mogelijk, afgestemd op de behoefte vanuit de buurt. De bescherming van de detailhandelsfunctie voor de buurt wordt voor deze gebieden als het ware losgelaten.

- Het zwaartepunt van de integrale herontwikkeling van Leidsenhage ligt op winkelaanbod en daghoreca. Aanvullend daarop wordt leisure ontwikkeld, hoofdzakelijk bestaande uit een bioscoop. Een dergelijke voorziening past bij de aard en functie van het winkelcentrum.
- De ontwikkeling, c.q. uitbreiding van het winkelaanbod is gericht op vernieuwend kwaliteitsaanbod.

Gemeentelijk beleid

Het initiatief voor de integrale herontwikkeling van Leidsenhage sluit aan bij het streven van de gemeente Leidschendam-Voorburg naar concentratie van de winkelvoorzieningen en de bijbehorende focus op versterking van de vier kernwinkelcentra. Deze vier kernwinkelgebieden dragen substantieel bij (nu en in de toekomst) aan economie, leefbaarheid, imago en vestigingsklimaat van Leidschendam-Voorburg. Ontwikkelingen binnen deze centra worden aangemoedigd en gefaciliteerd, indien ze passen binnen het profiel en de positionering van het betreffende centrum.

3 Distributieve toets integrale herontwikkeling Leidsenhage

In dit hoofdstuk staan de kwalitatieve en kwantitatieve toets van de voorgestane integrale herontwikkeling van winkelcentrum Leidsenhage centraal. In paragraaf 3.1 zijn de distributieve mogelijkheden geschetst in de provincie Zuid-Holland en de regio Haaglanden, gebruik makend van de uitkomsten van eerdere studies van Bureau Stedelijke Planning. In paragraaf 3.2 volgt een distributieve berekening, ontleend aan de BRO-rapportage 'Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage, actualisatie 2014'. Daarnaast is een analyse van benchmarkcentra en gemeenten/plaatsen als ook referentieprojecten gemaakt (paragraaf 3.3). Ook staan we stil bij de kandidatenlijst (paragraaf 3.4). Afgesloten is met conclusies in paragraaf 3.5, daarbij de 'ladder voor duurzame verstedelijking' volgende.

Wijzigingsbevoegdheid: 5%-bestemmingsplanflexibiliteit

De gemeente Leidschendam-Voorburg zal een (gebruikelijke) wijzigingsbevoegdheid in het bestemmingsplan opnemen met betrekking tot het vergroten en verkleinen van de bouwvlakken, maatvoering en functies tot maximaal 5% van het in het bestemmingsplan toegestane. Indien die bestemmingsplanflexibiliteit wordt geëffectueerd, is een uitbreiding mogelijk met maximaal respectievelijk 2.022 m² wvo en 21.767 m² wvo. In bijlage 19 is nader ingegaan op deze flexibiliteit, ook in relatie tot de distributieve ruimte en leegstandeffecten. De berekeningen en effectenanalyses in hoofdstuk 3 en 4 hebben betrekking op het *beoogde* planconcept, met een uitbreiding van het winkelaanbod met 1.500 m² wvo in de dagelijkse sector en 18.500 m² wvo in de niet-dagelijkse sector.

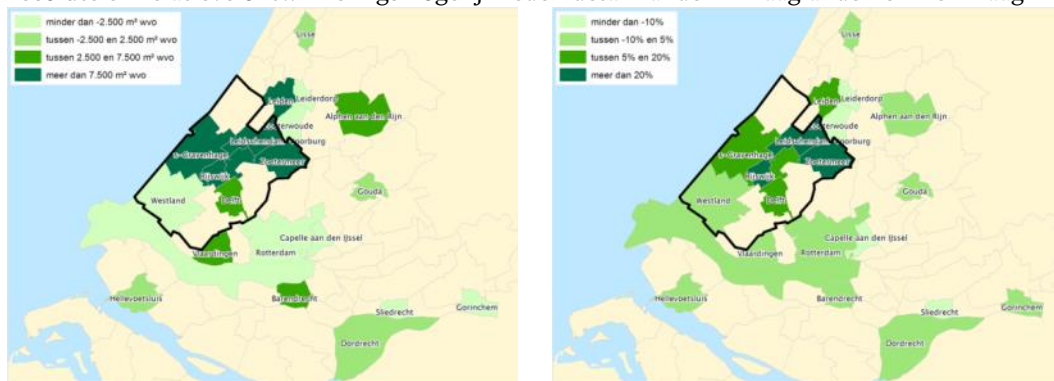
3.1 Distributieve mogelijkheden detailhandel provincie Zuid-Holland en regio Haaglanden

Marktruimtestudie provincie Zuid-Holland

In 2012 heeft Bureau Stedelijke Planning in opdracht van de provincie Zuid-Holland de ontwikkelingspotentie van de detailhandel in kaart gebracht voor de vijf REO's¹² en de 20 grootste gemeenten (die de meeste detailhandelsomzet in de niet-dagelijkse sector van buiten de gemeentegrenzen aantrekken). De belangrijkste conclusie: In de provincie Zuid-Holland is *per saldo* geen ruimte voor toevoeging van winkelmeters tot 2020 en daarna. Regionaal en lokaal zijn er echter sterke verschillen binnen de provincie. De regio Haaglanden en de gemeenten Den Haag, Delft, Rijswijk, Zoetermeer, **Leidschendam-Voorburg** en Westland presteren beduidend beter en kennen in tegenstelling tot de rest van de provincie nog wel ontwikkelingsmogelijkheden.

¹² REO is het Regionaal Economisch Overleg, een overlegstructuur waarin de regiogemeenten, de provincie Zuid-Holland, de Kamer van Koophandel deelnemen.

Absolute en relatieve ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel in Haaglanden en Den Haag



Bron: Provincie Zuid-Holland. Ontwikkelingsmogelijkheden Detailhandel (Bureau Stedelijke Planning, 2012)

Tabel 7 Ontwikkelingsmogelijkheden, huidig oppervlakte en leegstand detailhandel in m² wvo

	Huidig oppervlakte		Ontwikkelingsmogelijkheden	
	Winkels	Leegstand	2020	2030
Stadsregio Rotterdam	1.752.000	197.000	-68.000	-79.000
Haaglanden	1.349.000	168.000	274.000	342.000
Zuid-Holland Zuid	849.000	76.000	-156.000	-165.000
Holland Rijnland	807.000	76.000	-96.000	-99.000
Midden-Holland	325.000	37.000	-38.000	-32.000
Zuid-Holland totaal	5.082.000	554.000	-83.000	-33.000

Bron: Notitie detailhandel Zuid-Holland, actualisatie VRM 2013

Marktruimtestudie stadsgewest Haaglanden

Voortbordurend op het provinciale onderzoek werd begin 2013 een verdiepingsslag uitgevoerd voor stadsgewest Haaglanden. Hierin werden ook de belangrijkste aankoopplaatsen betrokken.

- In de regio Haaglanden kennen de sectoren Mode & Luxe en Volumineus een vloerproductiviteit die aanzienlijk hoger ligt dan het landelijke gemiddelde (meer dan 20% hoger). Ook de sector Dagelijks functioneert goed. Alleen de sector Vrije Tijd & Electro heeft het in nagenoeg het gehele stadsgewest zwaar, zoals dat overigens in heel Nederland het geval is. Per saldo is er in Haaglanden naar de toekomst toe (2020) dan ook sprake van substantiële ontwikkelingsmogelijkheden. Voor reguliere detailhandel (Dagelijks, Mode & Luxe, Vrije Tijd & Electro) gaat het om circa 90.000 m² wvo. De groei van het bevolkingsdraagvlak heeft in het stadsgewest een groter effect dan het verlies door de groei van het internetaandeel. Ter vergelijking: De andere REO's scoren op alle fronten lager tot fors lager dan gemiddeld.
- De (boven)regionale centra – waartoe ook Leidsenhage wordt gerekend – functioneren nagenoeg zonder uitzondering beter dan de centra die lager in de hiërarchie staan. Dit komt tot uitdrukking in alle drie de sectoren (Dagelijks, Mode & Luxe en Vrije Tijd & Electro). De ontwikkelingsmogelijkheden voor reguliere detailhandel concentreren zich vooral in de grootste aankoopplaatsen met een (boven)regionaal bereik, zoals Leidsenhage. Hier is ook het grootste deel van de planvoorraad gelegen.

3.2 Distributieve mogelijkheden Leidsenhage¹³

Medio mei 2014 heeft BRO een actualisatie van de ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage uitgevoerd. Dit betreft een herijking van de ontwikkelingsmogelijkheden zoals die in maart 2013 voor Leidsenhage zijn berekend, zowel voor de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. De gehanteerde methodiek is in beide studies hetzelfde. Er is in de berekeningen rekening gehouden met de (negatieve) effecten van internetwinkelen en vergrijzing.¹⁴

Dagelijkse detailhandel

In de dagelijkse sector zijn de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Een huidig inwoneraantal in de gemeente Leidschendam-Voorburg van 73.392. In de toekomst (2025) groeit het bevolkingsdraagvlak volgens recente prognoses van het Planbureau voor de Leefomgeving tot 82.400. Ook in de regio wordt een forse toename van de bevolking verwacht (zie paragraaf 1.1).
- In Leidschendam-Voorburg ligt de gemiddelde besteding per hoofd in de dagelijkse sector op € 2.416,-. Dit is gebaseerd op kengetallen van het (voormalige) Hoofdbedrijfschap Detailhandel over 2012.¹⁵ Verwacht wordt dat de bestedingen aan dagelijkse artikelen naar de toekomst toe redelijk stabiel blijven.
- De huidige koopkrachtbinding in de dagelijkse sector bedraagt 25% (op basis van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011). Bij versterking van Leidsenhage zal een deel van de consumenten worden teruggewonnen die de laatste jaren elders hun boodschappen zijn gaan doen (in 2004 was de binding nog 32%). Maar de versterking in de dagelijkse artikelensector zal beperkt zijn (primair optimaliseren bestaande aanbieders), waardoor een deel van de consumenten zich op de versterkte boodschappencentra rondom Leidsenhage zal blijven oriënteren (o.a. discountsupermarkten). Om deze reden is uitgegaan van een koopkrachtbinding van 28% in de toekomstige situatie.
- De koopkrachttoevloeiing, als aandeel van de omzet, bedraagt 38% in de dagelijkse sector (39% in 2004). Dit aandeel blijft naar verwachting gelijk, maar zal in absolute zin wel stijgen door de toegenomen aantrekkelijkheid van Leidsenhage.
- De indicatieve uitbreidingsruimte wordt geraamd aan de hand van een gemiddelde vloerproductiviteit omzet van € 8.000,- per m² wvo in de dagelijkse sector. Dit ligt fors hoger dan het landelijke gemiddelde (€ 7.090,-, op basis van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel), vanwege het (relatief) grote supermarktaanbod en de huidige, hoge omzet per m² wvo (circa € 9.025,-, op basis van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011).

¹³ Zie BRO (16 mei 2014), Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage, actualisatie 2014. Hoofdstuk 4

¹⁴ Zie bijlage 2 'Internetwinkelen en vergrijzing' van het bijlagenboek

¹⁵ In 2011 genereerde de gemiddelde Nederlander in de dagelijkse winkelsector een detailhandelsomzet van € 2.270,-. In 2012 nam dit bestedingsbedrag toe met 2% tot € 2.315,-. Omdat het inkomen in Leidschendam-Voorburg hoger ligt dan het landelijke gemiddelde dient bovendien een inkomenselasticiteit te worden toegepast van 0,25 resulterend in een gemiddeld bestedingsbedrag van € 2.416 per inwoner.

Tabel 8 Huidig en toekomstig functioneren dagelijkse artikelensector Leidsenhage

	Huidige situatie	Situatie 2025
Aantal inwoners	73.392	82.400
Bestedingen per hoofd	€ 2.416	€ 2.416
Bestedingspotentieel (in mln. €)	€ 177,3	€ 199,1
Koopkrachtbinding	25%	28%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	€ 44,3	€ 55,7
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	38%	38%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	€ 27,2	€ 34,2
Totale omzet (in mln. €)	€ 71,5	€ 89,9
Vloerproductiviteit (in € per m ² wvo)	€ 8.000,-	€ 8.000,-
Theoretisch haalbaar winkelaanbod (m ² wvo)	8.937	11.238
Gevestigd winkelaanbod (m ² wvo)	7.938	7.938
Theoretische uitbreidingsruimte m² wvo	1.000	3.300

Bron: BRO, Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage, actualisatie 2014

De verwachte bevolkingsgroei leidt tot een autonome toename van de indicatieve uitbreidingsruimte. Immers, een gelijkblijvend gemiddeld bestedingsbedrag per hoofd en een groter bevolkingsdraagvlak resulteren in een groter bestedingspotentieel. Bij een gelijkblijvende koopkrachtbinding en –toevloeiing betekent dit een grotere omzet in de dagelijkse winkelsector in Leidschendam-Voorburg. Volgens bovenstaande methodiek is de groeiende bevolking verantwoordelijk voor een indicatieve uitbreidingsruimte van 2.100 m² wvo in de dagelijkse sector in 2025.

Door een hogere kooporiëntatie zal de indicatieve uitbreidingsruimte in 2025 circa 3.300 m² wvo bedragen in de dagelijkse sector. Deze ruimte wordt vooral gerealiseerd door een sterkere koopkrachtbinding in de gemeente Leidschendam-Voorburg (€ 11,4 mln.). Dit zal leiden tot een beperkte verschuiving van koopstromen. Vanuit de regio wordt circa € 7 mln. extra omzet aangetrokken, vanwege de spin-off van een sterkere regiopositie in de niet-dagelijkse artikelensector en vanzelfsprekend de forse bevolkingsgroei die zich in de regio zal blijven voordoen.

Niet-dagelijkse detailhandel

Voor de berekening van het toekomstig economisch functioneren van de niet-dagelijkse artikelensector schetst BRO een scenario dat gebaseerd is op de integrale herontwikkelingsplannen en ambitie voor Leidsenhage. Hiermee wordt het winkelcentrum klaar gemaakt voor een duurzame toekomst door in te spelen op de trends en ontwikkelingen (integreren beleving en vermaak in het winkelcentrum, implementatie nieuwe media en technieken, sterkere vermenging met andere stedelijke functies, enzovoort). Dit betekent een algehele versterking van het winkelcentrum, zowel fysiek (opwaardering openbare ruimte) als functioneel (toevoeging commerciële voorzieningen). Deze extra meters worden gebruikt voor vernieuwde retail en leisure, met een grote regionale aantrekkingskracht. Naast dit scenario voor 2025 is door BRO tevens een distributieve berekening voor de huidige situatie opgesteld.

Gezamenlijke uitgangspunten huidige situatie en situatie 2025

Voor de berekeningen zijn door BRO de volgende uitgangspunten gehanteerd:

- Een huidig inwoneraantal in de gemeente Leidschendam-Voorburg van 73.392. In de toekomst (2025) groeit het bevolkingsdraagvlak volgens recente prognoses van het Planbureau voor de Leefomgeving tot 82.400. Ook in de regio wordt een forse toename van de bevolking verwacht (zie paragraaf 1.1).
- In Leidschendam-Voorburg ligt de huidige gemiddelde besteding per hoofd in de niet-dagelijkse sector op € 2.650,-. Dit is gebaseerd op kengetallen van het (voormalige) Hoofdbedrijfschap Detailhandel over 2012.¹⁶ Voor de situatie 2025 is ervan uitgegaan dat de online detailhandelsbestedingen (verder) gaan stijgen. In de distributieve berekening is hier rekening mee gehouden door in de niet-dagelijkse sector uit te gaan van een lager gemiddeld bestedingsbedrag (-5%).¹⁷ Het bestedingsbedrag in de niet-dagelijkse sector bedraagt dan € 2.520,-.
- In de niet-dagelijkse artikelensector bedraagt de huidige koopkrachtbinding 33% (op basis van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011).

Verschillen tussen huidige situatie en situatie 2025

In een aantal opzichten verschillen de uitgangspunten van de huidige situatie en de situatie in 2025:

- **Koopkrachtbinding.** In de huidige situatie wordt uitgegaan van een gemeten koopkrachtbinding van 33%. Voor 2025 is ervan uitgegaan dat vanwege een versterking van het aanbod middels o.a. het optimaliseren/versterken van bestaande aanbieders, opkomende modeformules die regionaal vernieuwend zijn, speciaalzaken, schaalvergroting van bestaande aanbieders en grootschalige trekkers in mode en sport, de koopkrachtbinding weer het niveau van 2004 (45%) kan bereiken.
- **Koopkrachttoevloeiing.** In de huidige situatie wordt uitgegaan van een gemeten koopkrachttoevloeiing van 57%. Voor 2025 is ervan uitgegaan dat de regionale aantrekkingskracht niet alleen het niveau van 2004 zal bereiken, maar tevens verder versterkt gaat worden vanwege het toevoegen van regionaal, vernieuwend aanbod. De koopkrachttoevloeiing neemt hierdoor toe tot circa 58% (huidig 57%). In absolute zin ligt de omzet van buiten de gemeente hiermee hoger dan in de huidige situatie.
- **Vloerproductiviteit.** In de huidige situatie meet BRO een *gerealiseerde* vloerproductiviteit van € 4.350,- in de niet-dagelijkse sector. Dit ligt fors hoger dan het landelijk gemiddelde (€ 1.970,-), maar is niet abnormaal voor dit type winkelcentra. BRO hanteert deze vloerproductiviteit als ijkpunt, waardoor in de huidige situatie geen sprake is van uitbreidingsruimte. Voor de situatie in 2025 is uitgegaan van een lagere vloerproductiviteit, te weten € 4.025,- per m² wvo (-/5 à -/10%). Reden hiervoor is dat vanwege schaalvergroting en multichannelbestedingen de gemiddelde vloerproductiviteit van winkels afneemt. Deels zal deze schaalvergroting zich bij bestaande retailers voordoen en vooral ingezet worden om meer ruimte te kunnen bieden voor consumentenbeleving, waardoor meer meters niet automatisch leidt tot meer omzet. Ook zet de trend van retailers om grotere vestigingen te openen zich door, eveneens om de (merk)identiteit optimaal uit te kunnen dragen. Teneinde te

¹⁶ In 2011 genereerde de gemiddelde Nederlander in de dagelijkse winkelsector een detailhandelsomzet van € 2.540,-. In 2012 nam dit bestedingsbedrag af met 4% tot € 2.440,-. Omdat het inkomen in Leidschendam-Voorburg hoger ligt dan het landelijke gemiddelde dient bovendien een inkomenselasticiteit te worden toegepast van 0,5 resulterend in een gemiddeld bestedingsbedrag van € 2.540 per inwoner.

¹⁷ Omdat in de HBD cijfers reeds de internetbestedingen via multichanneling worden meegenomen, gaat het slechts om een toename van de bestedingen via winkels die alleen een online verkoopkanaal hebben (pure players). Aangezien verwacht wordt dat vooral de internetbestedingen via multichanneling zullen gaan toenemen, wordt uitgegaan van een daling van de bestedingscijfers van 5% ten gevolge van internetbestedingen aan pure players.

kunnen voldoen aan de toenemende vraag van retailers naar grotere winkelruimten zal een belangrijk deel van het winkelmetrage in Leidsenhage op verdieping worden gerealiseerd (ten behoeve van winkels met meerdere winkelvloeren). Winkelmeters op verdieping kennen een fors lagere vloerproductiviteit dan winkelmeters op de begane grond. Wanneer Leidsenhage regionaal een sterkere uitstraling krijgt, wordt het winkelcentrum tevens door een bepaald deel van de retailers meer gezien als showroom. Bovendien vindt de verkoop bij deze retailers naar verwachting een substantieel deel online plaats. Deze retailers hebben een ander verdienmodel, waardoor een lagere vloerproductiviteit (minder omzet per m² wvo) voor hen acceptabel is.

Tabel 9 Benadering toekomstig functioneren niet-dagelijkse artikelensector Leidsenhage

	Huidige Situatie	Situatie 2025
Aantal inwoners	73.392	82.400
Bestedingen per hoofd	€ 2.650	€ 2.520
Bestedingspotentieel (in mln. €)	€ 194,5	€ 207,6
Koopkrachtbinding	33%	45%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	€ 64,2	93,4
Toevloeiing (als aandeel van de omzet)	57%	58%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	€ 85,1	129,0
Totale omzet (in mln. €)	€ 149,3	222,5
Vloerproductiviteit (€ per m ² wvo)	€ 4.350	€ 4.025
Theoretisch haalbaar winkelaanbod (m ² wvo)	34.310	55.275
Gevestigd winkelaanbod (m ² wvo)	34.310	34.310
Theoretische uitbreidingsruimte m² wvo	-	20.970

Bron: BRO, Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage, actualisatie 2014

De uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse artikelen voor Leidsenhage bedraagt circa 21.000 m² wvo. Dit komt neer op circa 26.000 tot circa 28.000 m² bvo¹⁸ (detailhandel, exclusief overige voorzieningen). De verwachte bevolkingsgroei zorgt voor een toename van de uitbreidingsruimte met 40%; bij een gelijkblijvend aantal inwoners in de gemeente Leidschendam-Voorburg ligt de uitbreidingsruimte in 2025 op circa 15.000 m² wvo¹⁹ in de niet-dagelijkse sector.

In de niet-dagelijkse artikelensector wordt deze uitbreidingsruimte voor ruim twee derde gerealiseerd vanuit het secundaire en tertiaire verzorgingsgebied en daarbuiten (€ 44 miljoen). Het gaat dan vooral om consumenten uit Den Haag, Voorschoten, Wassenaar, Katwijk en Leiden, maar ook uit Zoetermeer, Pijnacker-Nootdorp en Rijswijk (zie Koopstromenonderzoek Randstad 2011). Vanuit de eigen gemeente nemen de bestedingen in Leidsenhage toe met € 29 miljoen. Dit zijn bestedingen die nu vooral afvloeien richting Den Haag. Zowel de toename van de gebonden bestedingen als die van de omzet door toevloeiing worden deels veroorzaakt door de voorziene bevolkingsgroei.

¹⁸ Uitgaande van een wvo/bvo-verhouding van 0,75 tot 0,8.

¹⁹ Uitgaande van een gelijkblijvend aantal inwoners tot 2025 resulteert de distributieve berekening, gebruikmakend van de in tabel 9, situatie 2025 gehanteerde uitgangspunten, in een uitbreidingsruimte van circa 14.900 m² wvo.

Detailhandel dagelijks en niet-dagelijks

Met beide distributieve berekeningen (dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel) onderbouwt BRO een indicatieve uitbreidingsruimte van ruim 24.000 m² wvo aan detailhandel, of **circa 30.000 tot circa 32.000 m² bvo**.²⁰ Bureau Stedelijke Planning onderschrijft de door BRO gehanteerde methodiek en kengetallen.

De hiervoor aangegeven distributieve ruimte is het resultaat van berekeningen die gebaseerd zijn op meerdere aannames. Het gaat immers om toekomstige ontwikkelingen en op voorhand kunnen die nooit exact voorspeld worden. De woningbouw kan bijvoorbeeld vertraging oplopen, de gemiddelde woningbezetting kan hoger of lager uitvallen, de bestedingen kunnen sterk gaan stijgen of juist gaan dalen en koopstromen kunnen toch iets anders lopen dan verwacht. De uitkomsten van de berekening mogen daarom nooit als normatief gezien worden, maar als indicatief.

3.3 Benchmark en referentieprojecten²¹

Naast de distributieve berekeningen in de twee voorgaande paragrafen is een analyse gemaakt van benchmarkcentra, benchmarkplaatsen/gemeenten en referentieprojecten.

Benchmark detailhandel

Winkelcentrum Leidsenhage behoort tot de grootste planmatige centra van Nederland. Dit zijn zowel centrumgebieden in de stedelijke agglomeraties als stadsdeelcentra in de grootste steden. Een vergelijking naar type winkelgebied is dan ook lastig, gezien het verschil in typering en omvang. Om deze reden is een benchmark uitgevoerd met de grootste planmatig ontwikkelde winkelgebieden van Nederland met een vergelijkbare verzorgingsfunctie: Stadshart Amstelveen, centrum Rijswijk (In de Bogaard), centrum Almere, centrum Hoofddorp, centrum Zoetermeer, Rotterdam Alexandrium I&II en Rotterdam Zuidplein. Het kleinste benchmarkcentrum (Zoetermeer) heeft een omvang van 40.000 m² wvo, de grootste (Almere) een omvang van ruim 80.000 m² wvo.

Wanneer we Leidsenhage met deze winkelgebieden vergelijken valt een aantal zaken op:

- De koopkrachtbinding van Leidsenhage ligt met name in de niet-dagelijkse sector laag ten opzichte van de referentiecentra. In de niet-dagelijkse sector bedroeg de binding in Leidsenhage in 2011 33%. Enkel in Hoofddorp en Amstelveen lag deze lager (31%). In Rijswijk, Almere en Zoetermeer bedroeg deze respectievelijk 38%, 46% en 54%.
- Het huidige aantal winkels en de omvang hiervan in Leidsenhage is kleiner dan het gemiddelde van de benchmark. Ook de gemiddelde omvang van de winkels in de niet-dagelijkse sector is kleiner, te verklaren door de verschillende kleine paviljoens.
- De dagelijkse artikelensector ligt in omvang op niveau. In de meeste benchmarkcentra zijn twee supermarkten aanwezig, waaronder vrijwel altijd een Albert Heijn (XL). In een aantal gevallen is nog een derde supermarkt aanwezig, veelal een buitenlandse of biologische supermarkt.

²⁰ Uitgaande van een wvo/bvo-verhouding van 0,75 tot 0,8.

²¹ Zie BRO (25 april 2014), Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage, actualisatie 2014. Hoofdstuk 5

- De sector Kleding & Mode is veel sterker vertegenwoordigd in de andere winkelgebieden. In vrijwel alle winkelgebieden is een V&D aanwezig, in het Stadshart Amstelveen ook een middelgrote Bijenkorf. Diverse modeformules zijn wel in de referentiesteden aanwezig, maar niet in Leidsenhage: o.a. New Yorker, Zara, H&M Men, Primark en Mango.
- Ook het winkelaanbod in de branchegroepen Vrije Tijd en In/om het Huis blijven achter bij de benchmark. Opvallend zijn de verschillen in de branches Sport & Spel en Bruin- & Witgoed, met name te verklaren door de aanwezigheid van enkel grootschalige formules als Mediamarkt en Perry Sport in sommige van de benchmarkcentra.
- De grootste Nederlandse planmatige winkelcentra worden gedomineerd door filiaalbedrijf, zo ook in Leidsenhage (filialisering 90%, gelijk aan benchmark). De in Leidsenhage aanwezige formules zijn ook veelvuldig te vinden in de benchmarkcentra. Een aantal formules beschikt over een relatief beperkt winkelvloeroppervlak. Dit zijn onder andere Blokker, H&M, Scapino, Jeans Centre, Douglas, Aktiesport, Intertoys en Prenatal. Bij veel van deze retailers bestaat de wens tot uitbreiding van hun winkel welke ook veelal meegenomen is in de integrale herontwikkelingsplannen voor Leidsenhage.

Benchmark horeca

In planmatige opgezette winkelcentra in Nederland is het horeca-, leisure- en dienstenaanbod in aantal en omvang geringer dan in historische binnensteden. Toch liggen hier wel kansen voor Leidsenhage, zoals blijkt uit een vergelijking met enkele benchmarkcentra²², soortgelijke gemeenten²³ en buitenlandse referenties.

Leidsenhage heeft een relatief zeer bescheiden horeca-aanbod: 13 tegenover gemiddeld 37 in de benchmarkcentra. Vooral het aantal restaurants en cafés blijft achter. Hierdoor is de avondfunctie van het winkelgebied beperkt.

Leidsenhage heeft zeker in de nieuwe constellatie, met een uitbreiding van het winkelareaal en ontsluiting van het water en park, kansen om horecagelegenheden toe te voegen. Het concept 'dining experience' voorziet in deze behoefte. In buitenlandse referentiecentra maakt horeca onlosmakelijk onderdeel van het winkelcentrum uit. Op strategische plekken in het winkelcentrum (rustpunt) en in een geïntegreerd concept als een 'food court' is horeca gehuisvest. Winkelen en uitgaan, gaan meer dan bij ons hand in hand.

Een vergelijking van het horeca-aanbod in Leidschendam-Voorburg met gemeenten van vergelijkbare omvang en functie levert een iets genuanceerder beeld op. Het caféaanbod in Leidschendam-Voorburg is relatief beperkt, met 1,7 cafés per 10.000 inwoners, versus 3,1 in de benchmarkgemeenten. Voor restaurants en café-restaurants geldt het tegenovergestelde, met respectievelijk 1,9 versus 1,4 en 5,9 versus 4,0 per 10.000 inwoners). De verklaring kan gevonden worden in het feit dat de gemeente Leidschendam-Voorburg beschikt over 2 oude dorpskernen met een horecaconcentratie; rondom het Sluisgebied in Leidschendam en in het historische centrum van Voorburg.

²² BRO (2014), Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage, actualisatie 2014

²³ Benchmarkplaatsen/gemeenten zijn: Amstelveen, Purmerend, Schiedam, Zaandam, Hoofddorp, Vlaardingen en Spijkenisse.

Benchmark leisure (bioscoop)

Winkelcentrum Leidsenhage kent geen leisurevoorzieningen van importantie. Ook in de meeste andere planmatig opgezette centra is het vrijetijdsaanbod beperkt. Maar het Stadshart Amstelveen leert ook dat een stadsdeelcentrum zich met cultuur op de kaart kan zetten. Hier is bijvoorbeeld een samenwerking te zien tussen theater en schouwburg. Daarnaast is er een bibliotheek gevestigd.

Bioscoopbezoek in de lift

De bioscoop mag zich verheugen in een toenemende belangstelling. Sinds 1995 nemen bezoekersaantallen toe, gedreven door investeringen de ontwikkeling van nieuwe bioscopen en concepten. Door deze investeringen kan ook de Nederlandse film zich blijven ontwikkelen. Het percentage bezoekers aan de Nederlandse film kan zich langzamerhand meten met andere landen van Europa als het gaat om films van eigen bodem. In 2013 brachten 30,8 miljoen mensen een bezoek aan Nederlandse bioscopen.

Regionaal krachtenveld

Den Haag (inclusief Scheveningen) beschikt over een aanzienlijk bioscoopaanbod. Pathé theaters aan de Spuimarkt en Scheveningen behoren tot de zogenaamde multiplexen, bioscopen van acht tot zestien zalen.²⁴ In Delft en Leiden zijn er diverse bioscopen en filmhuizen, geënt op de doelgroep alhier (studenten en hoog opgeleide stedelingen). In Zoetermeer huisvest Utopolis, net als de Pathé theaters in Den Haag een multiplex.

Tabel 10 Regionaal krachtenveld

Plaats	# Bioscopen	# Doeken	# Stoelen	Bezoek (x 1.000)	Stoelen per 1.000 inw.
Den Haag*	4	29	6.142	2.210	12,1
Delft	2	9	1.514	577	15,0
Leiden	3	10	1.594	318	13,2
Zoetermeer	1	8	1.248	298	10,1
30 grootste gemeenten			80.540		13,5
Nederland totaal					8,1

Bron: Nederlandse Vereniging van Bioscoopexploitanten, Jaarverslag 2013

*Inclusief Scheveningen

Bioscoopaanbod in gemeente en regio blijft achter

In vergelijking met de (qua inwoneraantal) 30 grootste gemeenten blijkt dat in de regio rondom Leidschendam-Voorburg alleen Delft een bovengemiddeld aantal bioscoopstoelen per 1.000 inwoners telt. De andere studentenstad, Leiden, ligt een fractie onder het gemiddelde. In Den Haag en Zoetermeer is het verschil met de top-30 gemeenten groter.

Indien we het bioscoopaanbod in Den Haag, Delft, Leiden en Zoetermeer projecteren op de regio rondom Leidschendam-Voorburg²⁵, dan resulteert dit in een aanbod van 9,2 bioscoopstoelen per 1.000 inwoners. Dat ligt weliswaar een fractie hoger dan het

²⁴ Deze multiplexen hebben in Nederland een marktaandeel van 39,9% (in bezoekersaantal). Bioscopen met meer dan zestien zalen worden 'megaplex' genoemd. Deze komen in Nederland niet voor.

²⁵ Bestaande uit de gemeenten Leidschendam-Voorburg, Den Haag, Rijswijk, Pijnacker-Nootdorp, Delft, Zoetermeer, Wassenaar, Voorschoten, Leiden en Katwijk.

landelijke gemiddelde van 8,1, maar is aanzienlijk lager dan de grootstedelijke gebieden in Nederland (de top-30 gemeenten).

Wat opvalt is dat alle zeven benchmarkgemeenten beschikken over minimaal een bioscoop en Leidschendam-Voorburg niet. Uit eerder onderzoek is gebleken dat van de 50 grootste gemeenten in Nederland alleen Leidschendam-Voorburg niet over een bioscoop beschikt.²⁶

In het buitenland is bioscoop beproefd recept

In Nederland is het niet gebruikelijk dat regionale winkelcentra een bioscoop hebben. In het buitenland is het eerder regel dan uitzondering. De bioscoop en een 'dining experience' zijn hier beproefde recepten.

Conclusies behoefte

Er zijn goede mogelijkheden voor de toevoeging van een multiplex (circa 8 doeken). Een omvang van 6.500 m² is daarvoor toereikend. Het aanbod in gemeente en regio blijft nu achter bij andere stedelijke regio's. In de gemeente Leidschendam-Voorburg (en diverse buurgemeenten) ontbreekt opmerkelijk genoeg een bioscoop. Alternatieven liggen op afstand. Winkelcentrum Leidsenhage lijkt de aangewezen locatie. Op vergelijkbare centra in het buitenland is in de regel een bioscoop (als ook meer horeca en leisure) gevestigd.

Ook musea, kunstgaleries, partycentra, bowlingcentra, sauna's en fitnesscentra zijn in de benchmarkgemeenten veel sterker vertegenwoordigd ten opzichte van Leidschendam-Voorburg. Hier liggen kansen voor de gemeente Leidschendam-Voorburg in het algemeen en Leidsenhage in het bijzonder.

Analyse Nederlandse referentieprojecten²⁷

Ook in enkele andere grote planmatige winkelcentra hebben recentelijk omvangrijke uitbreidingen plaatsgevonden. In onderstaande alinea's is beschreven welke effecten dit met zich meebracht voor de desbetreffende winkelcentra.

Woensel XL Eindhoven

Winkelcentrum Woensel is in 2006/2007 uitgebreid met circa 13.500 m² bvo aan commerciële voorzieningen. Winkelcentrum Woensel is gelegen in stadsdeel Woensel-Noord. Dit stadsdeel kent anno 2014 een uitermate dichte voorzieningenstructuur op het vlak van dagelijkse boodschappen. Vrijwel iedere buurt beschikt over een eigen concentratie. Winkelcentrum Woensel functioneert als een overkoepelend cluster en wordt gecomplementeerd met wijkcentra en buurtsteunpunten. Door de omvang en aard van het aanbod trekt het winkelcentrum ook veel consumenten uit andere stadsdelen. Winkelcentrum Woensel bestaat als een 'stadsdeelcentrum' naast het centrum van Eindhoven.

Zowel het winkelaanbod in Woensel-Noord als in het centrum is na de uitbreiding van Winkelcentrum Woensel versterkt. In Woensel-Noord was in 2006 circa 47.215 m² wvo gevestigd²⁸, in het centrum van Eindhoven circa 104.000 m² wvo. Anno 2014 is in Woensel-Noord circa 61.400 m² wvo gevestigd²⁹ en in het centrum van

²⁶ Atlas voor gemeenten 2011. In latere versies is geen overzicht meer van het bioscoopaanbod opgenomen.

²⁷ Zie BRO (25 april 2014), Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage, actualisatie 2014. Hoofdstuk 6

²⁸ Waarvan circa 19.500 m² wvo in Winkelcentrum Woensel

²⁹ Waarvan circa 30.660 m² wvo in Winkelcentrum Woensel

Eindhoven circa 113.000 m² wvo. Het centrum is onder andere uitgebreid met het project 'Rond de Admirant' en grootschalige winkels aan het 18 Septemberplein (o.a. Primark). Er kan geconcludeerd worden dat de uitbreiding Winkelcentrum Woensel niet geleid heeft tot verstoringen van de structuur; zowel het aanbod op wijk- en buurtniveau als in het centrum van Eindhoven is en wordt immers verder versterkt.

Hoofddorp Centrum

Het bestaande centrale winkelgebied van Hoofddorp is in 2011 vernieuwd en uitgebreid. Als onderdeel van de vernieuwing en uitbreiding heeft Markthof plaats gemaakt voor een nieuw modern winkel-, woon- en parkeercomplex met kantoorruimte. Het vernieuwde winkelcentrum Markthof omvat circa 13.500 m² bvo aan winkelruimte. Het centrum van Hoofddorp is (doorgaans met enige jaren vertraging) meegegroeid met de woningbouwontwikkelingen.

Het centrum van Hoofddorp omvatte in 2010 circa 54.650 m² wvo, nu is dat circa 63.270 m² wvo. In dezelfde periode is het detailhandelsaanbod in de totale kern Hoofddorp toegenomen van circa 98.360 naar circa 112.420 m² wvo (met o.a. Primark). Dit betekent dat buiten de centrumversterking, ook het aanbod op wijk- en buurtniveau is versterkt (met ruim 5.000 m² wvo). Volgens een recent detailhandelsonderzoek zijn woningaantal en detailhandelsvoorzieningen in Hoofddorp nu redelijk in evenwicht.³⁰ Er mag geconcludeerd worden dat de vernieuwing en uitbreiding van het centrum van Hoofddorp, mede door de draagvlakontwikkeling, geen structuurverstoringen heeft gehad.

Stadshart Zoetermeer

Het Stadshart van Zoetermeer is in fasen tot stand gekomen. De bouw van het stadscentrum heeft eigenlijk nooit stilgestaan. In 2005 is Spazio gerealiseerd: een uitbreiding aan de westkant van het Stadshart met winkels, appartementen en kantoren. Spazio omvat circa 15.000 m² wvo aan winkelruimte.

Zoetermeer heeft een geheel geplande detailhandelsstructuur en is daarmee bijzonder. Zo maken de wijkwinkelcentra zonder uitzondering deel uit van het centrumgebied van een wijk, waar tevens veel meer functies aanwezig zijn. Het Stadshart heeft daarmee een overkoepelende functie. De uitbreiding van het Stadshart heeft dan ook beperkte invloed op de wijkwinkelcentra gehad. De oplevering van Spazio is overigens afgestemd op de draagvlakontwikkeling. Anno 2014 zet Zoetermeer bovendien in op verbetering van de wijkwinkelcentra, waardoor de detailhandelsstructuur verder versterkt zal worden.

3.4 Kandidatenlijst

Bij het aantonen van de regionale behoefte is het ook relevant of er wel interesse is van de retailers, immers de afnemers van het product. Unibail-Rodamco richt zich in eerste instantie op nieuwe (internationale) innovatieve retailconcepten die grote(re) volumes afnemen. Zij zijn de kurk waarop de herontwikkeling drijft. Op de ICSC³¹ Beurs in Londen in maart 2014 zijn de plannen voor de herontwikkeling van Leidsenhage gelanceerd. De interesse is overweldigend. De vraag overtreft het aanbod

³⁰ Gemeente Haarlemmermeer, Bestemmingsplan Hoofddorp Centrum, toelichting (2012)

³¹ ICSC staat voor The International Council of Shopping Centers

ruimschoots. Retailers zijn gewend winkelruimte in een dergelijk product elders in Europa te (kunnen) huren; in Nederland is het nog niet beschikbaar. Deze retailers willen zich in Nederland zowel vestigen in de oude binnensteden als enkele toonaangevende regionale winkelcentra buiten de binnensteden. De huidige kwaliteit en omvang van de regionale centra in Nederland voldoet niet aan de wensen van deze retailers. Mede gezien de grote belangstelling van retailers voor het project mag geconcludeerd worden dat het toekomstige Leidsenhage voorziet in een behoefte.

Unibail-Rodamco is bereid om vertrouwelijk de kandidatenlijst mondeling toe te lichten. Daar het bedrijfsgevoelige informatie betreft, wordt de lijst niet publiek gemaakt. Ook speelt dat publicatie het onderhandelingsproces kan ondermijnen.

3.5 Toets aan vereisten ‘ladder voor duurzame verstedelijking’

De bevindingen in dit hoofdstuk gepresenteerd zijn afgezet tegen de vereisten vanuit artikel 3.1.6 lid 2 van het Besluit ruimtelijke ordening, ook wel de ‘ladder voor duurzame verstedelijking’. Zie voor een beknopte toelichting op de ladder bijlage 1. De voorgenomen integrale herontwikkeling van Leidsenhage voldoet aan alle eisen/treden van de ladder voor duurzame verstedelijking. Onderstaand volgt een korte toelichting per trede.

Trede 1: Is er een actuele (regionale), intergemeentelijke behoefte aan de integrale herontwikkeling van Leidsenhage?

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, horeca en leisure in Leidsenhage. Alle gehanteerde methoden – verschillende distributieve berekeningen, een benchmark en referentieanalyse en de kandidatenlijst – wijzen in de richting van een forse uitbreidingspotentie. BRO becijfert een distributieve ruimte voor uitbreiding van het winkelareaal met ruim 24.000 m² wvo (circa 30.000 tot circa 32.000 m² bvo³²). Bureau Stedelijke Planning onderschrijft deze analyse, waarbij voorop staat dat sprake is van verbreding van het aanbod; niet meer van hetzelfde, maar toetreding van winkels en formules die bijdragen aan de totstandkoming van een regionaal winkelcentrum, dat complementair is aan het bestaande winkelaanbod in de gemeente en de regio. Het feit dat veel (inter)nationale retailers al hun interesse in het project hebben uitgesproken onderschrijft de behoefte vanuit de retailers/ondernemers. In de onderliggende rapportage bleek tevens dat het horeca- en leisureaanbod (waaronder een bioscoop) in vergelijking met benchmark-winkelcentra en -gemeenten beperkt is in Leidsenhage. Versterking ligt daarmee voor de hand, temeer de ervaring leert dat een toename van het winkelend publiek (het aantal bezoekers) leidt tot een onevenredig grote toename van de vraag naar bijvoorbeeld winkelondersteunende horeca. Door de groei van het aantal consumenten met recreatief winkelen als belangrijkste bezoekmotief, stijgt de behoefte aan andere functies die het ‘dagje uit’ verder gestalte geven.

³² Uitgaande van een bvo/wvo verhouding van 100/75%-80%

Met de beoogde integrale herontwikkeling komt Leidsenhage ook tegemoet aan de moderne eisen en wensen van retailers, zowel toonaangevende internationale retailers als 'local heroes' (zie paragraaf 2.2). Deze moderne eisen betreffen niet alleen het winkelpand (oppervlakte, pui, hoogte, et cetera), maar ook de uitstraling, de huudersmix, services, 'omni channel'-aanpak, parkeren en bereikbaarheid. (Kandidaat)huurders in het vernieuwde Leidsenhage worden mede geselecteerd op het innovatieve of vernieuwende karakter. Dit zijn bijvoorbeeld 'brand stores', 'flag ship' stores' en 'pilot stores'.

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?

De initiatiefnemer verkiest een toekomstbestendige, integrale herontwikkeling van een bestaand, verouderd winkelcentrum boven een nieuwe locatie elders in de regio. De geconstateerde (regionale) behoefte aan extra detailhandel, horeca en leisure wordt dan ook opgevangen binnen het bestaande stedelijk gebied. Winkelcentrum Leidsenhage is het kernwinkelgebied van de gemeente Leidschendam-Voorburg en staat tevens – op ruime afstand van de binnenstad van Den Haag samen met de andere regionaal verzorgende winkelcentra – aan de top van de regionale detailhandelsstructuur. De integrale herontwikkeling zorgt voor een opwaardering van de bestaande winkelstructuur. Bovendien, kansloze kantorenvorraad van circa 29.500 m² bvo wordt uit de markt genomen.

Met de integrale herontwikkeling wordt circa 20.000 m² wvo aan detailhandel toegevoegd aan Leidsenhage. Het beoogde planconcept in het nieuwe Leidsenhage is een unieke samenstelling van voor de regio vernieuwende winkels, in combinatie met horeca in een hoogwaardige omgeving. Vanwege de eerder genoemde eisen en wensen van retailers ten aanzien van het winkelpand, de uitstraling, huudersmix, services, 'omni channel'-aanpak, parkeren en bereikbaarheid zijn kansrijke locaties voor het specifieke planconcept zoals beoogd in Leidsenhage per definitie zeer schaars. Weliswaar is in de regio sprake van winkelleegstand, maar die concentreert zich grotendeels in zwakkere winkelgebieden of in verspreide winkelpanden. Deze panden en locaties voldoen niet aan de eisen van de retailers waar Unibail-Rodamco en het nieuwe Leidsenhage zich op richten.

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. Daarnaast is sprake van een multimodaal ontsloten locatie; Leidsenhage is goed bereikbaar met tram en bus. Daarnaast hebben onderzoeken van Goudappel Coffeng uitgewezen dat het bestaande wegennetwerk de herontwikkeling van Leidsenhage goed aankan. Ook de autobereikbaarheid is dus gewaarborgd.

4 Effecten integrale herontwikkeling Leidsenhage

In het kader van een goede ruimtelijke ordening is in aanvulling op de ladder voor duurzame verstedelijking tevens de vraag beantwoord wat de effecten zullen zijn op de bestaande winkelstructuur en op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in Leidschendam-Voorburg en de regio. Jurisprudentie wijst uit dat duurzame ontwikkeling alleen mogelijk is bij eerste levensbehoeften; inwoners moeten op acceptabele afstand van hun woonplaats boodschappen in eerste levensbehoeften kunnen (blijven) doen.

In de bijlagen 5 t/m 17 is een omschrijving opgenomen van de winkelstructuur en leegstandsontwikkeling (in de periode 2008 – 2014) van de tien gemeenten waaruit de omzet van winkelcentrum Leidsenhage hoofdzakelijk afkomstig is. Dit zijn Leidschendam-Voorburg, Den Haag, Zoetermeer, Rijswijk, Delft, Pijnacker-Nootdorp, Wassenaar, Voorschoten, Leiden en Katwijk. Tevens worden Leiderdorp, Zoeterwoude en Oegstgeest nader beschouwd.

In dit hoofdstuk komen zowel de economische impuls (paragraaf 4.1) als de effecten op de bestaande winkelstructuur (paragraaf 4.2), de ruimtelijk-kwalitatieve effecten (paragraaf 4.3) en de leegstand en het woon-, werk- en ondernemersklimaat (paragraaf 4.4) aan de orde. Afgesloten is met conclusies (paragraaf 4.5).

4.1 Economische en ruimtelijke impuls

De ontwikkeling van een dergelijk (grootschalig) project zal een aanzienlijke economische impuls geven 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 herontwikkeling ontstaat tijdelijke werkgelegenheid, vooral bij de bouwnijverheid. Maatgevend voor de bepaling van deze tijdelijke (project)effecten zijn de stichtings- en overige (inrichtings)kosten. Onze inschatting is dat het zo'n 1.600 voltijdbanen betreft.³³ Via de inschakeling van allerlei toeleverende bedrijven komen daar nog eens een kleine 1.400 indirecte arbeidsplaatsen bij, wat het totale tijdelijke werkgelegenheidseffect brengt op bijna 3.000 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. Een netto toename van circa

³³ Uitgaande van een investering door Unibail-Rodamco van € 200 miljoen voor de sloop van kantoorruimte en ander vastgoed ter realisatie van het winkelcircuit, en het voorgenomen programma aan detailhandel, horeca en leisure mogelijk te maken. Voor de inrichtingskosten is gerekend met een bedrag van € 1.000 per m² bvo.

20.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo)³⁴ zorgt voor een maximale omzetplus van circa € 86,5 miljoen op jaarbasis³⁵. In werkelijkheid zal de omzetplus wat lager uitvallen, omdat de nieuw toegevoegde winkelmeters naar verwachting een lagere vloerproductiviteit genereren dan het huidige gevestigde winkelaanbod. Redenen hiervoor zijn: schaalvergroting, meer ruimte voor consumentenbeleving, multichannelling, de vraag van ondernemers naar grotere winkelunits en het feit dat winkelmeters op verdieping (waar de uitbreiding voornamelijk plaatsvindt) doorgaans een lagere vloerproductiviteit genereren dan op de begane grond (zie ook paragraaf 3.2).

Een netto toename van 20.000 m² wvo leidt tot een directe werkgelegenheid van circa 400 arbeidsplaatsen³⁶ en ook nog circa 100 indirecte (bij toeleverende bedrijven) werkgelegenheid³⁷, totaal circa 500. Voor het nieuw te realiseren horeca en leisueraanbod geldt een extra werkgelegenheid van een kleine 100 banen (inclusief indirecte werkgelegenheid). Deze banen zijn niet volledig additioneel; een deel betreft verplaatsing van werkgelegenheid binnen de regio.

De werkgelegenheidsvraag betreft hoofdzakelijk lager en middelbaar geschoold personeel. Bekend is dat lager opgeleiden veelal dicht bij hun woning werk vinden/hebben. Het gros van het werkgelegenheidseffect is dus toe te schrijven aan de directe regio. 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 toegerekend³⁸. Er treedt nog een werkgelegenheidseffect op: een deel van de versterking betreft groei van banen aan de bovenkant van de arbeidsmarkt. Dit bevordert de doorstroming van werkzame personen op de arbeidsmarktladder. De doorstromers genieten de resterende tijd van hun werkzame leven een hoger inkomen.

Ad 3. Uitstralingseffecten

Naast de 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 uitstralingseffecten. Relevant zijn onder meer:

- **Structuurversterking.** Door het winkelaanbod meer te concentreren en elders enigszins te reduceren ontstaat meer evenwicht en een meer toekomstbestendige detailhandelsstructuur. Voorwaarde hierbij is dat het onderscheidend karakter verder wordt geaccentueerd en Het Nieuwe Winkelen geïncorporeerd. Er ontstaan dan meer

³⁴ Uitgaande van een wvo/bvo-verhouding van 0,8 correspondeert 25.000 m² bvo met 20.000 m² wvo.

³⁵ Uitgaande van een verdeling van het metrage van 7,5% dagelijks en 92,5% niet-dagelijks (op basis van de Gebiedsvisie) en een vloerproductiviteit van € 8.000 voor de dagelijkse en € 4.025 voor de niet-dagelijkse sector (zie paragraaf 3.2).

Berekening dagelijkse sector: 1.500 * € 8.000 = € 12 miljoen.

Berekening niet-dagelijkse sector: 18.500 * € 4.025 = € 74,5 miljoen.

N.B.: Deze omzetclaim wijkt iets af van de eerdere rapportage van BRO waarin de dagelijks en niet-dagelijkse extra omzetclaim uitkomt op € 93,7 miljoen. Het verschil valt te verklaren uit:

- Een kleine wijziging in het programma namelijk meer niet-dagelijks en minder dagelijks, met daardoor een lagere extra omzetclaim (daar de vloerproductiviteit niet-dagelijks lager is dan dagelijks)
- Een kleine neerwaartse bijstelling voor de vloerproductiviteit niet-dagelijks (€ 4.025 versus € 4.275) recht doend aan de huidige economische situatie (forse daling bestedingen niet-dagelijks sinds KSO), de negatieve effecten van internet op vloerproductiviteit fysieke winkel en het feit dat er relatief veel meters op de verdieping komen die een gemiddelde lagere productiviteit kennen.

³⁶ Uitgaande van een omzet per fte in de dagelijkse sector van € 262.000, in de niet-dagelijkse sector van € 197.000 en in horeca en leisure eveneens van € 197.000 (bron: HBD omzetkengetallen detailhandel 2011).

³⁷ 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.

³⁸ 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.

krachtige centra, leidend tot een verhoogde koopkrachtbinding en -toevloeiing binnen de gemeente en regio.

- **Versterking vestigingsklimaat** in de metropoolregio. Een aantrekkelijk voorzieningenaanbod draagt bij aan de versterking van het vestigingsklimaat voor bewoners en bedrijven en daarmee aan het internationaal concurrentieprofiel.
- **Toeristisch-economisch profiel.** De opwaardering van het voorzieningenniveau draagt niet alleen positief bij aan het vestigingsklimaat voor bedrijven en bewoners, maar trekt ook meer bezoekers en (verblijfs)toeristen aan. De regio wordt interessanter voor een kort meerdaags verblijf.
- **Impuls voor andere ondernemers.** Met de uitbreiding en verbreding van het aanbod boort Leidsenhage, naast de bestaande klanten, een nieuwe klantenstroom aan. De lokale middenstand (denk aan winkeliers, brandstofverkooppunten, vrijetijdsactiviteiten en horeca) profiteert van de traffic die de nieuwe winkelformules genereren. Dit geldt in het bijzonder voor (commerciële) publieksfuncties in:
 - Winkelcentrum Leidsenhage. Uit ervaring weten we dat een derde tot de helft van de bezoekers die primair voor de (nieuwe) winkels komen ook de andere winkels en publieksvoorzieningen aandoet. Daarnaast zal de consument waarschijnlijk ook frequenter komen als het winkelcentrum zich versterkt en zal het centrum zich (nog) steviger nestelen in de 'mental map' van de consument.
 - De belangrijkste aan- en afvoerroutes voor auto- en fietsverkeer. Het gaat hierbij om afgeleide omzet voor bijvoorbeeld brandstofverkooppunten, 'take away', fastfoodgelegenheden of grootschalige detailhandel. Dit effect is overigens minder groot dan voor de voorzieningen die op korte loopafstand zijn gelegen.
- **Katalysator nieuwe investeringen.** Een dergelijke ontwikkeling fungeert vaak als katalysator voor nieuwe investeringen in de directe projectomgeving en ver daarbuiten.

De genoemde uitstralingseffecten zijn het grootst in de directe projectomgeving, maar stralen ook letterlijk uit naar ver daarbuiten.

4.2 Economische (verdringings)effecten op de bestaande structuur

Behalve positieve economische en uitstralingseffecten zijn er ook enige verdringingseffecten te verwachten. De uiteindelijke invulling van winkelcentrum Leidsenhage is bepalend voor de mate van verdringing. Hoe meer overlap (in functie, branche, metrage, formule, prijsstelling en doelgroep), des te groter het verdringingseffect.

Twee scenario's

Het daadwerkelijke verdringingseffect in de regio ligt ergens tussen de 0% en 100%. Met andere woorden: van de verwachte € 86,5 miljoen die de nieuwe winkelmeters in Leidsenhage aan omzet genereren, zal 0% tot 100% ten koste gaan van gevestigde winkels in Haaglanden (inclusief de gemeente Leidschendam-Voorburg) en Haaglanden. De exacte omvang van de omzetderving laat zich echter moeilijk voorspellen. Vast staat dat zowel een omzetderving van 0% als 100% hoogst onwaarschijnlijk is. Immers, een dergelijke uitbreiding van het winkelaanbod in een willekeurige aankoopplaats zal een effect op omliggende aankoopplaatsen veroorzaken.

Voor de benadering van effecten op de bestaande structuur zijn daarom twee scenario's opgesteld, waarin respectievelijk 50% en 100% van de extra omzetclaim ten koste gaat van winkeliers uit het verzorgingsgebied Haaglanden en Holland Rijnland. Meer in detail:

Scenario 50%-verdringing

De omzeterderving voor zittende winkeliers in de regio³⁹ loopt op tot de helft⁴⁰ van de extra omzetclaim van de uitbreiding van Leidsenhage, oftewel circa € 43,2 miljoen⁴¹.

'Worst case'-scenario (100%-verdringing)

De omzeterderving voor zittende winkeliers in de regio loopt op tot de volledige extra omzetclaim van de uitbreiding van Leidsenhage, oftewel circa € 86,5 miljoen. Dit scenario kan worden gezien als een theoretisch maximum. Het benadert een *theoretische* situatie waarin geen sprake is van uniciteit, vergroting van het bereik en verschuiving van kooporiëntaties.

Kwantitatieve effecten op regionale en provinciale schaal

Geprojecteerd op het totale winkelaanbod in de regio's Haaglanden en Holland Rijnland gaat het om een verdringingseffect van 0,6%⁴² tot een theoretische maximum van 1,2% van de totale detailhandelsomzet, uitgaande van respectievelijk de scenario's 50%- en 100%-verdringing.

Uitgesplitst naar de dagelijkse en niet-dagelijkse sector bedraagt het theoretisch verdringingseffect 0,2% en 1,1% in scenario 50%-verdringing⁴³ en 0,3% en 2,3% scenario 100%-verdringing.

Uiteraard zijn er verschillen naar sector, gemeente en aankoopplaats. Daar de uitbreiding van Leidsenhage hoofdzakelijk de niet-dagelijkse sector betreft, zijn de verdringingseffecten het grootst voor gemeenten en aankoopplaatsen met een groot niet-dagelijks aanbod. Uiteraard speelt ook mee de oriëntatie op c.q. afstand tot Leidsenhage. Hoe groter de oriëntatie of hoe korter de afstand, des te groter het effect. Tot slot is ook nog de functie van de betreffende gemeente of aankoopplaats van belang. Hoe groter de overlap in functie, hoe groter het effect. In de volgende subparagrafen is een nadere verfijning aangebracht naar gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland en belangrijkste aankoopplaatsen.

³⁹ Uit de regio's Haaglanden en Holland Rijnland komt het leeuwendeel van de huidige omzet van Leidsenhage vandaan, momenteel 97%.

⁴⁰ De overige 50% is (versnipperd) afkomstig van consumenten van buiten de regio's Haaglanden en Holland Rijnland die speciaal naar Leidsenhage komen, toeristen die in de regio verblijven, van andere type aanbieders en kanalen (internet, factory outlets, maar ook bijvoorbeeld attractieparken als Leidsenhage zich meer profileert als winkelcentrum voor een dagdeel uit) en ook marktverruiming (door het bieden van een aanbod wat nu nog ontbreekt in Nederland). Het percentage van 50% stemt overeen met de uitkomsten van eerdere studies van Bureau Stedelijke Planning voor onder meer bouwmarkten en supermarkten. Ook in deze studies kan (hooguit) de helft van de omzet van een nieuwkomer getraceerd worden bij vergelijkbare aanbieders in het verzorgingsgebied. Zie voor een nadere toelichting bijlage 18.

⁴¹ Berekening: € 86,5 miljoen * 0,5 = € 43,2 miljoen (rekening houdend met afrondingen)

⁴² Berekening: € 43,2 miljoen / € 7,1 miljard = 0,6%

⁴³ Berekening dagelijkse sector: € 6,0 miljoen / € 3,8 miljard = 0,2%.

Berekening niet-dagelijkse sector: € 37,2 miljoen / € 3,3 miljard = 1,1%

Kwantitatieve effecten naar gemeenten

Voor het bepalen van het indicatieve verdringingseffect naar gemeenten zijn drie methodes gehanteerd (zie voor een uitgebreide onderzoeksverantwoording bijlage 18):

1. Methode 1: Naar rato huidige omzetherkomst Leidsenhage

Verdeling van de (extra) omzetclaim verdeeld naar rato van de huidige omzetherkomst in Leidsenhage voor alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland. Hiermee doen we recht aan geografische afstand en de bestaande kooporiëntatie op Leidsenhage.

2. Methode 2: Naar rato gevestigde omzet

Verdeling van de omzetclaim naar rato van de gevestigde omzet in niet-dagelijks voor alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland. Met methode 2 verdisconteren we de omvang van het winkelaanbod per gemeente, waarbij we ervan uitgaan dat gemeenten met een groter winkelaanbod met een grotere absolute omzeterderving te kampen krijgen.

3. Methode 3: Naar rato toevloeiingsomzet

Verdeling van de omzetclaim naar rato van de koopkrachttoevloeiing per gemeente als percentage van de totale niet-gebonden omzet. Met methode 3 verdisconteren we de bovenlokale aantrekkingskracht van het winkelaanbod per gemeente, oftewel de functie van het winkelgebied of gemeente.

Aan de hand van bovenstaande drie methodes is per gemeente een drietal percentages vastgesteld. Door het gemiddelde van de drie methodes te hanteren krijgen we een evenwichtige indicatie van het verdringingseffect, dat gebaseerd is op zowel bestaande kooporiëntaties als de omvang en functie van winkelgebieden/gemeenten in de regio.

In de tabel 11 op de volgende pagina zijn de resultaten samengevat.

Tabel 11 Verdringing dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel, naar gemeente (in € en %), uitgaande van scenario 50%-verdringing.

Gemeente	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Abs (€)	Rel (%)	Abs (€)	Rel (%)	Abs (€)	Rel (%)
Alphen ad Rijn	196.060	0,1%	1.915.313	1,0%	2.111.373	0,6%
Boskoop*	29.674	0,1%	87.780	0,4%	117.455	0,2%
Delft	306.477	0,1%	3.024.574	0,9%	3.331.050	0,6%
Hillegom	47.632	0,1%	145.774	0,4%	193.406	0,2%
Kaag en Braassem	32.934	0,1%	124.283	0,6%	157.217	0,2%
Katwijk	117.556	0,1%	922.931	0,9%	1.040.487	0,4%
Leiden	362.488	0,1%	3.635.757	1,5%	3.998.245	0,8%
Leiderdorp	169.219	0,2%	616.987	0,8%	786.206	0,5%
Leidschendam-V.	1.570.172	0,8%	6.960.220	4,0%	8.530.392	2,3%
Lisse	73.927	0,1%	978.290	1,4%	1.052.217	0,8%
Midden-Delfland	31.840	0,1%	42.959	0,8%	74.799	0,2%
Nieuwkoop	63.934	0,1%	82.144	0,3%	146.077	0,2%
Noordwijk	58.159	0,1%	309.038	0,8%	367.198	0,4%
Noordwijkerhout	36.147	0,1%	132.758	0,6%	168.905	0,3%
Oegstgeest	103.318	0,2%	278.547	1,2%	381.865	0,4%
Pijnacker-Nootd.	225.734	0,2%	519.727	0,9%	745.461	0,4%
Rijnwoude*	42.601	0,1%	84.633	0,4%	127.234	0,2%
Rijswijk	311.115	0,2%	3.556.800	2,1%	3.867.915	1,3%
's-Gravenhage	1.413.149	0,1%	8.574.745	0,9%	9.987.894	0,5%
Teylingen	78.298	0,1%	347.637	0,9%	425.935	0,3%
Voorschoten	86.587	0,2%	743.860	2,6%	830.447	1,0%
Wassenaar	124.643	0,2%	701.980	1,6%	826.623	0,8%
Westland	251.311	0,1%	1.109.028	0,5%	1.360.339	0,3%
Zoetermeer	252.405	0,1%	1.981.554	0,7%	2.233.959	0,4%
Zoeterwoude	14.620	0,1%	353.932	0,9%	368.552	0,7%
Totaal	6.000.000	0,2%	37.231.250	1,1%	43.231.250	0,6%

* Boskoop en Rijnwoude behoren inmiddels tot de gemeente Alphen aan den Rijn, maar waren ten tijde van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 nog zelfstandige gemeenten. Om die reden zijn ze afzonderlijk in de tabel opgenomen.

Bovenstaande verdringing (absoluut en relatief) heeft betrekking op scenario 50%-verdringing, waarbij we veronderstellen dat de helft van de extra omzetclaim ten koste gaat van de huidige detailhandelsomzet in Haaglanden en Holland Rijnland. In het 'worst case'-scenario (100%-verdringing) liggen de bedragen en percentages twee keer zo hoog. Kleine verschillen hebben te maken met afrondingen.

Den Haag en Leidschendam-Voorburg zijn de gemeenten met de hoogste absolute omzetsderving, zowel in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse sector. Vanwege het zeer grote winkelaanbod en draagvlak in Den Haag is het relatieve effect zeer gering: maximaal 0,1% van de dagelijkse detailhandelsomzet en 0,9% van de niet-dagelijkse omzet.

De (maximale) verdringingseffecten in de dagelijkse sector variëren van 0,1% in onder meer Den Haag tot 0,8% in Leidschendam-Voorburg.

Voor de niet-dagelijkse sector pakken de effecten wat hoger uit, variërend van 0,2% (Nieuwkoop) tot 4,1% (Leidschendam-Voorburg). Binnen de niet-dagelijkse detailhandel zal met name de sector Mode & Luxe sprake zijn van enige omzetsderving, aangezien de integrale herontwikkeling en versterking van Leidsenhage voornamelijk een uitbreiding van het winkelaanbod in Mode & Luxe omvat. Voor sommige gemeenten lijken de effecten in Mode & Luxe relatief hoog maar stellen in absolute zin weinig voor. Dit gaat in het bijzonder op voor Rijnwoude en Zoeterwoude. Ook voor Wassenaar en Voorschoten geldt dat de effecten in absolute zin beperkt zijn (zie hiervoor ook bijlage 18).

Kwantitatieve effecten naar aankoopplaats

Tevens is een vertaling gemaakt naar individuele winkelgebieden in de regio. Daarbij is de absolute omzetsderving per gemeente (zie eerdere tabel) als maatgevend beschouwd en deze vervolgens is verdeeld over de winkelgebieden naar rato van omzettoevloeiing van buiten de gemeente (zie voor een nadere toelichting bijlage 18).

Tabel 12 Verdringing dagelijkse en niet-dagelijkse detailhandel, naar aankoopplaats (in € en %), uitgaande van scenario 50%-verdringing.

Aankoopplaats	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Abs (€)	Rel (%)	Abs (€)	Rel (%)	Abs (€)	Rel (%)
Alphen, Centrum	67.293	0,1%	1.456.381	1,2%	1.523.674	0,9%
Alphen, Herenhof	40.484	0,1%	83.295	0,8%	123.778	0,2%
Delft, Buitenhof	9.884	0,1%	10.627	1,2%	20.511	0,1%
Delft, Centrum	110.672	0,1%	1.561.717	1,4%	1.672.388	0,9%
Delft, In de Hoven	86.316	0,1%	97.240	0,5%	183.556	0,2%
Delft, Leeuwenstein	0	0,0%	139.005	0,5%	139.005	0,4%
Hillegom, Centrum	31.812	0,1%	133.671	0,5%	165.483	0,3%
Katwijk, Ambachtsweg	23.150	0,3%	81.649	0,5%	104.799	0,4%
Katwijk, centrum	9.926	0,0%	642.509	1,3%	652.434	0,8%
Leiden, centrum	157.915	0,2%	3.128.933	1,8%	3.286.848	1,2%
Leiden, Kopermolen	38.672	0,1%	24.502	0,4%	63.174	0,1%
Leiden, Luifelbaan	35.622	0,1%	71.000	0,7%	106.622	0,2%
Leiderdorp, Baanderij	1.657	0,6%	102.430	0,5%	104.087	0,5%
Leiderdorp, Winkelhof	123.209	0,2%	369.279	1,3%	492.488	0,6%
Leiderdorp, Woon	0	0,0%	99.941	0,6%	99.941	0,6%
Leidschendam-Leidsenh.*	584.301	0,8%	6.024.271	4,6%	6.608.572	3,2%
Lisse, centrum	61.403	0,1%	950.344	1,7%	1.011.747	0,9%
Den Hoorn, centrum	11.185	0,1%	17.933	0,9%	29.118	0,2%
Noordwijk, Hoofdstr.	16.100	0,1%	257.916	1,5%	274.016	0,9%
Noordwijk, Kerkstraat	28.773	0,1%	23.100	0,2%	51.874	0,1%
Noordwijkerh. centrum	32.559	0,1%	105.370	0,8%	137.929	0,3%
Oegstgeest, Lange Voort	70.763	0,2%	140.917	1,1%	211.680	0,4%
Nootdorp, de Parade	144.007	0,3%	400.686	2,5%	544.693	0,7%
Pijnacker, centrum	18.060	0,1%	82.608	0,4%	100.667	0,2%
Rijswijk, In de Bogaard	176.296	0,3%	3.366.101	2,3%	3.542.397	1,6%
Rijswijk, Oud-Rijswijk	21.271	0,1%	109.851	1,4%	131.122	0,6%
s-Gravenh. binnenstad	362.727	0,2%	6.012.359	1,3%	6.375.086	1,1%
s-Gravenh. Sav. L. pl.	9.055	0,0%	4.418	0,1%	13.473	0,0%

Aankoopplaats	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
	Abs (€)	Rel (%)	Abs (€)	Rel (%)	Abs (€)	Rel (%)
s-Gravenh. Fahrenh.-Th.	8.325	0,0%	25.036	0,2%	33.361	0,1%
s-Gravenh. Fr. Hendrikl.	3.117	0,0%	124.879	0,4%	127.996	0,2%
s-Gravenh. Leyweg	52.325	0,1%	252.926	0,4%	305.251	0,2%
s-Gravenh. L. Hoofdstr.	29.212	0,1%	38.728	0,2%	67.940	0,1%
s-Gravenh. Megastores	4.863	0,0%	187.792	0,2%	192.655	0,2%
s-Gravenh. 't Hoge Veen	66.305	0,2%	48.484	0,6%	114.789	0,3%
s-Gravenh. Ypenburg	44.487	0,1%	32.612	0,3%	77.100	0,2%
Sassenheim, centrum	41.503	0,1%	271.759	1,1%	313.262	0,4%
Voorschoten, centrum	59.489	0,2%	686.417	4,2%	745.906	1,4%
Wassenaar, centrum	70.180	0,2%	637.133	2,5%	707.313	1,2%
De Lier, centrum De Lier	12.322	0,0%	31.787	0,3%	44.109	0,1%
Honselersdijk, centrum	5.854	0,0%	6.976	0,3%	12.829	0,1%
Monster, centrum	14.394	0,0%	14.293	0,1%	28.686	0,1%
Naaldwijk, centrum	44.820	0,1%	499.572	0,7%	544.393	0,4%
Naaldwijk, Woonb.	3.095	0,5%	63.463	0,3%	66.558	0,3%
s-Gravenzande, centrum	43.284	0,1%	169.097	0,8%	212.380	0,3%
Wateringen, centrum	88.125	0,2%	193.350	1,1%	281.475	0,5%
Zoetermeer, de Leyens	9.018	0,0%	0	0,0%	9.018	0,0%
Zoetermeer, Dorpsstraat	13.609	0,1%	58.659	0,5%	72.268	0,2%
Zoetermeer, Meerzicht	18.339	0,1%	1.627	0,0%	19.966	0,1%
Zoetermeer, Oosterheem	27.783	0,1%	2.699	0,1%	30.482	0,1%
Zoetermeer, Rokkeveen	24.165	0,1%	11.707	0,2%	35.871	0,1%
Zoetermeer, Stadshart	74.001	0,1%	1.695.855	0,9%	1.769.856	0,7%
Zoetermeer, Woonhart	1.103	0,2%	66.448	0,3%	67.551	0,3%
Zoeterwoude, Rijnkeeb.	14.620	0,1%	353.932	0,9%	368.552	0,7%
Totaal	3.047.446	0,2%	30.973.286	1,4%	34.020.733	0,8%

* Volledigheidshalve is ook Leidsenhage zelf meegenomen in het berekenen van het theoretische verdringingseffect. Gevestigde winkels in het huidige winkelcentrum zullen echter ook het meest profiteren van de versterkte aantrekkingskracht van Leidsenhage na herontwikkeling. Zie hiervoor ook paragraaf 4.1, pagina 43.

Bovenstaande verdringing (absoluut en relatief) heeft betrekking op scenario 50%-verdringing, waarbij we veronderstellen dat de helft van de extra omzetclaim ten koste gaat van de huidige detailhandelsomzet in Haaglanden en Holland Rijnland. In het 'worst case'- scenario (100%-verdringing) liggen de bedragen en percentages twee keer zo hoog. Kleine verschillen hebben te maken met afrondingen.

Voor de afzonderlijke aankoopplaatsen in Haaglanden en Holland Rijnland bedraagt het theoretisch (maximaal) verdringingseffect gemiddeld 0,2% in de dagelijkse sector en 1,4% in de niet-dagelijkse sector. Net als voor de afzonderlijke gemeenten geldt dat voor de afzonderlijke aankoopplaatsen sprake is van variatie in de mate van mogelijke omzetsderving, in de niet-dagelijkse sector van 0,0% tot 4,6%. In absolute zin is de omzetsderving veelal (zeer) beperkt.

Slotbeschouwing

De positieve effecten (zie vorige paragraaf 4.1) zijn evident groter dan de mogelijke verdringing, uitgaande van de veronderstelling dat in Leidsenhage branches/formules worden uitgebreid/toegevoegd:

- Met (boven)regionale aantrekkingskracht;
- Die vernieuwend zijn in de regio, zelfs in Nederland. Leidsenhage is met een (inter)nationaal onderscheidende propositie in staat nieuwe internationale toetreders te binden;
- Die een brede, ook internationale doelgroep aanspreken (eigen inwoners, buur- en regiogemeenten, expats, short en long stay, Aziaten, Europeanen en Amerikanen, verblijfstoeristen en dagrecreanten en werkenden);
- Die passen binnen de profilering van Leidsenhage als regionaal winkelcentrum en;
- Niet volwaardig vertegenwoordigd zijn in de direct omliggende centra en ook niet in het profiel passen.

Van belang is dat Leidsenhage zich ook in de toekomst nadrukkelijk blijft onderscheiden van de dagelijkse boodschappencentra in de gemeente (en daarbuiten).⁴⁴ Dit minimaliseert de kans op ontwrichting van de fijnmazige winkelstructuur. Volgens Unibail-Rodamco staan een aantal lokale winkeliers in Leidsenhage open om na te denken over verplaatsing naar nabijgelegen (boodschappen)centra als gevolg van de voorgenomen integrale herontwikkeling. Dit impliceert (ook) een autonome impuls voor omliggende winkelcentra in het geval Leidsenhage integraal herontwikkeld wordt.

De mogelijke negatieve effecten kunnen nog verder worden verzacht indien de direct omliggende en concurrerende winkelgebieden het momentum aangrijpen om zich eveneens te versterken en zo nodig herpositioneren met een meer onderscheidende propositie. In paragraaf 1.2 kwam een aantal ontwikkelingen in winkelgebieden in de regio aan bod, en ook Leidschendam-Voorburg heeft hierin al een voorschoot genomen. De gemeente streeft naar concentratie van de winkelvoorzieningen en richt zich daarbij op versterking van vier kernwinkelcentra, waarbij versterking van de onderscheidende kwaliteiten van elk centrum voorop staat. Per kernwinkelcentrum is een ontwikkelingsrichting uitgewerkt. In samenhang met de belangrijkste stakeholders van deze winkelgebieden worden actieprogramma's opgesteld om te werken aan een vertaling van de ontwikkelingsrichting, waarbij elke partij (eigenaar, ondernemers, gemeente, etc.) vanuit zijn eigen rol en verantwoordelijkheid een bijdrage levert. Hiermee wil de gemeente de toekomstbestendigheid van de winkelgebieden waarborgen. Een dergelijke versterking van de bestaande lokale winkelstructuur kan model staan voor andere gemeenten en winkelgebieden.

4.3 (Verdringings)effecten ruimtelijk-kwalitatief vertaald

Voor de uiteindelijke afweging zijn niet economische maar ruimtelijk-kwalitatieve argumenten bepalend. Het gaat om de effecten op de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur, de leegstandsontwikkeling en in het verlengde daarvan om de effecten op het woon-, leef en ondernemersklimaat. In deze paragraaf zijn de kwantitatieve omzetverdringingseffecten van de beoogde herontwikkeling van Leidsenhage *ruimtelijk-kwalitatief* vertaald voor alle gemeenten en de belangrijkste

⁴⁴ Unibail Rodamco doet dat met een strategie die rust op drie pijlers: retenanting, redesigning en remarketing. Retenanting betekent jaarlijks 10% vernieuwing in de vorm van nieuwe retailers of bestaande retailers met een nieuwe formule. Remarketing is gebaseerd op de contactmomenten tussen consument (vanaf het parkeerterrein) en het winkelcentrum, aspecten als personeel, fysieke omgeving, beveiliging, schoonmaak, wifi, achtergrondmuziek, enz. spelen daarbij een rol. Redesigning betekent het voortdurend tijdens de exploitatie (blijven) investeren in het exterieur en het interieur van het winkelcentrum en de winkels.

aankoopplaatsen in de regio's Haaglanden en Holland Rijnland. BRO heeft deze paragraaf verzorgd.

Analyse recreatieve winkelgebieden centraal

Omdat de uitbreiding van Leidsenhage vooral in de niet-dagelijkse sector, en in het bijzonder in de branchegroep Mode & Luxe, zijn de effecten daar ook het grootst. De omzeteffecten in de andere branchegroepen (Dagelijks en Niet-dagelijks Overig) zijn dermate beperkt dat verwacht mag worden dat deze geen ruimtelijke gevolgen hebben.

We beperken de vertaling dan ook tot de winkelcentra waar het recreatieve winkelen centraal staat. In de regel zijn dat grotere hoofdwinkelcentra en stadsdeelcentra. Aangezien Mode & Luxe slechts heel beperkt vertegenwoordigd is in wijk- en buurtwinkelcentra en de voor doelgerichte aankopen doen bestemde perifere winkellocaties, zijn deze winkelgebieden buiten beschouwing gelaten. Alleen de winkelcentra waar het aanbod Mode & Luxe 1.000 m² wvo of meer bedraagt zijn meegenomen in de analyse.

Effect herontwikkeling Leidsenhage centraal

In de effectberekeningen is uitgegaan van de *huidige situatie* en het effect die de extra omzetclaim die de uitbreiding van Leidsenhage teweeg brengt. Daarvoor is inzichtelijk gemaakt hoe de economische verdringingseffecten doorwerken in leegstand, zowel voor het scenario 50%-verdringing als 100%-verdringing. Daarbij is verondersteld dat elke 1% omzeterdving leidt tot een leegstandtoename van 0,5% van het huidige gevestigde aanbod. Een omzeterdving gaat niet gepaard met een evenredige oplopende leegstand. Immers:

- Als het aanbod bovengemiddeld functioneert, wat zeker in Haaglanden het geval is, komen exploitaties als gevolg van een (kleine) omzetsdaling niet direct in de gevarezone.
- Daar waar dit mogelijk wel dreigt zullen ondernemers er alles aan doen de exploitatie te verbeteren door kostenreductie (bijvoorbeeld door verlaging van huisvestings- of personeelslasten of ondernemersfee) en/of verhoging van de omzet.
- Mocht het aanbod (Q) toenemen, dan daalt de prijs (P) van vastgoed vermoedelijk, wat weer (meer) vraag oproept. Dit staat bekend als de prijselasticiteit van de vraag.

Daar waar het effect op leegstand in het 'worst case'-scenario minder dan 150 m² wvo is, kwalificeert Bureau Stedelijke Planning dit als verwaarloosbaar.

Lokale en landelijke ontwikkelingen van invloed

Er zijn echter vele meer factoren dan alleen de uitbreiding van Leidsenhage van invloed op het functioneren van winkelgebieden en de toekomstige vraag- en aanbodverhoudingen. Lokaal speelt:

- Het **huidig functioneren van de winkelgebieden** speelt een rol. Ligt de vloerproductiviteit duidelijk boven het landelijke gemiddelde, dan is dat een indicatie dat het aanbod goed functioneert en dat er enige 'rek' zit in dat functioneren. De omzeteffecten van de komst van Leidsenhage zullen in dergelijke gevallen normaliter niet resulteren in het verdwijnen van bestaand aanbod, hooguit tot een lichte daling van de gerealiseerde omzet per m² wvo. De vloerproductiviteit blijft theoretisch op een

dusdanig niveau dat een rendabele exploitatie mogelijk blijft. Dit geldt bijvoorbeeld voor het centrum van Alphen aan den Rijn en het Winkelhof in Leiderdorp.

- Een tweede element vormt de **ontwikkeling van de vraagzijde**. Voor menig gemeente in de betreffende regio geldt dat het aantal inwoners de komende jaren nog aanzienlijk zal groeien. Dit is onder andere het geval in Delft, Katwijk en Pijnacker-Nootdorp. Het bestaande aanbod zal hier ook van kunnen profiteren waardoor de omzetteffekten van Leidsenhage verdampen.
- Tevens wijzen wij op het overwegend **hoge inkomensniveau** in deze regio. Niet alleen liggen daardoor de detailhandelsbestedingen op een in vergelijking met het landelijke gemiddelde hoger niveau, ook is er meer ruimte voor aanbod in de hogere marktsegmenten. Diverse winkelgebieden in de regio onderscheiden zich juist op dit punt, en de uitbreiding van Leidsenhage heeft hier weinig invloed op.
- Tot slot: in veel winkelcentra staan **plannen** op stapel om het aanbod en/of de winkelomgeving verder te versterken, waaronder in Den Haag. Dat betekent dat het omzetteffect deels teniet gedaan wordt door het versterken van de eigen aantrekkingskracht.

Dankzij de bevolkingsontwikkeling en het beperkte gevestigde aanbod ten opzichte van referentiecijfers is er in Haaglanden op dit moment nog veel uitbreidingsruimte aanwezig. In de Nota detailhandel Zuid-Holland (juli 2012) is voor Haaglanden tot 2020 circa 220.000 m² wvo ontwikkelingsruimte geraamd. Hierdoor zullen de effecten in deze regio zeer beperkt zijn. Echter blijkt uit dezelfde nota dat in Holland Rijnland de omzet al onder druk staat. Dankzij het huidig matig functioneren, kunnen de effecten in deze regio per saldo groter zijn.

Daar waar relevant refereren we hieraan.

Daarnaast zijn er meer generieke, landelijke tendensen die uiteraard ook van invloed zijn op de toekomst vraag- en aanbodverhoudingen in de regio:

- Het is te verwachten dat de **bestedingen via internet** de komende jaren, ook in de branche Mode & Luxe, nog verder zullen stijgen. Dit heeft een negatief effect op de vloerproductiviteit. Echter, het is eveneens te verwachten dat veel winkels in toenemende mate via multichanneling ook online gaan verkopen. Het effect van de groei van internetwinkelen op de vloerproductiviteit is hiermee zeer lastig te voorspellen.
- De algemene tendens is dat de leegstand in winkelgebieden toeneemt als gevolg van **autonome ontwikkelingen** (waaronder internetwinkelen, druk op consumentenbestedingen, vergrijzing ondernemersbestand). In de kernwinkelgebieden wordt de leegstand gewoonlijk snel ingevuld, in de randen (aanloopstraten o.a.) is de leegstand vaak meer structureel en verkleurt het aanbod naar andersoortige functies (wonen, zorg, dienstverlening). Dit is een structurele ontwikkeling die velen malen groter is dan enkel het effect van Leidsenhage. Deze structurele ontwikkeling is in beginsel niet zo erg voor de totale kwaliteit van het winkelcentrum omdat dit bijdraagt aan het compacter worden van winkelcentra. Dit komt de consumentenverzorging ten goede en is overigens ook een ontwikkeling die beleidsmatig nagestreefd wordt.
- Een factor die ook van invloed kan zijn, is de economische ontwikkeling. Als het voorzichtig ingezette **economische herstel** doorzet, kan dat ook tot een toename van de detailhandelsbestedingen en van de bestedingen in fysieke winkels leiden. Het

consumentenvertrouwen is in ieder geval sinds eind 2013 al weer aanzienlijk toegenomen, maar dat heeft zich nog niet vertaald in de bestedingen. Gewoonlijk gaat dat wel gebeuren, tenzij het herstel stagneert.

Hier is verder in de verdieping van de analyse op aankoopplaats niet ingegaan.

Verdieping analyse op aankoopplaats

Om te kunnen bepalen wat de kwalitatieve c.q. ruimtelijke gevolgen zijn voor de omliggende winkelgebieden in het verzorgingsgebied Leidsenhage, is het van belang inzicht te krijgen in het huidige functioneren van deze winkelgebieden. Wanneer een winkelgebied bijvoorbeeld momenteel goed functioneert dan zullen de effecten van Leidsenhage bijvoorbeeld minder snel leegstand of verloedering tot gevolg hebben. Indicatoren voor het functioneren zijn onder andere de gemiddelde vloerproductiviteit en het leegstandspercentage. In onderstaande tabel zijn de indicatoren gepresenteerd.

De tabel vraagt om een toelichting. Per kolom zijn de volgende gegevens gepresenteerd:

- Het huidige aanbod Mode & Luxe in m² wvo per winkelgebied⁴⁵.
- Percentage Mode & Luxe, als aandeel van het totale winkelaanbod in het winkelgebied (in m² wvo).
- De gemiddelde vloerproductiviteit in de branchegroep Mode & Luxe in het betreffende winkelgebied. Gemiddeld ligt de omzet in deze branchegroep in Nederland op € 2.360 per m² wvo. Vloerproductiviteiten van meer dan € 2.500 zijn bovengemiddeld (donkergroen), van € 2.000 tot € 2.500 functioneren gemiddeld (groen), van € 1.500 tot € 2.000 beneden gemiddeld (licht oranje) en < € 1.500,- functioneren ver beneden gemiddeld (donker oranje).
- Een indicatie van het leegstandseffect (m² wvo) in het scenario 50%-verdringing en het 'worst case'-scenario (100% verdringing).

Tabel 13 Kenmerken belangrijkste aankoopplaatsen, en effect op leegstand

Aankoopplaats	m ² wvo modisch	% totaal aankoop- plaats	Vloerdprod. modisch	Effect leegstand 50% scenario	Effect leegstand 100% scenario
Alphen aan den Rijn					
Centrum	19.922	52%	2.700	174	348
Herenhof	1.388	18%	2.800	8	17
Delft					
Centrum	22.602	48%	2.400	216	432
In de Hoven	4.817	28%	1.850	16	31
Hillegom					
Centrum	5.235	33%	1.750	23	46
Katwijk					
Centrum	11.776	54%	2.100	92	184
Leiden					
Centrum	38.469	50%	2.400	481	962

⁴⁵ Locatus, peildatum september 2014

Aankoopplaats	m² wvo modisch	% totaal aankoop- plaats	Vloerdprod. modisch	Effect leegstand 50% scenario	Effect leegstand 100% scenario
Kopermolen	1.499	21%	1.950	5	10
Leiderdorp					
Winkelhof	4.488	37%	2.650	34	69
Leidschendam-Voorb.					
Leidsenhage	25.966	62%	2.850	687	1.375
Lisse					
Centrum	12.112	43%	2.450	130	260
Noordwijk					
Hoofdstraat	10.532	62%	950	75	151
Kerkstraat	1.682	24%	1.000	5	10
Oegstgeest					
Lange Voort	2.085	28%	2.250	14	29
Pijnacker-Nootdorp					
de Parade	4.100	40%	2.000	39	78
Centrum Pijnacker	5.580	36%	1.100	14	29
Rijswijk					
In de Bogaard	27.498	54%	2.650	439	877
Oud-Rijswijk	2.812	29%	1.150	28	55
's-Gravenhage					
binnenstad	105.526	62%	1.950	835	1.671
Savornin Lohmanpl.	1.300	22%	950	1	2
Fahrenheit-Th.	4.284	38%	1.600	4	8
Fr. Hendrikl.	5.622	37%	2.300	15	30
Leyweg	12.234	49%	2.300	30	60
L. Hoofdstr.	2.333	28%	2.750	5	11
t Hoge Veen	1.436	24%	800	9	17
Ypenburg	1.089	18%	1.300	5	10
Teylingen					
Centrum Sassenheim	7.086	41%	1.750	38	76
Voorschoten					
Centrum	4.638	37%	1.500	87	173
Wassenaar					
Centrum	6.421	40%	1.650	95	189
Westland					
Centrum De Lier	1.321	20%	2.050	4	8
Centrum Monster	3.195	30%	1.450	3	7
Centrum Naaldwijk	14.995	53%	2.650	60	121
Centrum-Gravenz.	3.896	41%	1.900	15	31
Centrum Wateringen	3.636	29%	1.600	30	60
Zoetermeer					
Oosterheem	1.721	23%	450	3	7
Rokkeveen	1.320	28%	2.250	2	4
Stadshart	27.472	60%	3.250	168	336

*Ten opzichte van bijlage 18 ontbreken sommige gemeenten en aankoopplaatsen. Hier is sprake van een dermate beperkt gevestigd aanbod in Mode en Luxe cq omzetclaim, dat het verdringingseffect te verwaarlozen is.

**Zie bijlage 18.

Daar waar het effect op leegstand in het 'worst case'-scenario minder dan 150 m² wvo is, kwalificeert Bureau Stedelijke Planning dit als verwaarloosbaar. In de ruimtelijk-kwalitatieve toets is hier dan ook niet verder op ingegaan. De cijfers zijn wel terug te vinden in bovenstaande en eerdere tabellen.

Ruimtelijk-kwalitatieve effecten naar aankoopplaats

In deze paragraaf worden de effecten in de branchegroep Mode & Luxe per gemeente in de relevante winkelgebieden afzonderlijk doorlopen. Naast de absolute effecten is in elke gemeente ook aandacht geschonken aan een kwalitatieve beoordeling van die effecten. Immers, 1.000 m² wvo leegstand kan in de ene gemeente veel ingrijpender zijn dan in een andere. Hieronder is derhalve – net als in de rapportage – per gemeente beoordeeld in hoeverre sprake is van substantiële effecten en, belangrijker, of de toenemende leegstand kan leiden tot structuurverstoring. De gemeenten zijn op alfabetische volgorde gerangschikt

Alphen aan den Rijn

De gemeente Alphen aan den Rijn ondervindt beperkte verdringingseffecten. Bureau Stedelijke Planning becijfert het theoretisch leegstandseffect op 0,3% (of 276 m² wvo) in het scenario 50%-verdringing en 0,6% (552 m² wvo) in het 'worst case'-scenario (100%-verdringing). De effecten komen hoofdzakelijk neer in het centrum; voor de Herenhof is het effect verwaarloosbaar.

Ook indien rekening wordt gehouden met het effect van Leidsenhage kent het centrum van Alphen nog steeds een zeer hoge vloerproductiviteit. In combinatie met beoogde plannen voor versterking van dit winkelcentrum en de beperkte bevolkingsgroei in de gemeente zal de uitbreiding van Leidsenhage geen structurele effecten hebben op dit winkelgebied. Dit geldt ook voor Herenhof gezien dezelfde argumenten (hoge vloerproductiviteit, beperkte bevolkingsgroei). Bovendien heeft dit centrum voornamelijk een wijkverzorgende functie met een sterke nadruk op boodschappenaanbod, waardoor de effecten in geld en in m² te verwaarlozen zijn.

Delft

Het centrum van Delft kent een ander type bezoekdoel dan Leidsenhage. Delft centrum heeft een sterke mix van functies (horeca, cultuur) in een historische ambiance waardoor het centrum een hoge toeristisch-recreatieve waarde heeft. Leidsenhage echter wordt vooral bezocht om efficiënt recreatief te winkelen. Hierdoor zijn de winkelgebieden onderscheidend van elkaar en maar in beperkte mate concurrerend. Dit blijkt ook uit de kwantitatieve effectenanalyse. Het effect op leegstand is bescheiden: 0,3% of 439 m² wvo tot maximaal 0,5% of 877 m² wvo. Alleen voor het centrum van Delft treden effecten op. Voor In de Hoven (en de andere winkelgebieden in Delft) geldt dat het verdringingseffect te verwaarlozen is omdat deze centra zeer sterk gericht is op het eigen stadsdeel/wijk (boodschappen, lokaal verzorgend). Voor recreatief winkelen bezoekt de consument woonachtig in dit gebied nu ook al andere winkelgebieden in de omgeving (o.a. Delft, Den Haag, In de Boogaard, Leidsenhage). Dit effect wordt niet tot nauwelijks versterkt met de uitbreiding van Leidsenhage.

Rekening houdend met het relatieve verdringingseffect blijft de gemiddelde vloerproductiviteit in het centrum van Delft op een heel gemiddeld niveau. Daarbij zal het effect voor een groot deel teniet worden gedaan door de sterke bevolkingsgroei in deze gemeente (tot 2025 toename met circa 10.000 inwoners). Hierdoor zal de uitbreiding van Leidsenhage naar verwachting geen leegstand tot gevolg hebben.

Hillegom

Het (modisch) aanbod in het centrum van Hillegom functioneert momenteel ten opzichte van het landelijke gemiddelde op een matig niveau. Dit is ook terug te zien in de leegstand, deze is met 16% relatief hoog te noemen. De effecten van de uitbreiding van Leidsenhage zijn verwaarloosbaar. Reden hiervoor is dat het modisch aanbod in de gemeente dermate beperkt is, dat wanneer de consument op zoek is naar een ruimer aanbod nu ook al sterk georiënteerd is op onder andere Hoofddorp en Haarlem. Gezien de afstand tot Leidsenhage (circa 40 km) zal de uitbreiding van Leidsenhage hier nauwelijks iets aan veranderen.

Hoewel ook hier een beperkte bevolkingsgroei plaatsvindt, is het de verwachting dat het modisch aanbod dankzij autonome ontwikkelingen (zoals vergrijzing ondernemersbestand en internetwinkelen) onder druk blijft staan. Echter, deze constatering staat los van de ontwikkelingen in Leidsenhage.

Katwijk

In Katwijk zal het centrum (Winkelhart Zeezijde) een beperkt nadelig effect ondervinden, in termen van leegstand maximaal 183 m² wvo in het 'worst case'-scenario.

Daar de gemiddelde vloerproductiviteit op een redelijk niveau blijft, het omzet- en leegstandeffect beperkt is en de bevolking nog groeit met circa 4.000 inwoners tot 2020 heeft de uitbreiding van Leidsenhage geen negatieve gevolgen voor de consumentenverzorging en de detailhandelsstructuur in de gemeente Katwijk.

Leiden

Het centrum van Leiden is qua positionering ten opzichte van Leidsenhage vergelijkbaar met het centrum van Delft. Het centrum heeft een compleet andere karakteristiek waardoor het centrum van Leiden en Leidsenhage redelijk complementair aan elkaar zijn. De effecten pakken in Leiden wat hoger uit dan in Delft, in termen van leegstand 481 m² wvo tot maximaal 962 m² wvo. De reden is dat de inwoners van Leiden vanwege de geografische ligging ten opzichte van Leidsenhage eerder op Leidsenhage georiënteerd zijn dan de inwoners van Delft wanneer het gaat om efficiënt recreatief winkelen. Het is niet uitgesloten dat dankzij uitbreiding van Leidsenhage enkele winkels kunnen verdwijnen.

De effecten zullen echter beperkt zijn omdat de gemiddelde vloerproductiviteit in het centrum na uitbreiding van Leidsenhage op een gezond niveau blijft. Daarnaast staan in het centrum van Leiden enkele omvangrijke projecten op stapel, met als doel de versterking van het winkelaanbod en verbetering van het winkelcircuit. Mede hierdoor zijn er geen structurele effecten te verwachten die substantiële negatieve gevolgen hebben voor de ruimtelijke kwaliteit.

Voor de andere winkelgebieden in Leiden als de Kopermolen en de Luifelbaan geldt dat het winkelgebied nauwelijks recreatieve aantrekkingskracht heeft en de effecten niet noemenswaardig zijn en geen kwalitatieve gevolgen hebben voor deze winkelcentra.

Leiderdorp

Alle winkelgebieden in Leiderdorp (Winkelhof, Baanderij, Woon) ondervinden geen noemenswaardige effecten.

Leidschendam-Voorburg

In absolute zin zijn de negatieve effecten – na Den Haag – het grootst in de gemeente Leidschendam-Voorburg zelf. Het gros van de extra leegstand wordt toegerekend aan het huidige winkelcentrum Leidsenhage; 1.375 m² wvo. Dat is inherent aan de methodiek. Ook voor dit gevestigde winkelaanbod geldt namelijk dat zij omzet kunnen verliezen aan de beoogde nieuwe winkels. Daar staat tegenover dat de aantrekkingskracht van het vernieuwde Leidsenhage aanzienlijk groter zal zijn dan nu. Dit leidt tot een langere verblijfsduur (en meer bestedingen) en een deels nieuwe bezoekersstroom, waar het huidige winkelaanbod van profiteert. Hiervoor is niet gecorrigeerd in de leegstandsanalyse. Per saldo kan het leegstandseffect in Leidsenhage daardoor aanzienlijk lager liggen, zo niet verwaarloosbaar zijn.

Ook de leegstandseffecten elders in de gemeente Leidschendam-Voorburg zijn substantieel, met maximaal 740 m² wvo. Dit is met name voelbaar in de winkelgebieden Julianalaan (indicatief circa 175 m² wvo), Centrum Voorburg (circa 130 m² wvo), Damlaan (circa 65 m² wvo), Prins Frederiklaan (circa 50 m² wvo). In de andere winkelgebieden is het effect op leegstand lager dan 50 m² wvo. Verspreid door de bebouwde kom zal volgens de berekeningen indicatief nog eens ruim 200 m² wvo aan extra winkelleegstand ontstaan.

De mogelijke negatieve effecten worden verzacht indien deze omliggende winkelgebieden het momentum aangrijpen om zich eveneens te versterken en zo nodig herpositioneren met een meer onderscheidende propositie. In paragraaf 1.2 kwam een aantal ontwikkelingen in winkelgebieden in de regio aan bod, en ook Leidschendam-Voorburg heeft hierin al een voorschot genomen. De gemeente streeft naar concentratie van de winkelvoorzieningen en richt zich daarbij op versterking van vier kernwinkelcentra, waarbij versterking van de onderscheidende kwaliteiten van elk centrum voorop staat. Per kernwinkelcentrum is een ontwikkelingsrichting uitgewerkt. In samenhang met de belangrijkste stakeholders van deze winkelgebieden worden actieprogramma's opgesteld om te werken aan een vertaling van de ontwikkelingsrichting, waarbij elke partij (eigenaar, ondernemers, gemeente, etc.) vanuit zijn eigen rol en verantwoordelijkheid een bijdrage levert. Hiermee wil de gemeente de toekomstbestendigheid van de winkelgebieden waarborgen. Een dergelijke versterking van de bestaande lokale winkelstructuur kan model staan voor andere gemeenten en winkelgebieden.

Lisse

Het centrum van Lisse moet het vooral hebben van een sterke lokale consumentenbinding. Wanneer de lokale consument nu uitgebreid vergelijkend wil winkelen, dan is deze ook al op winkelgebieden in de directe omgeving georiënteerd zoals Hoofddorp en Leiden. De uitbreiding van Leidsenhage zal de oriëntatie van de

lokale consument niet substantieel veranderen. De effecten voor het centrum zijn beperkt: theoretisch maximaal 260 m² wvo op leegstand. Doordat het winkelgebied na uitbreiding van Leidsenhage nog steeds een bovengemiddelde vloerproductiviteit kent en de bevolking een kleine groei zal laten zien, zal vergroting van Leidsenhage geen structurele effecten voor Lisse met zich meebrengen.

Noordwijk

Afgaande op de theoretische uitgangspunten, functioneren zowel de Hoofdstraat als de Kerkstraat momenteel op een heel laag niveau. In de Kerkstraat uit zich dit ook in een hoge leegstand (19%), dit geldt niet voor de Hoofdstraat (leegstand 6%). Noordwijk heeft een zeer sterke toeristische component. Dit is niet in de totale omzet meegenomen, waardoor het werkelijk functioneren een stuk hoger ligt. Wanneer we uitgaan van het berekende gemiddelde vloerproductiviteitscijfer, dan kan de uitbreiding van Leidsenhage tot gevolg hebben dat een enkele winkel in de Hoofdstraat verdwijnt. We becijferen de leegstandstoename op een theoretisch maximum van 151 m² wvo in het 'worst case'-scenario. Op het totaal (ruim 10.500 m² wvo) blijft het effect echter zeer beperkt waardoor er geen afbreuk wordt gedaan aan de positionering van het winkelcentrum binnen de structuur. Voor de Kerkstraat geldt dat het modisch aanbod dermate beperkt is (1%) en er geen effect optreedt.

Oegstgeest

Het winkelgebied Lange Voort in Oegstgeest is een typisch lokaal verzorgend boodschappencentrum met een beperkte modische component (28% van het totale aanbod). Voor uitgebreid recreatief winkelen zijn de inwoners van Oegstgeest al sterk gericht op Leiden, Leidsenhage en Den Haag. De uitbreiding van Leidsenhage zal niet tot gevolg hebben dat de lokale consument vaker het lokale aanbod links laat liggen, hoogstens wordt er tijdens een bezoek aan Leidsenhage iets meer besteedt. Er treden als gevolg van de uitbreiding van Leidsenhage geen noemenswaardige effecten op in gemeente Oegstgeest of de winkelgebieden.

Pijnacker-Nootdorp

De Parade vormt het centrumwinkelgebied van Nootdorp. Het centrum functioneert op het moment waarschijnlijk matig omdat het ontwikkeld is met het oog op een bevolkingsgroei in de omgeving de komende jaren. Vanwege de korte afstand tot Leidsenhage treden wel enige effecten op. De effecten zijn in absolute zin echter beperkt omdat het winkelcentrum een ander hoofdbezoekdoel dient dan Leidsenhage (boodschappen doen versus efficiënt recreatief winkelen). De inschatting is dat het effect van Leidsenhage op leegstand 78 m² wvo bedraagt in het 'worst case'-scenario. Als er daarvan iets merkbaar is wordt het ruimschoots gecompenseerd door de bevolkingsontwikkeling in het gebied. Er zijn daarom geen structurele negatieve gevolgen voor de leefbaarheid en de consumentenverzorging in het gebied.

Het centrum van Pijnacker ligt ten opzichte van de Parade op grotere afstand van Leidsenhage waardoor de effecten hier veel geringer zijn. Het effect is zo klein dat dit niet merkbaar is en dus ook geen structurele gevolgen kan hebben. Bovendien is het winkelcentrum mede met het oog op de uitgebreide woningnieuwbouw in de omgeving de afgelopen jaren volledig vernieuwd, waardoor de huidige omzet (in de berekening) aan de lage kant is. Dankzij de recente kwaliteitsverbetering en de bevolkingsgroei gaat het centrum naar verwachting geleidelijk aan beter functioneren.

Rijswijk

In het hoofdwinkelcentrum van Rijswijk, In de Bogaard, treden omzeteffecten op. Dit centrum is vergelijkbaar met Leidsenhage in de huidige constellatie en op een steenworp afstand van Leidsenhage gelegen (circa 7 km). We berekenen de effecten in termen van leegstand op 439 m² wvo tot maximaal 877 m² wvo. Daar In de Bogaard te kampen heeft met een oplopende en hoge leegstand zullen de effecten merkbaar zijn. Alle betrokkenen zijn zich hiervan bewust; een revitalisering en herpositionering is aanstaande. Bovendien vindt in Rijswijk een forse bevolkingsaanwas plaats (+ ca. 10% tot 2025!) waar In de Bogaard van meeprofiteert.

Voor Oud Rijswijk geldt dat dit winkelgebied een heel eigen, dorps karakter heeft en daardoor zich onderscheidt van geplande winkelcentra als Leidsenhage en In de Bogaard. Hierdoor en door de afstand is het effect van de versterking van Leidsenhage niet merkbaar.

's-Gravenhage

Den Haag is de gemeente waar de grootste absolute effecten optreden. Daar de effecten worden uitgesmeerd over een groot gebied en een groot aantal aankoopplaatsen zijn ze in relatieve zin beperkt. De Haagse binnenstad springt er in absolute effecten uit. We berekenen de het effect op leegstand op 835 m² wvo in het scenario 50%-verdringing en 1.671 m² wvo in het scenario 100%-verdringing. Dit is aanzienlijk. Anderzijds vindt in de Haagse binnenstad een forse versterking plaats in de modische sfeer, waardoor het centrum juist bovenregionaal veel meer omzet gaat trekken. De binnenstad concurreert feitelijk met de grootste winkelgebieden in Nederland, zijnde de binnensteden van Amsterdam, Utrecht en Rotterdam. De positie van de Haagse binnenstad wordt daarmee bestendigd en verstevigd. Er gaat geen structureel verstorend effect van Leidsenhage uit.

Door oplevering van een groot aantal nieuwe projecten in combinatie met een aanzienlijke bevolkingsgroei verdampt het verdringingseffect van Leidsenhage (meer dan) geheel.

Voor de overige winkelgebieden in Den Haag geldt dat de omzeteffecten vrijwel nihil zijn omdat deze gebieden lokaal verzorgend van aard zijn met overwegend een nadruk op boodschappen.

Teylingen

Het centrum van Sassenheim functioneert theoretisch gezien niet optimaal, hoewel de leegstand beperkt is (4%). Vanwege een beperkte bevolkingskrimp in combinatie met algemene tendensen zal het functioneren ook naar de toekomst onder druk blijven staan.

Het effect van Leidsenhage hierop is echter verwaarloosbaar vanwege de afstand tot Leidsenhage (circa 22 km) en de aard van het winkelcentrum (boodschappen en slechts beperkte recreatieve functie). Zoals tevens beargumenteerd is bij diverse andere winkelcentra zal niet zozeer *de uitbreiding* van Leidsenhage ervoor zorgen dat men vaker buiten de eigen gemeente gaat winkelen. Een keur aan ontwikkelingen in de regio, de kwetsbare positie en landelijke tendensen zijn er debet aan dat er mogelijk winkels verdwijnen.

Voorschoten

Binnen de regionale detailhandelsstructuur is theoretisch benaderd dat op winkelgebiedsniveau de relatieve effecten het grootst zijn in het centrum van Voorschoten. Leidsenhage ligt op circa 7 km afstand en vormt het dichtstbijzijnde grote, planmatig ontwikkelde winkelcentrum in de omgeving. In absolute zin zijn de effecten echter beperkt: een oplopende leegstand van maximaal 173 m² wvo in het 'worst case'-scenario (100%-verdringing).

Aangezien het gemiddeld functioneren nu al op een vrij laag niveau ligt, bestaat er eventueel kans op extra leegstand in het centrum. Het maximale verdringingseffect als gevolg van de versterking van Leidsenhage komt neer op maximaal twee winkels (de gemiddelde omvang van een winkel in de branche Mode & Luxe in Voorschoten is 150 m² wvo). Op een totaal van 30 winkels in de sector Mode & Luxe leidt dit niet tot een duurzame verstoring van de voorzieningenstructuur, dan wel tot een verstoring van de positie van Voorschoten als bijzonder, lokaal verzorgend winkelgebied. Zeker niet wanneer nog enige bevolkingsgroei voor de komende jaren en de beperkte leegstand op dit moment (ten opzichte van het landelijk beeld) in ogenschouw wordt genomen. Het is belangrijk dat Voorschoten in staat is publieksaantrekkende functies te concentreren in het centrum om zodoende, gebruikmakend van haar lokaal verzorgende karakter, toekomstbestendig te zijn.

Wassenaar

Voor het centrum van Wassenaar geldt in hoofdlijnen dezelfde redenering als voor het centrum van Voorschoten. Het verdringingseffect is in relatieve zin een fractie lager (vanwege de iets grotere afstand tot Leidsenhage, circa 9 km), in absolute zin een fractie hoger (daar Wassenaar over een groter aanbod beschikt in Mode & Luxe, + 1.800 m² wvo).

Ook hier zullen wellicht beperkte ruimtelijke effecten optreden als gevolg van uitbreiding van Leidsenhage in combinatie met de matige vloerproductiviteit en de bevolkingsdaling. Ook hier zouden maximaal twee winkels kunnen verdwijnen als gevolg van de versterking van Leidsenhage, op een totaal aanbod van 50 winkels in de branchegroep Mode & Luxe. Dit doet slechts in geringe mate afbreuk aan de ruimtelijke kwaliteit van het winkelcentrum.

Westland

Het effect op de winkelgebieden in Westland zal zeer beperkt zijn vanwege de relatief grote afstand tot Leidsenhage (ca. 25 km). Het grootste winkelgebied in de gemeente, het centrum van Naaldwijk, kent een hoge gemiddelde vloerproductiviteit en het verdringingseffect is zo beperkt dat dit geen kwalitatieve negatieve gevolgen zal hebben. Voor de centra van 's-Gravenzande en Wieringen geldt dat het functioneren al onder druk staat vanwege autonome ontwikkelingen. De uitbreiding van Leidsenhage zal er in deze dorpen niet voor zorgen dat er winkels verdwijnen. Voor de centra van Monster en De Lier geldt dat de verdringing verwaarloosbaar is.

Zoetermeer

Stadshart Zoetermeer ligt net als In de Bogaard op betrekkelijk korte afstand en is qua type winkelcentrum vergelijkbaar met Leidsenhage. De effecten zijn zowel in relatieve als absolute omvang beperkter, op leegstand maximaal 0,7% of 336 m² wvo. Voor het Stadshart geldt een laag leegstandspercentage en een hoge vloerproductiviteit, ook na uitbreiding van Leidsenhage. Dit impliceert dat er vermoedelijk geen wezenlijk leegstandseffect optreedt.

Voor de overige winkelgebieden, zoals Oosterheem en Rokkeveen, geldt dat de effecten verwaarloosbaar zijn vanwege het beperkte modische aanbod en de wijkgebonden verzorgingsfunctie.

Zoeterwoude

De voornaamste aankoopplaats in Zoeterwoude betreft de grootschalige concentratie Rijnkeboulevard. Vanwege het ontbreken van aanbod in Mode & Luxe is er geen sprake van enig verdringingseffect als gevolg van de herontwikkeling van Leidsenhage. Zie ook de afsluitende opmerking in bijlage 18.

Conclusies en slotoverwegingen

BRO komt tot de volgende conclusies en slotoverwegingen:

- De mogelijke effecten van de versterking van Leidsenhage zullen deels terecht komen bij nu verspreid of in kleine winkelcentra gelegen winkels. Het effect daarvan op de regionale detailhandelsstructuur is te verwaarlozen omdat er enerzijds sprake zal zijn van een bijdrage aan (het beleidsmatige streven naar) een verdere concentratie van winkelaanbod in grotere winkelcentra en anderzijds omdat het betreffende winkelaanbod niet essentieel is voor de functie van de betreffende kleinere winkelcentra in de detailhandelsstructuur. Het gaat immers vrijwel altijd om in eerste instantie op boodschappen doen gerichte buurt-, wijk-, of dorpscentra.
- Uit de kwantitatieve analyse komt naar voren dat er mogelijke omzeteffecten zijn voor de (grotere) winkelgebieden in de regio. Deze theoretische effecten zullen bij veel winkelgebieden in de praktijk minder groot zijn vanwege bijvoorbeeld de toename van het consumentendraagvlak in de directe omgeving, het goede huidige functioneren of het specifieke, onderscheidende karakter van het winkelcentrum.
- Dit neemt niet weg dat het aannemelijk is dat er enkele winkelcentra zullen zijn waar een of enkele winkels in de branchegroep niet-dagelijks als gevolg van de versterking van Leidsenhage in combinatie met de versterking van andere winkelcentra of de verdere groei van e-commerce zullen verdwijnen. De aantallen zijn echter dusdanig gering dat er geen sprake zal zijn van een aantasting van de lokale consumentenverzorging, detailhandelsstructuur of het leef-, woon- en ondernemersklimaat. Met het versterken van de grootste winkelcentra in de regio wordt wel het perspectief voor een verdere uitbreiding van het winkelaanbod in de betreffende branches in verschillende winkelcentra minder. Dat hoeft het functioneren echter nog niet direct aan te tasten.
- De detailhandel is een dynamische branche en het is van alle tijden dat er nieuwe winkels of formules komen en na verloop van tijd ook weer verdwijnen. Ondernemingen passen zich in een markteconomie steeds aan veranderende vraag- en aanbodverhoudingen en dat geldt ook voor hun vestigingsbeleid. Momenteel is er, zeker in de branche Mode & Luxe, een trend van ruimtelijke concentratie in de grootste winkelgebieden en daarbinnen in het A1-gebied. Het initiatief voor integrale herontwikkeling van Leidsenhage speelt hier op in. Dit betekent echter niet dat deze branche ook verdwijnt uit de andere winkelgebieden, wel dat het perspectief voor met name aanbod in het middensegment in een deel van die centra minder wordt. Het perspectief in de lagere en hogere segmenten blijft echter goed en de betreffende centra kunnen zich hier meer op profileren. Daarmee wordt het onderscheidend vermogen van deze centra ook sterker.
- Ten slotte wijst BRO erop dat in algemene zin nabijheid van winkelaanbod nog steeds een belangrijke factor in het koopgedrag is: de mobiele consument zal, zoals dat nu

ook al het geval is, met enige regelmaat grote winkelcentra in de omgeving bezoeken, maar even goed het lokale winkelcentrum blijven aan doen, vooral als dat centrum goed bereikbaar is, goede parkeermogelijkheden en een aangenaam verblijfsklimaat biedt. Juist ouderen zijn geneigd toch meer in de wat kleinere, nabij gelegen winkelcentra te kopen, zo hebben meerdere koopstromenonderzoeken aangetoond. De ook in de Haagse en Leidse regio's doorzettende toename van het aantal ouderen biedt daarom in eerste instantie op de lokale verzorging gerichte winkelcentra extra perspectief.

4.4 Effecten op leegstand en woon-, leef- en ondernemersklimaat

Leegstand

De (winkel)leegstand in Leidsenhage beperkte zich jarenlang tot ongeveer frictieleegstand. Van structurele leegstand was niet of nauwelijks sprake. Momenteel is de leegstand toegenomen tot 18 panden met een totale omvang van circa 2.600 m² wvo. Daarmee ligt de leegstand boven frictieniveau, maar nog altijd onder het landelijke gemiddelde. De integrale herontwikkeling van Leidsenhage zal niet leiden tot een sterk oplopende leegstand. Unibail-Rodamco beschikt al over een kandidatenlijst met enkele tientallen (inter)nationale retailers die momenteel niet in Leidsenhage (en veelal ook in de regio) zijn gevestigd en hun verregaande interesse in het project hebben uitgesproken. Daarnaast worden de nieuwe winkelmeters deels gebruikt om de uitbreidingswens van zittende winkeliers te kunnen faciliteren.

Het leegstandsniveau in de regio's Haaglanden en Holland Rijnland is ongeveer gelijk aan het landelijke niveau (beiden rond de 7%)⁴⁶. Met een totaal winkelaanbod van circa 2,4 miljoen m² wvo (inclusief leegstand) bedraagt de winkelleegstand circa 165.000 m² wvo. Als gevolg van de toevoeging van winkelmeters in Leidsenhage kan de leegstand oplopen. Dit verschilt per scenario:

- Scenario 0%-verdringing. Het in Leidsenhage toegevoegde retailaanbod en het concept zijn volstrekt uniek voor het marktgebied (de regio's Haaglanden en Holland Rijnland), dat wil zeggen niet (volwaardig) vertegenwoordigd in de regio, en ook een sterk bovenregionale aantrekkingskracht heeft. Het effect op leegstand is nihil.
- Scenario 50%-verdringing. Bureau Stedelijke Planning schat in dat op basis van de beoogde invulling, het planconcept en ervaringen elders de werkelijke verdringing maximaal 50% bedraagt. Dit heeft te maken met vergroting van het bereik (bovenregionale omzet) en verschuiving van consumptieve bestedingen (zie voor een andere uitleg bijlage 18). In het scenario 50%-verdringing kan de leegstand (van winkelmeters in de regio) met 0,3%-punt oplopen, in meters maximaal 6.350 m² wvo⁴⁷.
- Het 'worst case'-scenario (100% verdringing). Het in Leidsenhage toegevoegde retailaanbod is een kopie is van bestaand aanbod in de regio (louter meer van hetzelfde). Het nieuwe Leidsenhage oefent geen enkele (extra) aantrekkingskracht op de consumenten van buiten de regio's Haaglanden en Holland Rijnland. In dit 'worst

⁴⁶ Locatus Verkooppunt Verkenner, peildatum januari 2014

⁴⁷ Voor de toename van leegstaand gaan we ervan uit dat elke 1% omzeterderving leidt tot een leegstandtoename van 0,5% van het huidige gevestigde aanbod. Immers, omzeterderving gaat niet 1-op-1 gepaard met een stijging van leegstand. Zie voor een nadere toelichting bijlage 18.

case'-scenario kan de leegstand (van winkelmeters in de regio) in theorie met 0,6%-punt oplopen, in meters maximaal 12.780 m² wvo⁴⁸.

Mogelijke uitval betreft vooral de nu al matig functionerende winkels op huidige kwetsbare locaties.

In onderstaande tabel zijn de effecten op leegstand per gemeente in de regio's Haaglanden en Holland Rijnland becijferd voor de scenario's 50%- en 100%-verdringing (het 0%-scenario is niet opgenomen, daar alle getallen 0 zijn). Tabel 15 op de volgende pagina toont de huidige en toekomstige leegstand (in %) in dezelfde gemeenten als gevolg van het beoogde initiatief in Leidsenhage. Voor het effect op leegstand naar de belangrijkste aankoopplaatsen verwijzen we naar de vorige paragraaf.

Tabel 14 Effect op leegstand in gemeenten regio's Haaglanden en Holland Rijnland

	Scenario 50%-verdringing			Scenario 100%-verdringing		
	Omzeteffect	Effect op leegstand	m ² wvo	Omzeteffect	Effect op leegstand	m ² wvo
Alphen aan den Rijn	0,6%	0,3%	280	1,1%	0,6%	559
Boskoop	0,2%	0,1%	10	0,4%	0,2%	21
Delft	0,6%	0,3%	456	1,1%	0,6%	911
Hillegom	0,2%	0,1%	39	0,4%	0,2%	77
Kaag en Braassem	0,2%	0,1%	29	0,4%	0,2%	57
Katwijk	0,4%	0,2%	207	0,8%	0,4%	414
Leiden	0,8%	0,4%	553	1,5%	0,8%	1.107
Leiderdorp	0,5%	0,2%	193	1,0%	0,5%	385
Leidschendam-Voorburg	2,3%	1,1%	1.057	4,6%	2,3%	2.115
Lisse	0,8%	0,4%	192	1,6%	0,8%	384
Midden-Delfland	0,2%	0,1%	8	0,4%	0,2%	15
Nieuwkoop	0,2%	0,1%	40	0,3%	0,2%	81
Noordwijk	0,4%	0,2%	80	0,8%	0,4%	160
Noordwijkerhout	0,3%	0,2%	38	0,6%	0,3%	77
Oegstgeest	0,4%	0,2%	41	0,9%	0,4%	81
Pijnacker-Nootdorp	0,4%	0,2%	107	0,8%	0,4%	215
Rijnwoude	0,2%	0,1%	65	0,4%	0,2%	131
Rijswijk	1,3%	0,6%	499	2,6%	1,3%	997
's-Gravenhage	0,5%	0,2%	1.477	1,0%	0,5%	2.955
Teylingen	0,3%	0,2%	63	0,7%	0,3%	125
Voorschoten	1,0%	0,5%	126	2,0%	1,0%	252
Wassenaar	0,8%	0,4%	130	1,6%	0,8%	261
Westland	0,3%	0,1%	235	0,6%	0,3%	471
Zoetermeer	0,4%	0,2%	318	0,7%	0,4%	636
Zoeterwoude	0,7%	0,4%	152	1,4%	0,7%	305
Totaal	0,6%	0,3%	6.388	1,2%	0,6%	12.777

⁴⁸ Zie voetnoot 49

Tabel 15 Huidige winkelleegstand en toekomstige winkelleegstand in gemeenten regio's Haaglanden en Holland Rijnland.

	Scenario 50%-verdringing			Scenario 100%-verdringing		
	Huidige	Effect	Toekomstige	Huidige	Effect	Toekomstige
	Leegstand (%)	Leidsenhage (%-punt)	Leegstand (%)	Leegstand (%)	Leidsenhage (%-punt)	Leegstand (%)
Alphen a/d Rijn	7,7%	0,3%	8,0%	7,7%	0,6%	8,3%
Boskoop	6,9%	0,1%	7,0%	6,9%	0,2%	7,1%
Delft	4,6%	0,3%	4,9%	4,6%	0,6%	5,2%
Hillegom	6,2%	0,1%	6,3%	6,2%	0,2%	6,4%
Kaag en Br.	3,9%	0,1%	4,0%	3,9%	0,2%	4,1%
Katwijk	8,2%	0,2%	8,4%	8,2%	0,4%	8,6%
Leiden	5,2%	0,4%	5,6%	5,2%	0,8%	6,0%
Leiderdorp	11,1%	0,2%	11,3%	11,1%	0,5%	11,6%
Leidschendam-V.	7,4%	1,1%	8,5%	7,4%	2,3%	9,7%
Lisse	4,9%	0,4%	5,3%	4,9%	0,8%	5,7%
Midden-Delfland	1,8%	0,1%	1,9%	1,8%	0,2%	2,0%
Nieuwkoop	3,5%	0,1%	3,6%	3,5%	0,1%	3,6%
Noordwijk	5,7%	0,2%	5,9%	5,7%	0,4%	6,1%
Noordwijkerhout	9,4%	0,2%	9,6%	9,4%	0,3%	9,7%
Oegstgeest	6,3%	0,2%	6,5%	6,3%	0,4%	6,7%
Pijnacker-N.	4,9%	0,2%	5,1%	4,9%	0,4%	5,3%
Rijnwoude	5,6%	0,1%	5,8%	5,6%	0,3%	5,9%
Rijswijk	8,2%	0,6%	8,8%	8,2%	1,3%	9,5%
's-Gravenhage	9,7%	0,2%	9,9%	9,7%	0,5%	10,2%
Teylingen	8,1%	0,2%	8,3%	8,1%	0,3%	8,4%
Voorschoten	3,0%	0,5%	3,5%	3,0%	1,0%	4,0%
Wassenaar	3,5%	0,4%	3,9%	3,5%	0,8%	4,3%
Westland	4,8%	0,1%	4,9%	4,8%	0,3%	5,1%
Zoetermeer	4,0%	0,2%	4,2%	4,0%	0,4%	4,4%
Zoeterwoude	3,2%	0,4%	3,6%	3,2%	0,7%	3,9%
Totaal	7,0%	0,3%	7,3%	7,0%	0,6%	7,6%

Berekening op basis van 1.500 m² en 18.500 m² wvo aan respectievelijk extra dagelijkse en extra niet-dagelijkse winkelmeters.

*Betreft opnamedatum 1 januari 2014

De effecten op leegstand zijn merkbaar binnen de gemeente Leidschendam-Voorburg. Andere gemeenten waar het effect op leegstand mogelijk merkbaar is, zijn:

- Den Haag, de gemeente waar de grootste absolute effecten optreden. Daar de effecten worden uitgesmeerd over een groot gebied en een groot aantal aankoopplaatsen zijn ze in relatieve zin beperkt. Daar de Haagse binnenstad zich de komende jaren nog aanzienlijk zal versterken en de bevolking groeit, verwateren de effecten.
- De gemeenten Leiden, Rijswijk, Delft, Zoetermeer en Alphen aan den Rijn waar het effect op leegstand in het 'worst case'-scenario tussen de 500 en 1.000 m² wvo bedraagt. De grootste aankoopplaatsen in de deze gemeenten hebben enige overlap in functie kennen met Leidsenhage.
- De gemeenten Wassenaar en Voorschoten, waar het relatieve verdringingseffect (gerelateerd aan de totale detailhandelsomzet of bestedingspotentieel van de

betreffende gemeente) bovengemiddeld hoog is. In absolute omvang – en dus ook in een mogelijk oplopend leegstandsmetraging – is het effect echter zeer gering, rond de 250 m² wvo in het ‘worst case’-scenario (100%-verdringing).

Voor de andere gemeenten en aankoopplaatsen zijn de effecten op omzet zeer beperkt en daarmee op de leegstand waarschijnlijk niet merkbaar.

N.B.: In het scenario 50%-verdringing is een deel van de bovenregionale omzet afkomstig uit de rest van de provincie Zuid-Holland (buiten de regio's Haaglanden en Holland Rijnland). Het gaat om een bedrag van circa € 14,4 miljoen⁴⁹, een kleine 0,2% van de totale omzet, in leegstand minder dan 0,1%. Dit is niet merkbaar.

Overigens is de invloed en het effect van economische, demografische (groei of krimp), kwaliteit van ondernemerschap, infrastructurele en sectorspecifieke ontwikkelingen (zoals internetwinkelen) vermoedelijk groter dan de uitbreiding van het aanbod in Leidsenhage. Ter illustratie: de niet-dagelijkse detailhandelssector verloor in 2013 4,6% omzet ten opzichte van 2012 (Bron: CBS). Dit effect is al meer dan vier maal groter dan het *theoretisch verdringingseffect van 1,1%* wat we berekenen voor de niet-dagelijkse detailhandel in Haaglanden en Holland Rijnland in het scenario 50%-verdringing.

Van een structuurverstorende werking of ‘duurzame ontvruchting’ zal geen sprake zijn. Jurisprudentie wijst uit dat duurzame ontvruchting alleen mogelijk is bij eerste levensbehoeften; inwoners moeten op acceptabele afstand van hun woonplaats boodschappen in eerste levensbehoeften kunnen (blijven) doen. Met de beperkte uitbreiding van het dagelijkse winkelaanbod in Leidsenhage (primair ten behoeve van optimalisatie van bestaande aanbieders) en het zeer geringe verdringingseffect wat daardoor optreedt zal geen sprake zijn van duurzame ontvruchting op lokaal niveau, laat staan regionaal niveau.

Structuurversterking

Het ligt overigens in de lijn der verwachting dat een aantal slecht functionerende winkels, zeker op solitaire locaties, in de toekomst zal verdwijnen. Dit is een autonome trend, die ook optreedt zonder de uitbreiding van Leidsenhage, maar daarmee wellicht wat wordt versneld. Daarmee verdwijnen in de regel ‘slechte’ meters. De totale structuur wordt juist versterkt en toekomstbestendiger.

Woon-, leef- en ondernemersklimaat

Met de herontwikkeling en uitbreiding van Leidsenhage wordt zowel de lokale als de regionale consument beter bediend. Binnen het centrum wordt met de toevoeging van een breed palet aan (inter)nationale (modische) retailers en het honoreren van uitbreidingswensen van bestaande retailers een meer compleet winkelaanbod gerealiseerd. Leidsenhage wint daarmee aan attractiviteit, die het de afgelopen tien jaar deels verloor. Maar niet alleen de (toekomstige) consumentenbehoefte staat centraal bij de herontwikkeling van Leidsenhage, ook behoeften van retailers en andere ondernemers, evenals de ruimtelijke kwaliteit staan centraal. Daarnaast wordt het woon-, leef- en ondernemersklimaat ook verbeterd door het uit de markt nemen van circa 29.500 m² bvo aan leegstaande kantoren.

⁴⁹ Maximaal de helft van de bovenregionale omzet van € 28,8 miljoen (€ 86,5 miljoen * 1/3). De andere helft van de bovenregionale omzet is afkomstig van buiten de provincie Zuid-Holland.

In de vorige paragraaf is al gememoreerd dat er voor diverse gemeenten en aankoopplaatsen (Den Haag, Leiden, Rijswijk, Delft, Zoetermeer en Alphen aan den Rijn) in de regio mogelijk beperkte verdringingseffecten optreden vanwege overlap in functie met Leidsenhage. De mogelijke effecten op omzet of leegstand zijn in absolute en relatieve zin niet van dien aard of omvang dat aantasting van het woon-, leef-, en ondernemersklimaat optreedt.

Voor de andere gemeenten en aankoopplaatsen zijn de mogelijke effecten op de omzet en leegstand zeer beperkt. In lijn daarmee zijn de mogelijke effecten op het woon-, leef- en ondernemersklimaat ook zeer beperkt, zowel in positieve als in negatieve zin.

Alles overziend komen zowel BRO als Bureau Stedelijke Planning tot de conclusie dat de integrale herontwikkeling van Leidsenhage in kwalitatieve zin niet zal resulteren in een aantasting van de kwaliteit van de consumentenverzorging en detailhandelsstructuur in de regio en het mogelijke leegstandseffect zal ook dusdanig gering (en bij veel winkelgebieden afwezig) zijn dat er geen sprake zal zijn van een aantasting van het leef-, woon- of ondernemersklimaat in de regio.

Stilstand is achteruitgang

Het alternatieve nulscenario ('niets doen') is overigens weinig aantrekkelijk. In dat geval blijven investeringen in Leidsenhage uit, waardoor de consument meer gaat uitwijken en de klandizie afneemt, en het gevaar groot is dat Leidsenhage op termijn langzaam afglijdt naar een veredeld wijkwinkelcentrum. Met deze verschraling van het voorzieningenniveau is noch Leidsenhage noch de voorzieningenstructuur in gemeente en regio gebaat. (Latente) behoeften en kansen blijven bovendien onbenut.

Leidsenhage in 1975 en 2012



4.5 Conclusies

De integrale herontwikkeling van Leidsenhage levert circa 500 (deels nieuwe) arbeidsplaatsen op en zorgt ook nog voor een forse tijdelijke werkgelegenheid gedurende de bouw.

Hoewel het initiatief distributief verantwoord is en de economische bijdrage per saldo positief is, zal er ook mogelijk sprake zijn van enige verdringing. Geprojecteerd op het totale winkelaanbod in de regio's Haaglanden en Holland Rijnland gaat het om een verdringingseffect van 0,6% voor de gehele detailhandelsomzet, 0,2% in de dagelijkse sector en 1,1% in de niet-dagelijkse sector in scenario 50%-verdringing en respectievelijk 1,2%, 0,3% en 2,3% in het 'worst case'-scenario (100%-verdringing). De

effecten op de totale detailhandelsomzet zijn te kwalificeren als regulier ondernemersrisico.

Voor individuele winkels en winkelgebieden geldt hoe meer overlap (in functie, branche, metrage, formule, prijsstelling, doelgroep en afstand), des te groter het mogelijke verdringingseffect. De grootste effecten zijn te verwachten voor de centrale winkelgebieden met een hoog aandeel Mode & Luxe (absoluut en relatief) in het verzorgingsgebied van Leidsenhage met overlap in functie. Het betreft de binnenstad van Den Haag en in mindere mate de Leidse binnenstad, Rijswijk-In de Bogaard, Delft, Alphen aan den Rijn-Centrum en Zoetermeer-Stadshart. In de Haagse en Leidse binnenstad en Zoetermeer-Stadshart staan majeure projecten op stapel, waardoor de effecten worden gedempt.

Ook Oud-Voorburg en de kernwinkelgebieden van Wassenaar en Voorschoten ondervinden enige nadelige effecten, daar zij in de nabijheid liggen en ook modisch aanbod bieden. Het is zaak dat zij hun eigen identiteit/profiel versterken en hun winkelgebied toekomstbestendig(er) maken. Dit daar niet alleen voor Leidsenhage, maar ook in de Haagse en Leidse binnenstad grote projecten op stapel staan. De gemeente Leidschendam-Voorburg sorteert voor op deze ontwikkeling door de winkelgebieden scherper van elkaar te profileren.

Leidsenhage trekt beperkt omzet uit verder gelegen gemeenten, die niet grenzen aan Leidschendam-Voorburg en/of weinig overlap vertonen met Leidsenhage. Eventuele effecten voor de winkelgebieden in deze gemeenten zullen hier dan ook nauwelijks merkbaar zijn.

We verwachten dat mogelijke verdringingseffecten van de toevoeging van horeca en een bioscoop zeer beperkt zijn. Horeca is grotendeels ondersteunend aan de winkelfunctie. Met vergroting van het winkelaanbod neemt de behoefte aan horecagelegenheden meer dan evenredig toe. Een bioscoop ontbreekt tot op heden en vormt een waardevolle aanvulling. Alternatieven bevinden zich op vrij grote afstand, waardoor de effecten beperkt zijn.

Effecten op leegstand

In Leidsenhage bedraagt de leegstand momenteel 18 panden met een totale omvang van circa 2.600 m² wvo. Met de voorgenomen herontwikkeling wordt deze leegstand opgelost. Hetzelfde geldt voor de leegstaande kantoren; circa 29.500 m² bvo wordt uit de markt onttrokken.

De leegstand in geheel Leidschendam-Voorburg en de regio Haaglanden is vergelijkbaar met het landelijke niveau. In het scenario 50%-verdringing kan de leegstand (van winkelmeters in de regio) met 0,3%-punt oplopen, in meters maximaal 6.390 m² wvo. In het 'worst case'-scenario (100% verdringing) is dit 0,6%-punt, in meters maximaal 12.780 m² wvo. Het valt daarmee op voorhand niet uit te sluiten dat enkele verkooppunten uitvallen. Dit zullen vooral de matig functionerende winkels op kwetsbare locaties. Tot grote uitval c.q. sterk oplopende leegstand elders (en daarmee onaanvaardbare aantasting van het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat c.q. duurzame ontwikking) zal het initiatief niet leiden.

De huidige leegstaande panden zijn niet geschikt voor de retailers die in de herontwikkeling en uitbreiding van Leidsenhage zijn voorzien. Betreffende panden zijn niet courant, veelal te klein en/of verkeerd gelegen. Bovenal ontbreekt het aan cachet - van het pand, winkelgebied en concept - wat deze retailers eisen.

Het alternatieve nulscenario ('niets doen') is weinig aantrekkelijk. In dat geval blijft de noodzakelijke kwaliteitsimpuls uit. Het gevaar is dat Leidsenhage (onbedoeld) een concurrent wordt van de meer lokaal verzorgende centra in Leidschendam-Voorburg en buurgemeenten.

Bijlage 1: Juridisch-planologisch kader

De laatste jaren verkeert de detailhandel in zwaar weer als gevolg van ondermeer de economische crisis, de woningmarktcrisis en het toenemende gebruik van internet als aankoopkanaal. Dit heeft onder meer geleid tot een aanzienlijke toename van de winkelleegstand en dat kan weer negatieve gevolgen hebben voor de leefomgeving. Het gevolg is dat het omgaan met detailhandelsontwikkelingen bij de overheden meer aandacht heeft gekregen en dat de wet- en regelgeving ook is aangepast. Dit houdt in dat meer dan voorheen rekening moet worden gehouden met de juridische kaders en de jurisprudentie over de toepassing daarvan. In deze paragraaf wordt hier dieper op ingegaan, om te kunnen kaderen op welke aspecten de herontwikkeling van Leidsenhage beoordeeld moet worden.

Europese richtlijnen

Er is enige discussie over de vraag of detailhandel gezien moet worden als het vrij verrichten van diensten (en daarmee onder de werking van de Europese Dienstenrichtlijn valt) of dat het gereguleerd wordt door de richtlijnen met betrekking tot het vrije verkeer van goederen⁵⁰. Van belang voor de juridische toetsing van de toelaatbaarheid van ruimtelijke plannen is niet zozeer de vraag of detailhandel betrekking heeft op diensten of op goederen, maar of de regeling uitsluitend op ruimtelijke argumenten gebaseerd is en niet op economische. De overheid mag zich namelijk niet mengen in concurrentieverhoudingen.

Daarnaast mogen overheden enkel regels (zoals vergunningen) stellen aan de vestiging van (detailhandels)bedrijven, wanneer er sprake is van de volgende uitgangspunten:

1. als dit om dwingende redenen van algemeen belang nodig is;
2. de regel van toepassing is op alle situaties en voor iedereen; en
3. de regel niet verder beperkingen oplegt dan strikt noodzakelijk is.

De aspecten 'ruimtelijke ordening' en 'consumentenbescherming' zijn dwingende redenen van algemeen belang zoals benoemd onder 1):

Ruimtelijke ordening: sturen op zorgvuldig ruimtegebruik, de ruimtelijke inpassing en de ruimtelijke impact van detailhandel dient zorgvuldig afgewogen te worden. Denk hierbij aan de effecten van een ontwikkeling op de verkeers- en parkeeroverlast, inpasbaarheid van winkels, maar met name ook het voorkomen van leegstand en daarmee een aantasting van de ruimtelijke kwaliteit.

Consumentenbescherming: een detailhandelsontwikkeling dient bij te dragen aan de consumentenverzorging in een bepaald gebied, zonder dat deze de duurzame voorzieningenstructuur in het verzorgingsgebied aantast.

⁵⁰ Artikel 1.1.2 Besluit ruimtelijke ordening (Bro) legt een expliciete verbinding tussen ruimtelijke plannen en de Dienstenrichtlijn. Verder lijkt ook de recente invoering van de zogenaamde 'vierde trede' bij de Ladder voor Duurzame Verstedelijking erop te duiden dat de wetgever detailhandel onder de werking van de Dienstenrichtlijn schaaft. Daarentegen heeft de Raad van State juist expliciet uitgesproken dat supermarkten in ieder geval niet onder de werking van de Dienstenrichtlijn valt (⁵⁰ABRS 25 juni 2014, 201307133/1, <http://bit.ly/1p98SwC>).

Ladder voor Duurzame Verstedelijking

In verband met bestemmingsplanwijzigingen is een gedegen ruimtelijk-functionele onderbouwing tegenwoordig gewenst, mede omdat binnen de ruimtelijke ordening steeds meer de nadruk komt te liggen op zorgvuldig ruimtegebruik. In verband hiermee is in oktober 2012 de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' geïntroduceerd (art. 3.1.6 Besluit ruimtelijke ordening (Bro)). De Ladder is een motiveringsinstrument dat verplicht toegepast moet worden bij bestemmingsplannen of andere ruimtelijke besluiten die een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' (art. 1.1.1, lid 1 sub i Bro) mogelijk maken. Onder deze begripsomschrijving vallen detailhandelsontwikkelingen, zowel totale nieuwbouw als functieverandering en/of uitbreiding van een zekere omvang.⁵¹

Voor de herontwikkeling van Leidsenhage is de 'Ladder voor Duurzame Verstedelijking' reeds onderbouwd. Een nadere uitwerking van dit instrument is in het kader van deze analyse dus minder relevant. Wel is het van belang om de aspecten te benoemen waarvan uit de wetgeving of jurisprudentie is gebleken dat deze van belang zijn voor de effectenanalyse:

Kwalitatieve afweging: de uiteindelijke afweging of een detailhandelsontwikkeling toelaatbaar is, moet een hoofdzakelijk kwalitatieve afweging zijn. Hieraan mag weliswaar een kwantitatieve, cijfermatige basis ten grondslag liggen, de uiteindelijke behoefte mag niet uitsluitend op marktruimteberekeningen gebaseerd worden. Zo heeft de rechter in recente uitspraken aangegeven ook oog te hebben voor de noodzaak van een kwaliteitsimpuls door *vernieuwing en versterking van het aanbod, juist op plekken waar weinig marktruimte aanwezig is*.⁵²

Aandacht voor leegstand: relevant bij de toepassing van de Ladder voor detailhandelsprojecten is dat aandacht besteed wordt aan de winkelleegstand: heeft het initiatief geen onaanvaardbare effecten op de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen en de invloed van (structurele) leegstand in het bijzonder? Uit de jurisprudentie komt naar voren dat het met name gaat om de gevolgen voor het woon-, leef- en ondernemersklimaat. Laatstgenoemde – het ondernemersklimaat – heeft pas vrij recent een plek gekregen in de jurisprudentie over dit onderwerp⁵³. Hierbij is aangegeven dat de effecten van leegstand ook van invloed kunnen zijn op het ondernemersklimaat, wat vanuit *ruimtelijke ordenings*perspectief nadelig kan zijn voor de ruimtelijke kwaliteit van de omgeving in het algemeen (risico op verpaupering, aantasting leefbaarheid) en de voorzieningenstructuur in het bijzonder (consumentenverzorging). Hierbij moet opgemerkt worden, dat dit nadrukkelijk anders is dan concurrentieoverwegingen. De mogelijke invloed van leegstandseffecten op het ondernemersklimaat vindt zijn oorsprong in ruimtelijke overwegingen, terwijl concurrentieoverwegingen economisch van aard zijn. Zowel op basis van Europees recht⁵⁴ als op basis van het nationale recht zijn uitsluitend ruimtelijk relevante overwegingen toegestaan bij ruimtelijke plannen en vergunningverlening.

Het belang van aandacht voor leegstand wordt nog eens geïllustreerd door enkele recente uitspraken van de Afdeling Bestuursrechtspraak van de Raad van State met betrekking tot de toepassing van de Ladder:

ABRS 26 maart 2014 (*ECLI:RVS:2014:1101*)

⁵¹ ABR 5 maart 2014, 201303469/1/R3 (Ekkersrijt, Son en Breugel)

⁵² Vgl. o.a. ABR 7 mei 2014, nr. 201307684/1 en VzABRS 17 februari 2014, 201310222/2/R6 (Plu Heerlen)

⁵³ In ABR 5-12-2012, 201200385/1/R2 (Emmeloord) is dit begrip de eerste keer genoemd, later is dit in andere uitspraken omtrent leegstandseffecten herhaald.

⁵⁴ Resp. art. 49/57 VWEU en art. 2.1, lid 1 en 3.1, lid 1 Wro.

“De behoefte aan de beoogde ontwikkeling dient aldus, met het oog op het voorkomen van structurele winkelleegstand, te worden afgewogen tegen het bestaande aanbod. Inzichtelijk moet zijn gemaakt dat het plan geen zodanige leegstand tot gevolg zal hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.”

ABRS 18 september 2013 (201208105/1/R2 (De Zeeland, Bergen op Zoom)

Over de door Toychamp B.V. gevreesde leegstand overweegt de Afdeling dat onder omstandigheden overcapaciteit kan leiden tot (een toename van) leegstand, hetgeen tot negatieve gevolgen voor het woon- en leefklimaat en het ondernemersklimaat kan leiden.

ABRS 18 juni 2014 (201309201/1/A1 (Verplaatsing Aldi Echt)

Hoewel de afweging in het kader van artikel 3.1.6. lid 2 Bro door de gemeente niet expliciet benoemd is, heeft de Afdeling geoordeeld dat de afweging van de mogelijke effecten op de leegstand op zichzelf op de juiste wijze is gemaakt. Zij hebben hierbij betrokken dat het gaat om een verplaatsing van een bestaande supermarkt, er sprake is van een marginale uitbreiding van het wvo en dat er sprake is van een sterke supermarktstructuur. Ook is van belang dat er een juridische borging is dat leegstand op de oude locatie zoveel mogelijk voorkomen wordt. Hier is dat privaatrechtelijk overeen gekomen (inspanningsverplichting).

Als algemene lijn kan uit de jurisprudentie de conclusie getrokken worden dat ruimtelijke plannen geen dusdanige leegstand tot gevolg mogen hebben dat dit tot een uit een oogpunt van een goede ruimtelijke ordening onaanvaardbare situatie in de betrokken regio zal leiden.

Duurzame ontwricting van het voorzieningenniveau

In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontwricting van de voorzieningenstructuur. Hierbij gaat het om het directe consumentenbelang op lange termijn en niet om een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven. Essentieel is dat de consument moet blijven beschikken over voldoende voorzieningenniveau op het gebied van de eerste levens behoeften op aanvaardbare afstand van de eigen woning.

De term ‘eerste levensbehoefte’ is door de Afdeling Bestuursrecht van Raad van State gebezigd in de uitspraak over de winkelontwikkelingen in op de locatie De Zeeland in Bergen op Zoom (Uitspraak 201208105/1/R1, 18 december 2013). In de uitspraak komt niet helder naar voren wat onder ‘eerste levensbehoeften’ (of ook wel primaire levensbehoeften genoemd) moet worden verstaan. Geconcludeerd moet worden dat er geen eenduidige omschrijving van het begrip bestaat. Wij vertalen het begrip in het kader van distributieplanologische vraagstukken daarom in de geest van de bovengenoemde uitspraak van de Afdeling naar ‘dagelijkse benodigde artikelen’ en in het verlengde daarvan naar de sector dagelijkse artikelen (supermarkten, voedings- en genotsmiddelenspecialzaken en winkel op het gebied van persoonlijke verzorging).

Bijlage 2: Internetwinkelen en vergrijzing (BRO)⁵⁵

Vergrijzing

Enerzijds wordt gedacht dat vergrijzing gepaard gaat met meer vrij besteedbaar inkomen en meer consumptieve bestedingen omdat het huis afbetaald is en de kinderen het huis uit zijn. Veel senioren worden gezien als dubbele consument omdat ze ook voor hun kinderen of kleinkinderen kopen. Tegelijkertijd zien we dat ouderen minder besteden dan overige leeftijdsgroepen (zie tabel), waardoor de vergrijzing in de toekomst juist kan leiden tot minder bestedingen in de detailhandel. Een verklaring die hiervoor gegeven wordt, is dat zij alles al hebben, minder gevoelig zijn voor trends, gehecht zijn aan hun spullen en het geld liever besteden aan uitjes dan in de winkel.

Gemiddelde besteding in winkels naar leeftijdsgroep

	18-35	36-50	51-56	65+
Dagelijks	€ 22	€ 34	€ 26	€ 24
Niet-dagelijks	€ 66	€ 89	€ 105	€ 59
Mode ⁵⁶	€ 80	€ 107	€ 103	€ 75

Bron: BRO, gebaseerd op onderzoek onder 3.000 consumenten in de steden Breda, Delft en Den Bosch

De verwachting bestaat echter dat er in de nabije toekomst (2020) meer 65-plussers zullen zijn met een hoger besteedbaar inkomen, onder meer als gevolg van dubbele pensioenen. Bovendien liggen de gemiddelde bestedingen van de 'nieuwe ouderen' (babyboomers) hoger. De leeftijdsgroep die nu 51 - 65 jaar is, besteedt veel in de niet-dagelijkse artikelensector en ook specifiek in de modische sector. Daarnaast is voor deze doelgroep de concurrentie met het internet minder groot in vergelijking tot jongere doelgroepen⁵⁷. Met beide argumenten afgewogen heeft BRO ervoor gekozen om ten gevolge van de vergrijzing geen correctie op de bestedingen toe te passen.

Internet

De fysieke winkel blijft weliswaar veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. Levensmiddelen worden echter overwegend aangeschaft via de fysieke winkel in plaats van via het internet. De impact van internetaankopen op de winkelbestedingen in supermarkten is tot op heden lang niet zo groot als bij niet-dagelijkse artikelen. De opkomst van afhaalpunten verandert dit mogelijk. De afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met 2% gestegen, de verwachting is dat de groei ook de komende jaren door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector echter gelijk gehouden aan de huidige bestedingen om de toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren. In de niet-dagelijkse sector is de impact van internetaankopen reeds groot en deze zal ook nog fors groeien. In de berekeningen is ten gevolge van een toename van de

⁵⁵ Ontleend aan BRO (2014), Ontwikkelingsmogelijkheden winkelcentrum Leidsenhage, actualisatie 2014.

⁵⁶ Onderdeel niet-dagelijks. Overige branches zijn niet gepresenteerd vanwege beperkte N (bijvoorbeeld woninginrichting).

⁵⁷ In de groep 50+ maakt 39% nooit gebruik van internet bij het aankopen van producten, in de leeftijdsgroepen 30-49 en 16-29 ligt dit percentage aanzienlijk lager (respectievelijk 13% en 12%) (Bron: Koopstromenonderzoek Randstad 2011).

bestedingen via 'pure players' op het internet uitgegaan van een lager bestedingsvolume (-5%)⁵⁸.

⁵⁸Omdat in de HBD cijfers reeds de internetbestedingen via multichanneling worden meegenomen, gaat het slechts om een toename van de bestedingen via winkels die alleen een online verkoopkanaal hebben (pure players). Aangezien verwacht wordt dat vooral de internetbestedingen via multichanneling zullen gaan toenemen, wordt uitgegaan van een daling van de bestedingscijfers met 5% ten gevolge van internetbestedingen aan pure players.

Bijlage 3: Referentieprojecten Unibail-Rodamco

Asset	GLA of the whole complex*	UR Consolidated GLA*	Retail GLA	Dining GLA	Cinema GLA	Other Leisure GLA	Footfall (Mn)*	Catchment Area (Mn)*
Arkadia	113.300	73.700	53.601	4.441	5.000	1.399	20,8	1,7
Bay 1 & 2	96.300	28.900	19.483	5.210	-	8	7,3	4,2
Bonaire	135.000	48.200	31.457	3.388	9.453	1.938	10,1	1,8
Lyon Confluence	53.500	53.500	30.527	6.674	10.009	3.454	6,9	1,5
Donau Zentrum	121.200	121.200	79.721	10.505	5.702	10.165	17,8	3,0
Galeria Mokotow	68.200	68.200	43.262	6.149	6.370	2.071	12,7	1,6
La Maquinista	94.900	79.600	56.929	8.869	6.777	2.089	15,0	4,0
La Vaguada	85.500	21.400	54.908	1.313	-	-	20,8	5,9
Parly 2	107.200	81.800	71.293	4.787	1.652	-	12,6	6,0
La Part Dieu	127.300	79.800	52.831	8.331	4.156	-	33,7	1,4
Täby Centrum (after extension)	80.000	80.000	42.500	6.355	1.703	2.327	11,2	1,4
Velizy 2	104.000	66.100	43.213	5.886	1.393	41	15,1	6,1

*Figures extracted from Annual Report 2013

Definition of Catchment area: less than 30 minutes from the Shopping Centre (except for factory outlets with 90 minutes).

Methodology GLA split: GLA extracted from M5.1 file - raw data - March 2014 - Incl SST

-Retail GLA Definition: All branch lvl 1 except entertainment, other, services and dining

-Dining: Branch lvl 1 Dining

-Other leisure: Branch lvl 1 Entertainment excl. Cinema GLA

Figures in italic do not follow methodology and are based on input:

Täby total GLA 80k are based on after extension (Source: Portfolio Manager), Annual report disclose current GLA of 66k

Gym expanded in Täby, input from portfolio manager of new GLA size

Bijlage 4: Leegstand in de regiogemeenten (peildatum 1 januari 2015)

Gemeente	Panden		m² wvo		Toelichting bovengemiddelde leegstand	
	%	NL	abs	%	NL	
Delft	6,1%	7,8%	16.000	6,3%	7,8%	
Den Haag	7,9%	7,8%	111.000	10,8%	7,8%	30% van de totale leegstand in m² wvo in winkelcentrum Megastores
Katwijk	4,1%	7,8%	12.000	7,5%	7,8%	65% van de totale leegstand in m² wvo in grootschalige concentratie
Leiden	6,2%	7,8%	13.000	5,6%	7,8%	
Leiderdorp	5,4%	7,8%	9.000	6,5%	7,8%	80% van de totale leegstand in m² wvo in grootschalige concentratie
Leidschendam-V.	9,3%	7,8%	11.000	7,6%	7,8%	Leegstand mede in afwachting herontwikkeling Leidsenhage
Oegstgeest	2,3%	7,8%	2.000	6,7%	7,8%	
Pijnacker-N.	7,7%	7,8%	5.000	5,7%	7,8%	
Rijswijk	9,7%	7,8%	14.000	11,2%	7,8%	75% van de totale leegstand in m² wvo in In de Bogaard
Voorschoten	5,5%	7,8%	2.000	4,7%	7,8%	
Wassenaar	4,3%	7,8%	3.000	6,7%	7,8%	
Zoetermeer	6,5%	7,8%	15.000	5,4%	7,8%	
Zoeterwoude	11,9%	7,8%	2.000	3,7%	7,8%	90% van de leegstaande panden bevinden zich buiten een winkelgebied

Bron: Locatus, april 2015

Bijlage 5: Winkelstructuur gemeente Delft⁵⁹

- Delft telt 550 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 164.300 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in Delft. Minder dan een vijfde (16%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Wonen. Ruim de helft van dit metrage wordt geclaimd door IKEA (37.500 m² wvo). Daarnaast zijn ook de branches Kleding & Mode, Plant & Dier en Doe-Het-Zelf relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	125	25654	23%	16%
	Persoonlijke Verzorging	30	3779	5%	2%
Mode & Luxe	Warenhuis	3	3707	1%	2%
	Kleding & Mode	77	14229	14%	9%
	Schoenen & Lederwaren	22	3863	4%	2%
	Juwelier & Optiek	17	1149	3%	1%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	25	3666	5%	2%
	Antiek & Kunst	10	615	2%	0%
Vrije Tijd	Sport & Spel	21	3653	4%	2%
	Hobby	15	1094	3%	1%
	Media	18	2727	3%	2%
In/Om Huis	Plant & Dier	28	10978	5%	7%
	Bruin & Witgoed	24	4119	4%	3%
	Auto & Fiets	16	2778	3%	2%
	Doe-Het-Zelf	12	10781	2%	7%
	Wonen	50	65354	9%	40%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	57	6154	10%	4%
Totaal		550	164.300	100%	100%

- Het centrum van Delft is veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 306 winkels (47.776 m² wvo). Daarnaast beschikt Delft over 11 reguliere ondersteunende winkelgebieden en één grootschalige concentratie: Leeuwenstein.
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

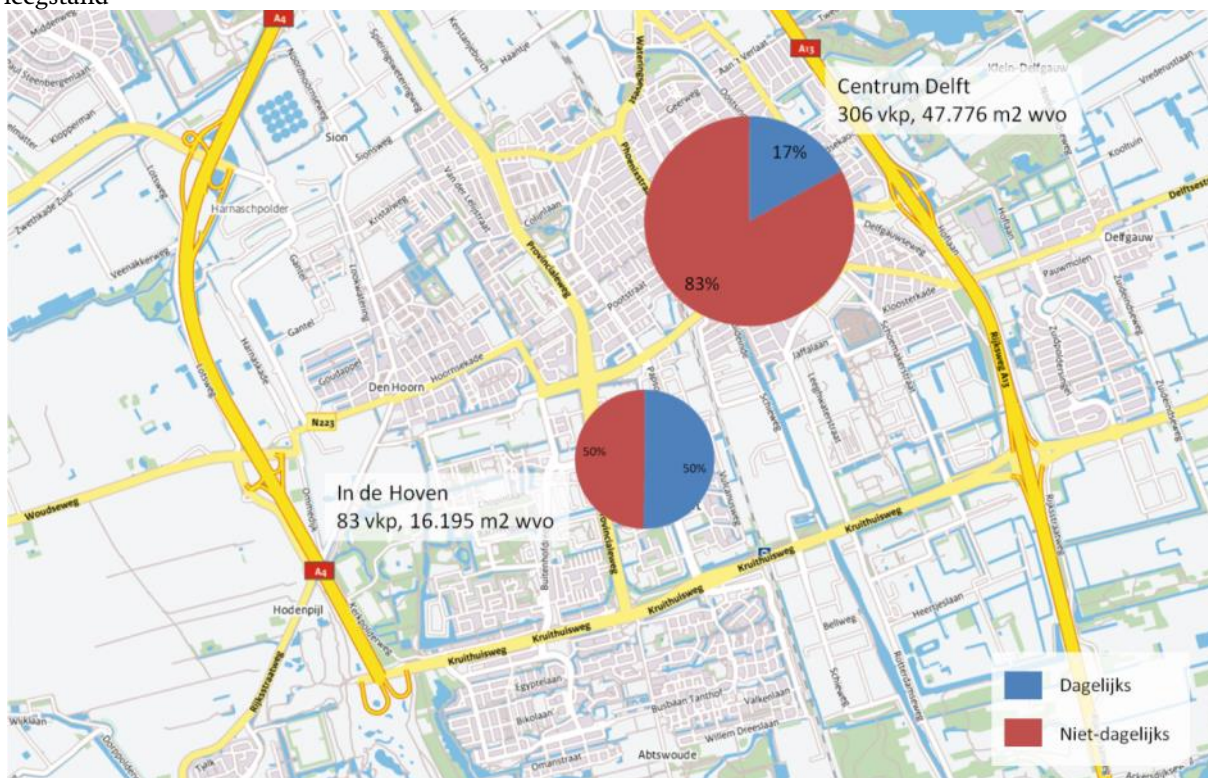
Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Bikolaan	5	1218	1	60	0	0	6	1278
Buitenhof	5	889	1	30	0	0	6	919
Centrum Delft	58	8143	248	39633	28	3613	334	51389
Dashof	4	1148	2	75	0	0	6	1223
Elzenlaan	2	991	3	201	1	100	6	1292
Hof van Delftlaan	5	557	3	146	1	35	9	738
Hugo de Grootstraat	2	105	5	1043	0	0	7	1148

⁵⁹ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
In de Hoven	32	8141	51	8054	16	3402	99	19597
Leeuwenstein	0	0	19	21014	6	3674	25	24688
Nassaulaan e.o.	3	666	0	0	0	0	3	666
Ternatestraat	2	170	2	92	3	145	7	407
Verdiplein Delft	4	1122	2	239	0	0	6	1361
West	9	1556	5	774	1	55	15	2385

*inclusief leegstand

Belangrijkste winkelgebieden in Delft, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Delft Centrum

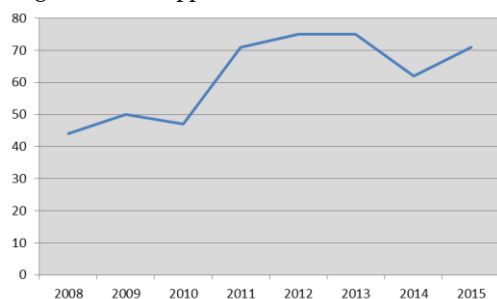
- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het centrum van Delft over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Delft Centrum (in m² wvo en %) per groep.

	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	58	8143	19%	17%
Mode & Luxe	120	22876	39%	48%
Vrije Tijd	39	5195	13%	11%
In/Om Huis	47	8394	15%	18%
Detailh Overig	42	3168	14%	7%
Totaal	306	47.776	100%	100%

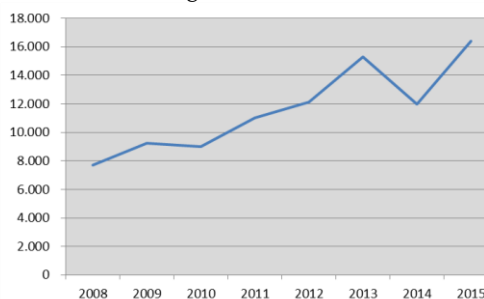
Leegstand Delft

- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Delft 71 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 16.000 m² wvo. Vrijwel alle leegstand in m² wvo (92%) bevindt zich in de winkelgebieden binnen de gemeente. De overige leegstand (8%) ligt verspreid over de bebouwde kom. Deze verdeling is inherent aan de winkelstructuur in Delft, waarbij vrijwel alle reguliere detailhandel (bijna 90%) in een van de winkelgebieden is gesitueerd.
- Ruim drie kwart (79%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. Ruim een vijfde (21%) is recentelijk leeggekomen.
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Delft opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 8.000 m² wvo naar circa 16.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

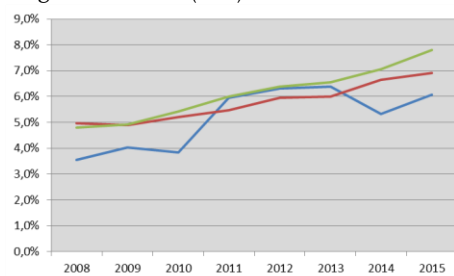


Leegstand Meters totaal

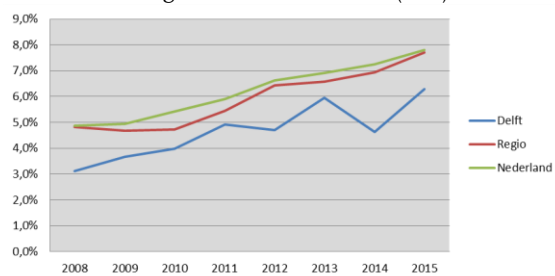


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdsector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Delft. Hier wordt respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 6,1% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 6,3%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelruimte (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 6: Winkelstructuur gemeente Den Haag⁶⁰

- Den Haag telt 3.266 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 618.595 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in Den Haag. Ruim een vijfde (20%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De daarna sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Wonen. Ook de branches Kleding & Mode en Doe-Het-Zelf zijn relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	925	134950	28%	22%
	Persoonlijke Verzorging	185	24374	6%	4%
Mode & Luxe	Warenhuis	16	40334	0%	7%
	Kleding & Mode	529	82433	16%	13%
	Schoenen & Lederwaren	96	11172	3%	2%
	Juwelier & Optiek	125	7916	4%	1%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	107	20834	3%	3%
	Antiek & Kunst	61	4040	2%	1%
Vrije Tijd	Sport & Spel	105	28159	3%	5%
	Hobby	61	5730	2%	1%
	Media	80	10528	2%	2%
In/Om Huis	Plant & Dier	157	33440	5%	5%
	Bruin & Witgoed	129	15438	4%	2%
	Auto & Fiets	91	11869	3%	2%
	Doe-Het-Zelf	63	55087	2%	9%
	Wonen	288	103709	9%	17%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	248	28582	8%	5%
Totaal		3.266	618.595	100%	100%

- Het centrum van Den Haag is veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 772 winkels (158.910 m² wvo). Daarnaast beschikt Den Haag over 57 reguliere ondersteunende winkelgebieden en één grootschalige concentratie: Megastores
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied (met meer dan 7.500 m² wvo in gebruik zijn de winkelmeters).

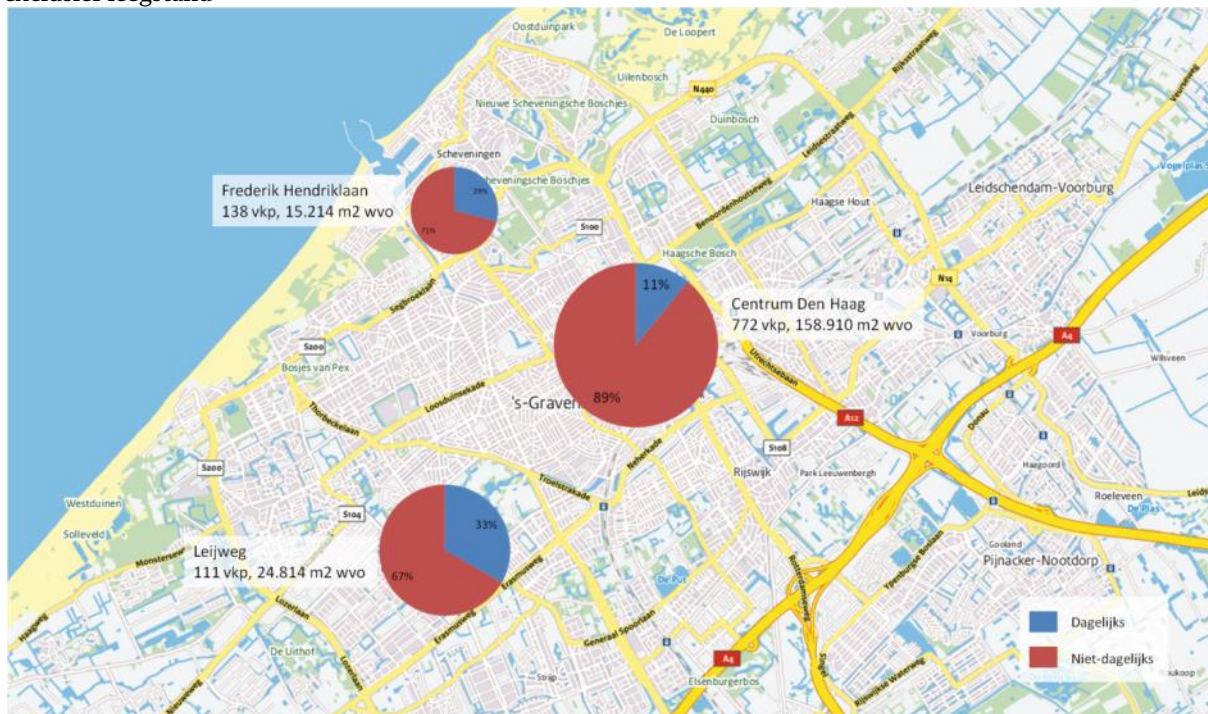
Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Centrum Den Haag	136	17413	636	141497	132	19946	904	178856
Fahrenheitstr.-Th.In	21	3084	66	8639	20	1721	107	13444
Fred. Hendriklaan	48	4423	90	10791	4	846	142	16060
Hobbemastraat	42	4172	40	4956	10	1092	92	10220
Keizerstr.-Badh.str.	24	2947	62	5893	25	2618	111	11458

⁶⁰ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Loosd. Hoofdstr.	22	3434	38	5295	9	867	69	9596
Leijweg	34	8242	77	16572	28	5725	139	30539
Megastores	4	3602	43	42783	25	29776	72	76161
Theresiastraat	21	3468	55	7389	5	590	81	11447
Weimarstraat	41	5266	67	7816	28	2864	136	15946
Westduinweg	7	2944	21	6278	3	679	31	9901
Zeeheldenkwartier	25	5749	65	5302	15	1236	105	12287

*inclusief leegstand

Belangrijkste winkelgebieden Den Haag, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Den Haag Centrum

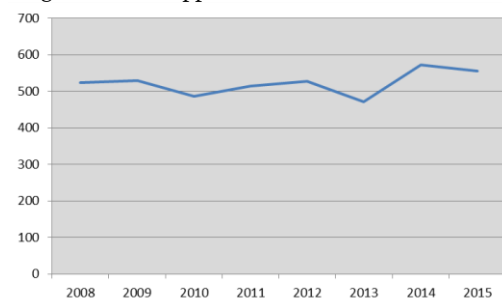
- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het centrum van Den Haag over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Den Haag Centrum (in m² wvo en %) per groep.

	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	136	17413	18%	11%
Mode & Luxe	391	97871	51%	62%
Vrije Tijd	69	12785	9%	8%
In/Om Huis	120	25581	16%	16%
Detailh Overig	56	5260	7%	3%
Totaal	772	158.910	100%	100%

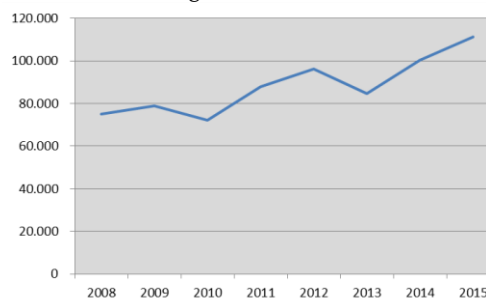
Leegstand Den Haag

- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Den Haag 556 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 111.000 m² wvo. Vrijwel alle leegstand in m² wvo (89%) bevindt zich in de winkelgebieden binnen de gemeente. De overige leegstand (11%) ligt verspreid over de bebouwde kom. Deze verdeling is inherent aan de winkelstructuur in Den Haag, waar de gemeente via actief beleid nastreeft om winkels zoveel mogelijk te concentreren in winkelgebieden; circa 90% van de reguliere detailhandel bevindt zich in een van de winkelgebieden in Den Haag.
- Twee derde (66%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. Een derde (33%) is recentelijk leeggekomen.
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Den Haag per saldo licht opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 75.000 m² wvo naar circa 111.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

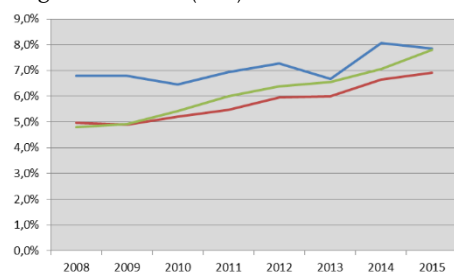


Leegstand Meters totaal

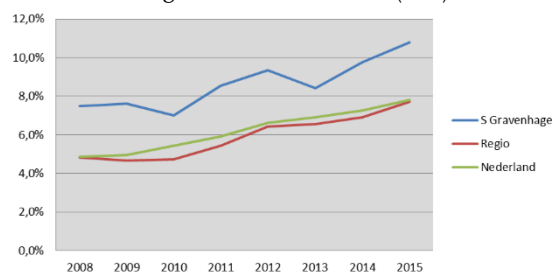


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdsector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Den Haag. Hier wordt de respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 7,9% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 10,8%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelometers (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 7: Winkelstructuur gemeente Katwijk⁶¹

- Katwijk telt 340 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 97.580 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in Katwijk. Minder dan een vijfde (18%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Wonen. Daarnaast zijn ook de branches Kleding & Mode, Plant & Dier en Doe-Het-Zelf relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	71	17471	21%	18%
	Persoonlijke Verzorging	21	3174	6%	3%
Mode & Luxe	Warenhuis	2	1641	1%	2%
	Kleding & Mode	60	8602	18%	9%
	Schoenen & Lederwaren	12	2036	4%	2%
	Juwelier & Optiek	12	993	4%	1%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	10	2695	3%	3%
	Antiek & Kunst	3	275	1%	0%
Vrije Tijd	Sport & Spel	11	2409	3%	2%
	Hobby	5	368	1%	0%
	Media	6	838	2%	1%
In/Om Huis	Plant & Dier	18	10967	5%	11%
	Bruin & Witgoed	11	1750	3%	2%
	Auto & Fiets	18	2905	5%	3%
	Doe-Het-Zelf	13	8782	4%	9%
	Wonen	49	29112	14%	30%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	18	3562	5%	4%
Totaal		340	97.580	100%	100%

- Het centrum van Katwijk is veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 138 winkels (22.598 m² wvo). Daarnaast beschikt Katwijk over 7 reguliere ondersteunende winkelgebieden en één grootschalige concentratie: Ambachtsweg.
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

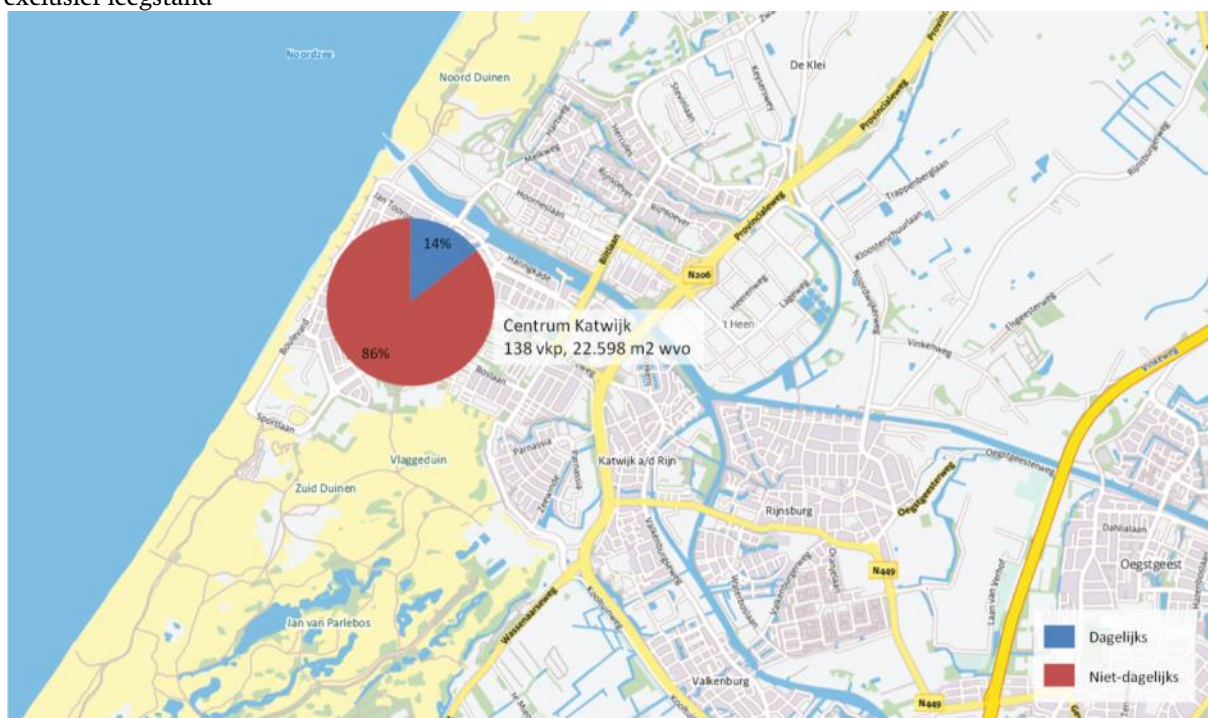
Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Ambachtsweg	3	2549	22	23880	4	8858	29	35287
Bosplein	5	951	4	279	0	0	9	1230
Centrum Katwijk	17	3261	121	19337	14	1947	152	24545
Centrum Rijnsburg	13	2472	13	2557	2	341	28	5370
Hoornespassage	12	1976	8	1437	1	250	21	3663
Oegstgeesterweg	3	1154	4	932	2	330	9	2416
Melkgw	3	1200	1	102	0	0	4	1302
Rijnstraat	4	800	5	1164	1	120	10	2084

⁶¹ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Visserijkade	5	2757	2	150	0	0	7	2907

*inclusief leegstand

Belangrijkste winkelgebieden in Katwijk, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Katwijk Centrum

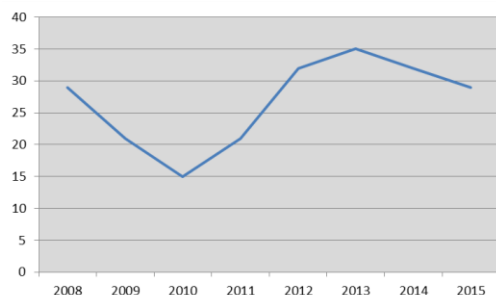
- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het centrum van Katwijk over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Katwijk Centrum (in m² wvo en %) per groep.

	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	17	3261	12%	14%
Mode & Luxe	74	11666	54%	52%
Vrije Tijd	13	2095	9%	9%
In/Om Huis	29	5245	21%	23%
Detailh Overig	5	331	4%	1%
Totaal	138	22.598	100%	100%

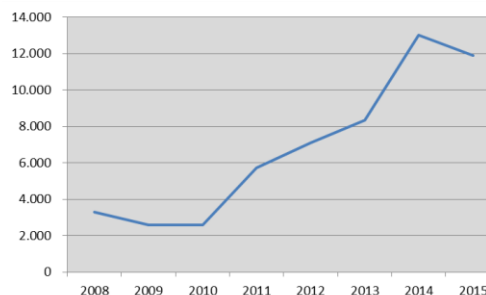
Leegstand Katwijk

- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Katwijk 29 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 12.000 m² wvo. Ruim twee derde van de leegstand in m² wvo (68%) bevindt zich op de grootschalige concentratie Ambachtsweg (8.858 m² wvo). Slechts 2% van de leegstand concentreert zich in het centrum van Katwijk.
- Minder dan de helft (42%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. Ruim de helft (58%) is recentelijk leeggekomen.
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Katwijk per saldo gelijk gebleven. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 3.300 m² wvo naar circa 12.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

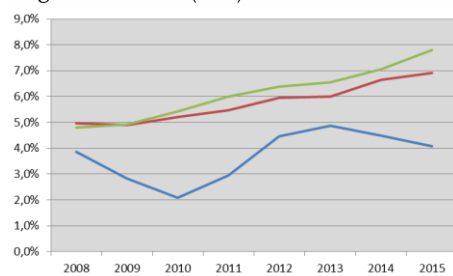


Leegstand Meters totaal

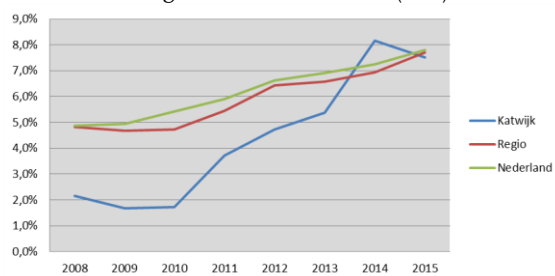


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdssector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Katwijk. Hier wordt de respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 4,1% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 7,5%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelruimte (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 8: Winkelstructuur gemeente Leiden⁶²

- Leiden telt 807 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 146.589 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in Leiden. Ruim een vijfde (21%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De daarna sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Kleding & Mode. Ook de branches Wonen en Doe-Het-Zelf zijn relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	172	30884	21%	21%
	Persoonlijke Verzorging	43	5879	5%	4%
Mode & Luxe	Warenhuis	5	8370	1%	6%
	Kleding & Mode	150	20936	19%	14%
	Schoenen & Lederwaren	28	3961	3%	3%
	Juwelier & Optiek	29	1734	4%	1%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	30	5811	4%	4%
	Antiek & Kunst	18	1317	2%	1%
Vrije Tijd	Sport & Spel	38	7241	5%	5%
	Hobby	18	1732	2%	1%
	Media	32	5187	4%	4%
In/Om Huis	Plant & Dier	39	4117	5%	3%
	Bruin & Witgoed	38	4152	5%	3%
	Auto & Fiets	29	3926	4%	3%
	Doe-Het-Zelf	14	13991	2%	10%
	Wonen	52	17955	6%	12%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	72	9396	9%	6%
Totaal		807	146.589	100%	100%

- Het centrum van Leiden is veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 546 winkels (79.068 m² wvo). Daarnaast beschikt Leiden over 10 reguliere ondersteunende winkelgebieden en één grootschalige concentratie: Lammenschansweg.
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

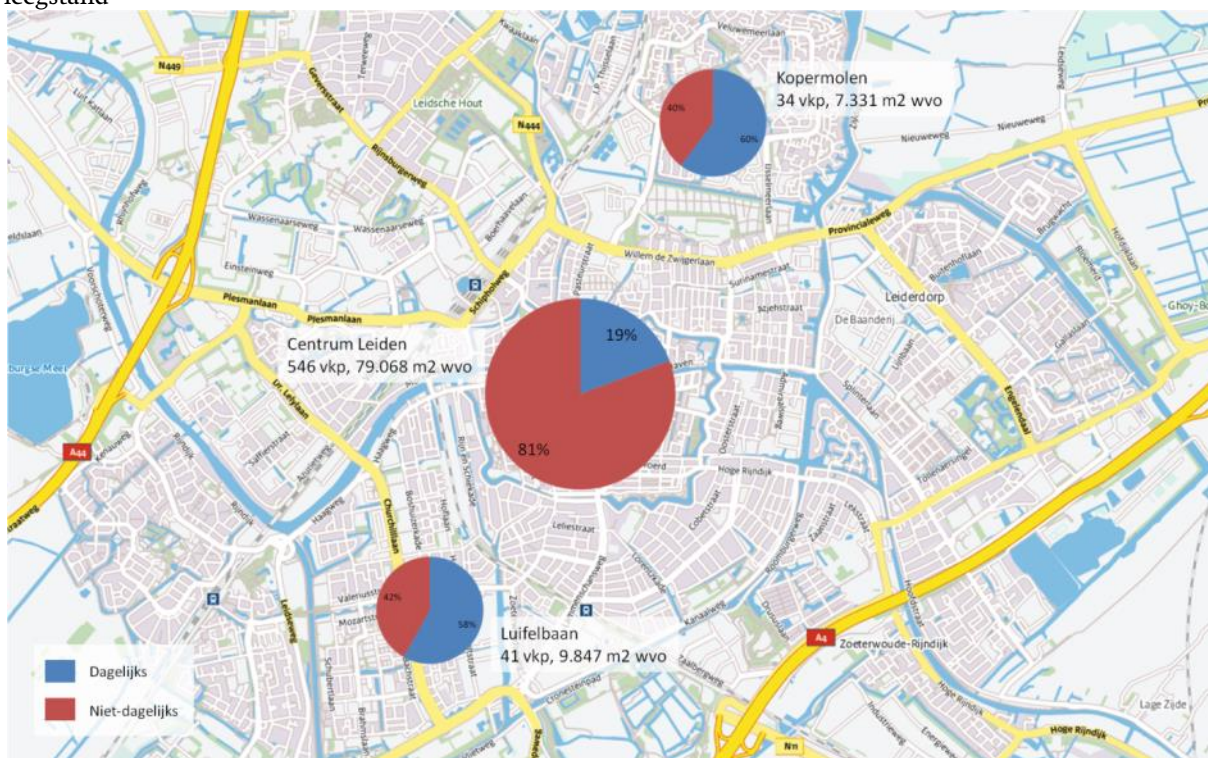
Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Beatrixstraat	4	155	0	0	3	203	7	358
Centrum Leiden	104	15283	442	63785	57	5344	603	84412
Diamantplein	10	1887	5	398	3	181	18	2466
Herenstraat	8	822	7	787	2	165	17	1774
Hoge Rijndijk	0	0	7	1919	2	1291	9	3210
Kooilaan	5	1180	1	15	0	0	6	1195
Kopermolen	15	4419	19	2912	3	223	37	7554

⁶² Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Lammenschansweg	0	0	10	14093	1	1464	11	15557
Luifelbaan Leiden	14	5729	27	4118	6	658	47	10505
Stevensbloem	8	2586	8	722	5	414	21	3722
van t Hoffstraat	5	590	2	134	0	0	7	724
Wagnerplein	6	2143	2	160	2	170	10	2473

*inclusief leegstand

Belangrijkste winkelgebieden Leiden, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Leiden Centrum

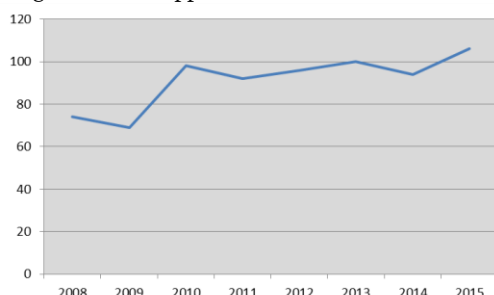
- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het centrum van Leiden over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Leiden Centrum (in m² wvo en %) per groep.

	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	104	15283	19%	19%
Mode & Luxe	231	36550	42%	46%
Vrije Tijd	68	9820	12%	12%
In/Om Huis	94	11849	17%	15%
Detailh Overig	49	5566	9%	7%
Totaal	546	79.068	100%	100%

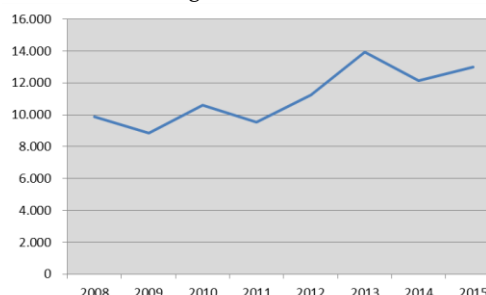
Leegstand Leiden

- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Leiden 106 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 13.000 m² wvo. Het overgrote deel van de leegstand in m² wvo (83%) bevindt zich in de winkelgebieden binnen de gemeente. De overige leegstand (28%) ligt verspreid over de bebouwde kom.
- Ruim de helft (58%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. Minder dan de helft (42%) is recentelijk leeggekomen.
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Leiden opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 10.000 m² wvo naar circa 13.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

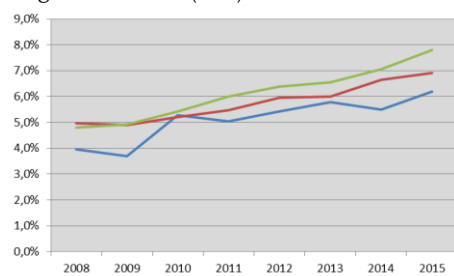


Leegstand Meters totaal

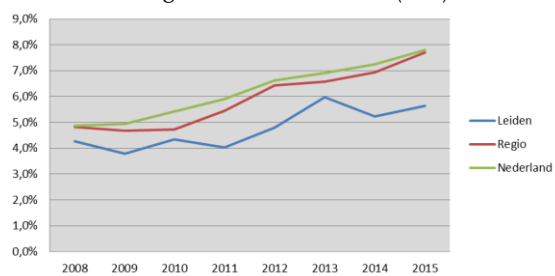


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdsector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Leiden. Hier wordt de respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 6,2% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 5,6%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelruimte (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 9: Winkelstructuur gemeente Leiderdorp⁶³

- Leiderdorp telt 150 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 78.786 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in de gemeente. Woonwinkels kennen een sterke oververtegenwoordiging (44%). Daarnaast zijn ook de doe-het-zelf zaken sterk vertegenwoordigd in Leiderdorp.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	22	6467	15%	8%
	Persoonlijke Verzorging	8	1316	5%	2%
Mode & Luxe	Warenhuis	1	440	1%	1%
	Kleding & Mode	21	3715	14%	5%
	Schoenen & Lederwaren	4	435	3%	1%
	Juwelier & Optiek	4	349	3%	0%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	4	3777	3%	5%
Vrije Tijd	Sport & Spel	3	1089	2%	1%
	Hobby	1	156	1%	0%
	Media	5	688	3%	1%
In/Om Huis	Plant & Dier	10	7582	7%	10%
	Bruin & Witgoed	6	660	4%	1%
	Auto & Fiets	5	1264	3%	2%
	Doe-Het-Zelf	5	12933	3%	16%
	Wonen	41	34617	27%	44%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	10	3298	7%	4%
Dagelijks	Levensmiddelen	22	6467	15%	8%
Totaal		115	25.238	100%	100%

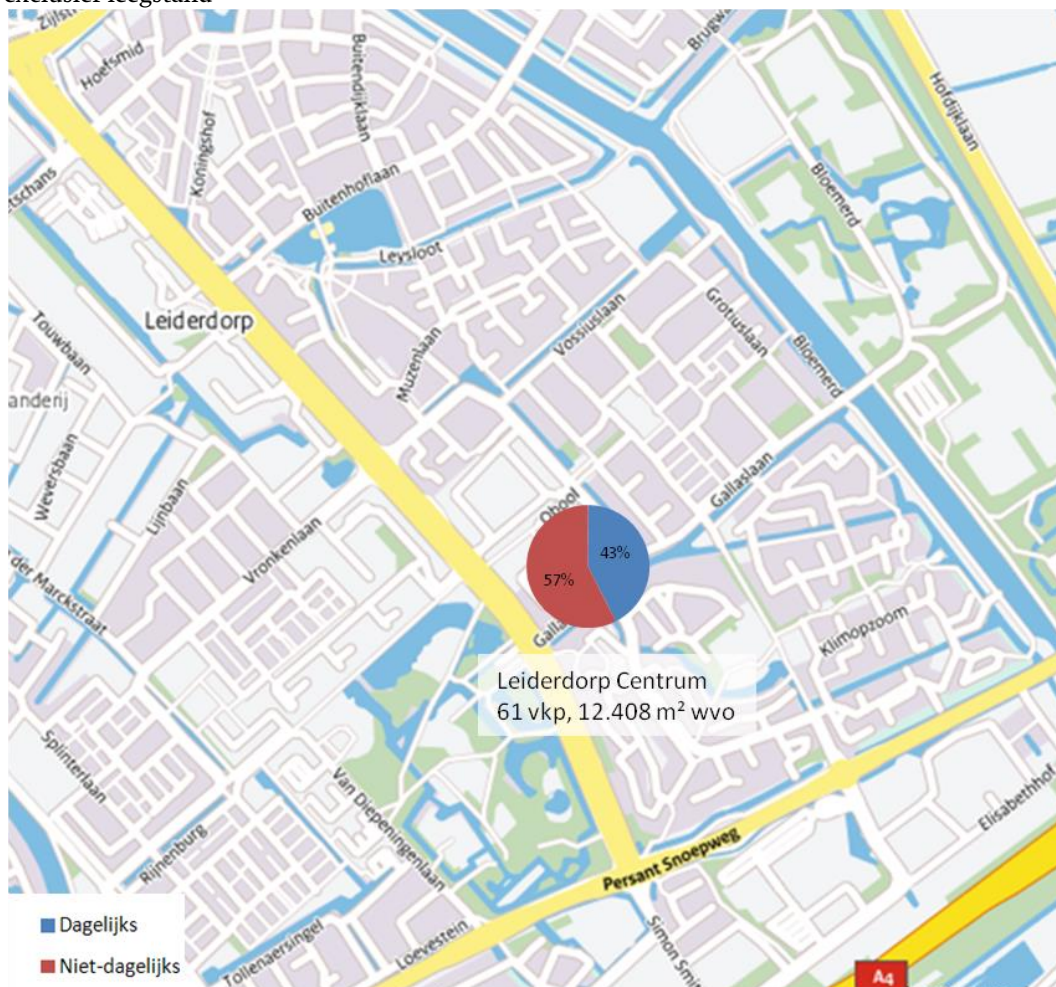
- Het centrum van Leiderdorp telt 61 winkels (12.408 m² wvo). Daarnaast zijn er drie ondersteunende winkelgebieden (De Baanderij, Woon Leiderdorp en Santhorst).
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

Gemeente	Winkel-gebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
		vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Leiderdorp	Santhorst	7	1.730	6	702	2	320	15	2.752
	Centrum Leiderdorp	17	5.278	44	7.130	3	500	64	12.908
	De Baanderij	-	-	16	25.993	2	1.997	18	27.990
	Woon Leiderdorp	-	-	28	25.826	4	9.665	32	35.491

*inclusief leegstand

⁶³ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Belangrijkste winkelgebied in Leiderdorp, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Leiderdorp Centrum

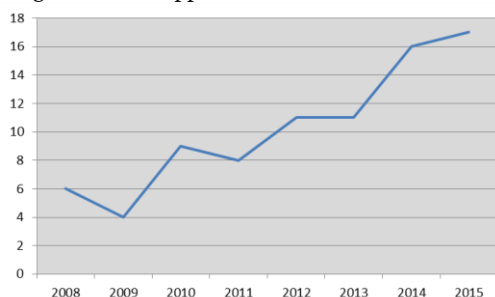
- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het kernwinkelgebied van Leiderdorp over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector. De ondersteunende centra De Baanderij en Woon Leiderdorp kennen ook een groot aandeel niet-dagelijks winkelaanbod, hier zijn vooral woonwinkels gevestigd.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Leiderdorp Centrum (in m² wvo en %) per groep.

	vkp	M² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	17	5.278	28%	43%
Mode & Luxe	28	4.439	46%	36%
Vrije Tijd	6	1.201	10%	10%
In/Om Huis	10	1.490	16%	12%
Eindtotaal	61	12.408	100%	100%

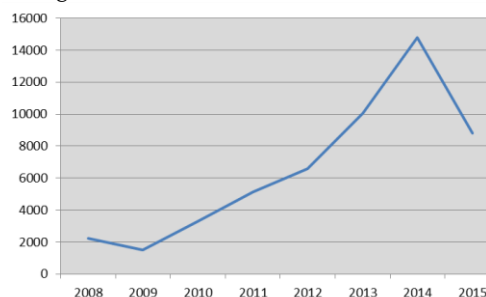
Leegstand Leiderdorp

- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Leiderdorp 17 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 9.000 m² wvo. Een groot deel (79%) bevindt zich op de grootschalige locaties Woon Leiderdorp en De Baanderij. Als op dergelijke locaties een pand leegkomt leidt dit al snel tot een grote absolute leegstand op gemeenteniveau vanwege de grote omvang van de units. Van de overige leegstand is drie kwart (74%) buiten de bestaande winkelconcentraties gesitueerd.
- Twee derde (67%) van de leegstand in m² wvo (waaronder een groot deel van de leegstand op beide grootschalige locaties) betreft aanvangs- of frictieleegstand (0 tot 1 jaar). Ongeveer één op de vijf (20%) meters staat langdurig leeg (1 tot 2 jaar) en 13% heeft een meer structurele aard (langer dan 2 jaar).
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Leiderdorp opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 2.300 m² wvo naar circa 9.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

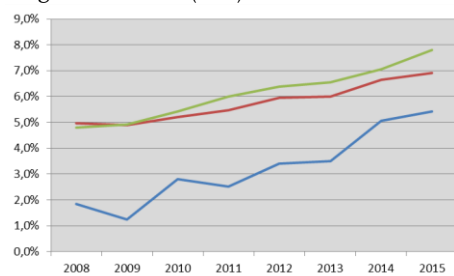


Leegstand Meters totaal

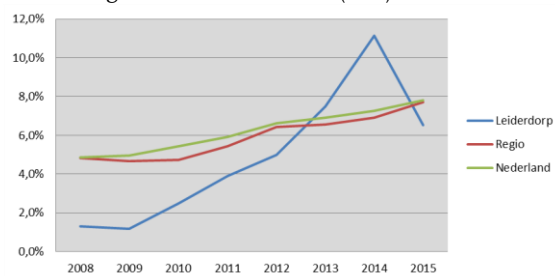


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdssector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Leiderdorp. Hier wordt respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 5,4% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 6,5%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelmeters (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 10: Winkelstructuur gemeente Leidschendam-Voorburg⁶⁴

- Leidschendam-Voorburg telt 404 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 92.156 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in Leidschendam-Voorburg. Een vijfde (20%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De daarna sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Kleding & Mode. Ook de branche Warenhuis is relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	94	22072	23%	24%
	Persoonlijke Verzorging	26	3460	6%	4%
Mode & Luxe	Warenhuis	4	9451	1%	10%
	Kleding & Mode	89	16475	22%	18%
	Schoenen & Lederwaren	20	4428	5%	5%
	Juwelier & Optiek	17	1103	4%	1%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	13	3876	3%	4%
	Antiek & Kunst	3	450	1%	0%
Vrije Tijd	Sport & Spel	15	4652	4%	5%
	Hobby	10	694	2%	1%
	Media	8	1151	2%	1%
In/Om Huis	Plant & Dier	25	6021	6%	7%
	Bruin & Witgoed	16	3070	4%	3%
	Auto & Fiets	11	2124	3%	2%
	Doe-Het-Zelf	5	3380	1%	4%
	Wonen	31	6265	8%	7%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	17	3484	4%	4%
Totaal		404	92.156	100%	100%

- Het centrum van Leidschendam-Voorburg (Leidsenhage) is veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 134 winkels (42.760 m² wvo). Daarnaast beschikt Leidschendam-Voorburg over 11 ondersteunende winkelgebieden.
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Br.Ingenhoseslaan	3	137	4	230	1	50	8	417
Burg. Sweenslaan	5	1051	0	0	1	90	6	1141
Centrum L'dam	26	7938	108	34822	18	2724	152	45484
Centrum Voorburg	15	2345	63	6576	12	1142	90	10063
Damlaan	12	1485	17	2814	29	3586	58	7885
Essesteijn	3	1588	1	50	0	0	4	1638

⁶⁴ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Julianabaan	13	4934	44	7456	14	1655	71	14045
Mgr van Steelaan	4	1916	0	0	0	0	4	1916
Parkweg Voorburg	7	333	0	0	0	0	7	333
Prins Frederiklaan	9	2352	5	886	0	0	14	3238
Pr. Mariannelaan	2	90	2	78	2	101	6	269

*inclusief leegstand

Belangrijkste winkelgebieden Leidschendam-Voorburg, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Leidschendam-Voorburg Centrum

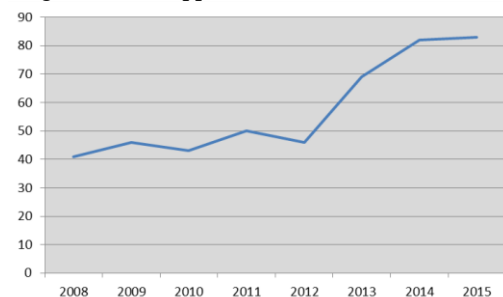
- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het centrum van Leidschendam-Voorburg over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Leidschendam-Voorburg Centrum (in m² wvo en %) per groep.

	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	26	7938	19%	19%
Mode & Luxe	74	26419	55%	62%
Vrije Tijd	13	4188	10%	10%
In/Om Huis	20	4155	15%	10%
Detailh Overig	1	60	1%	0%
Totaal	134	42.760	100%	100%

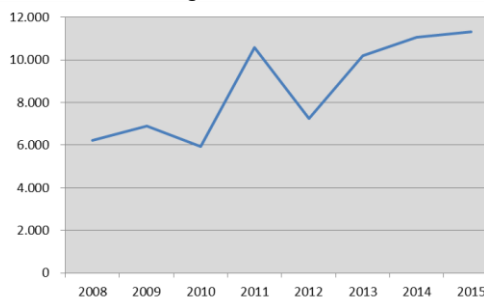
Leegstand Leidschendam-Voorburg

- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Leidschendam-Voorburg 83 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 11.000 m² wvo. Het overgrote deel van de leegstand in m² wvo (85%) bevindt zich in de winkelgebieden binnen de gemeente. De overige leegstand (15%) ligt verspreid over de bebouwde kom. Kernwinkelgebied Leidsenhage telt 18 leegstaande panden met een gezamenlijke omvang van 2.724 m² wvo, oftewel circa 25% van de totale leegstand in de gemeente. De leegstand in Leidsenhage wordt mede veroorzaakt door de afwachtende houding van huurders in verband met de aanstaande herontwikkeling.
- De helft (51%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. De andere helft (49%) is recentelijk leeggekomen.
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Leidschendam-Voorburg opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 6.200 m² wvo naar circa 11.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

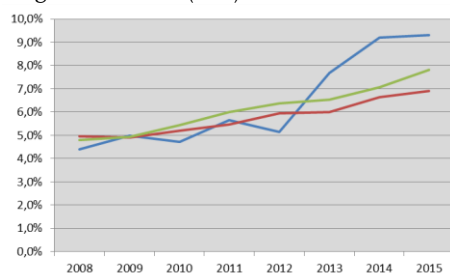


Leegstand Meters totaal

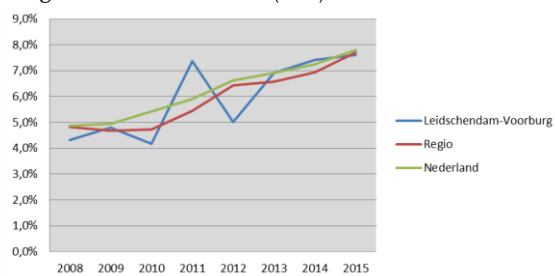


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdssector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Leidschendam-Voorburg. Hier wordt respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 9,3% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 7,6%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelruimte (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 11: Winkelstructuur gemeente Oegstgeest⁶⁵

- Oegstgeest telt 110 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 18.772 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in de gemeente. Het dagelijkse aanbod is sterk vertegenwoordigd (39% aandeel in totaal m²). De sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is de levensmiddelenbranche (30%). Ook kleding en mode (17%) en antiek en kunst (12%) zijn sterk aanwezig.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	23	5718	21%	30%
	Persoonlijke Verzorging	10	1730	9%	9%
Mode & Luxe	Warenhuis	1	445	1%	2%
	Kleding & Mode	28	3210	25%	17%
	Schoenen & Lederwaren	4	290	4%	2%
	Juwelier & Optiek	6	300	5%	2%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	4	515	4%	3%
	Antiek & Kunst	6	2288	5%	12%
Vrije Tijd	Sport & Spel	4	545	4%	3%
	Media	2	406	2%	2%
In/Om Huis	Plant & Dier	6	760	5%	4%
	Bruin & Witgoed	4	753	4%	4%
	Auto & Fiets	2	361	2%	2%
	Doe-Het-Zelf	1	184	1%	1%
	Wonen	6	1127	5%	6%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	3	140	3%	1%
Totaal		110	18.772	100%	100%

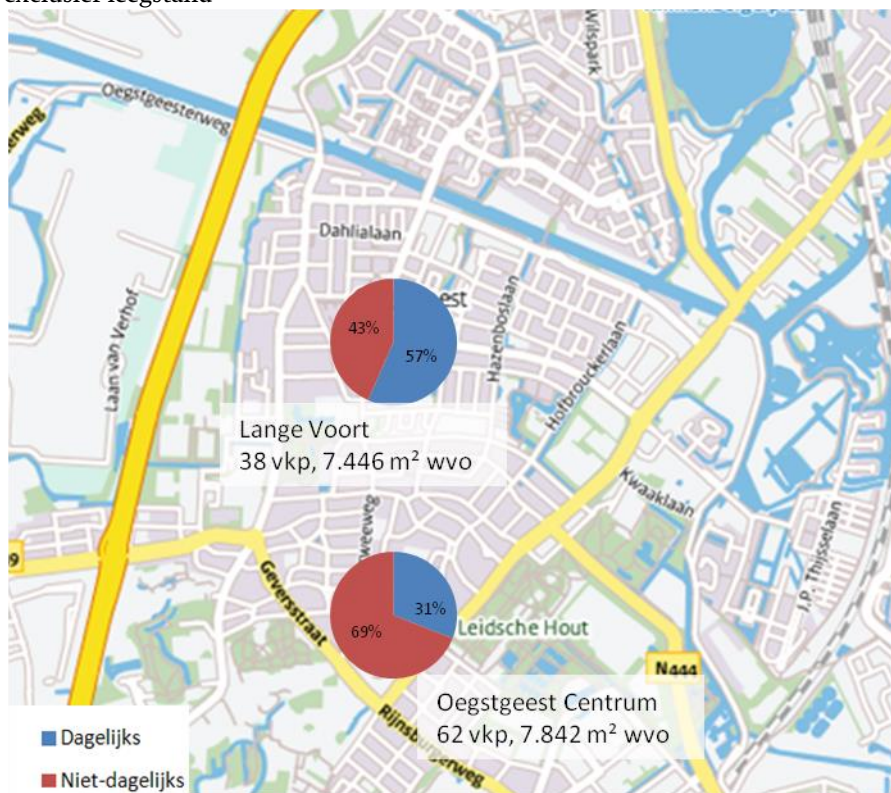
- Het centrum van Oegstgeest heeft de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 62 winkels (7.842 m² wvo). Daarnaast is er één ondersteunend winkelgebied (Lange Voort).
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

Gemeente	Winkel- gebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
		vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Oegstgeest	Centrum	14	2.429	48	5.413	3	261	65	8.103
	Lange Voort	15	4.214	23	3.232	1	90	39	7.536

*inclusief leegstand

⁶⁵ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Belangrijkste winkelgebieden in Oegstgeest, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Oegstgeest Centrum

- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het kernwinkelgebied van Oegstgeest over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Oegstgeest Centrum (in m² wvo en %) per groep.

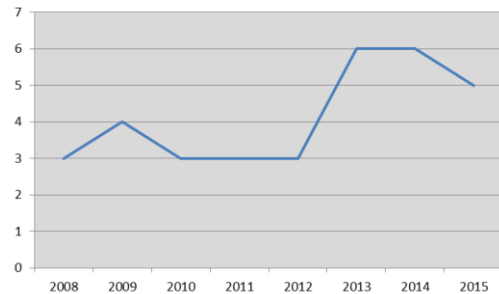
	vkp	M² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	14	2.429	23%	31%
Mode & Luxe	31	2.958	50%	38%
Vrije Tijd	4	562	6%	7%
In/Om Huis	11	1.803	18%	23%
Detailh Overig	2	90	3%	1%
Eindtotaal	62	7.842	100%	100%

Leegstand Oegstgeest

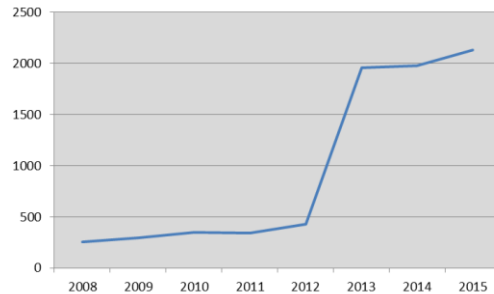
- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Oegstgeest 5 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 2.000 m² wvo. Minder dan één op de vijf leegstaande meters (18%) bevindt zich in de winkelgebieden Oegstgeest Centrum en Lange Voort. De overige leegstand (82%) ligt verspreid over de bebouwde kom.
- Ruim drie kwart (82%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) leegstand. Ongeveer een kwart (24%) is recentelijk leeggekomen. Structurele leegstand (2 jaar of langer) komt niet voor in Oegstgeest.

- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Oegstgeest opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 300 m² wvo naar circa 2.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

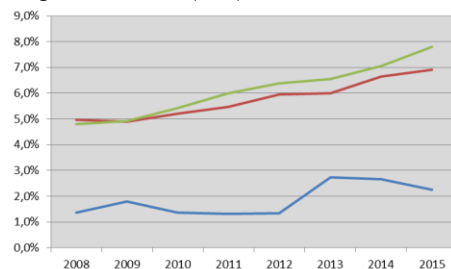


Leegstand Meters totaal

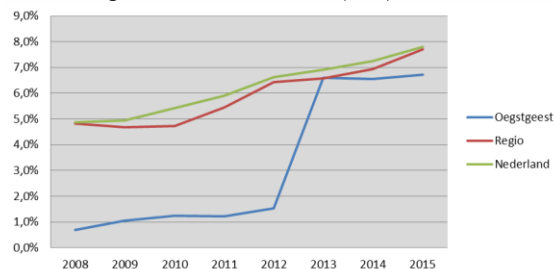


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdssector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Oegstgeest. Hier wordt respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 2,3% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 6,7%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelmeters (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 12: Winkelstructuur gemeente Pijnacker-Nootdorp⁶⁶

- Pijnacker-Nootdorp telt 137 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 53.555 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in Pijnacker-Nootdorp. Een kwart (25%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Plant & Dier. Daarnaast zijn ook de branches Kleding en Mode en Doe-Het-Zelf relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	36	13290	21%	25%
	Persoonlijke Verzorging	15	2443	9%	5%
Mode & Luxe	Warenhuis	2	941	1%	2%
	Kleding & Mode	30	5127	17%	10%
	Schoenen & Lederwaren	7	1698	4%	3%
	Juwelier & Optiek	9	695	5%	1%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	6	1594	3%	3%
	Antiek & Kunst	5	1385	3%	3%
Vrije Tijd	Sport & Spel	4	429	2%	1%
	Hobby	4	804	2%	2%
	Media	18	14371	10%	27%
In/Om Huis	Plant & Dier	9	1057	5%	2%
	Bruin & Witgoed	7	1293	4%	2%
	Auto & Fiets	4	5159	2%	10%
	Doe-Het-Zelf	9	2374	5%	4%
	Wonen	8	895	5%	2%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	36	13290	21%	25%
Totaal		173	53.555	100%	100%

- De centra van Pijnacker en Nootdorp zijn veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Pijnacker Centrum telt 77 winkels (15.479 m² wvo) en het planmatig ontwikkelde Nootdorp Centrum (De Parade) telt 49 winkels (10.418 m² wvo). Daarnaast beschikt Pijnacker-Nootdorp over 2 ondersteunende winkelgebieden.
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Centrum Delfgauw	5	2103	3	292	3	669	11	3064
Centrum Nootdorp	14	4593	35	5825	7	1428	56	11846
Centrum Pijnacker	21	5293	56	10186	13	1373	90	16852
Dorpsstraat Nootd.	1	195	5	826	1	338	7	1359

*inclusief leegstand

⁶⁶ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Belangrijkste winkelgebieden Pijnacker-Nootdorp, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Pijnacker Centrum en Nootdorp Centrum

- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het centra van Pijnacker en Nootdorp over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Pijnacker Centrum (in m² wvo en %) per groep.

	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	21	5293	27%	34%
Mode & Luxe	30	5580	39%	36%
Vrije Tijd	5	1222	6%	8%
In/Om Huis	16	2664	21%	17%
Detailh Overig	5	720	6%	5%
Totaal	77	15.479	100%	100%

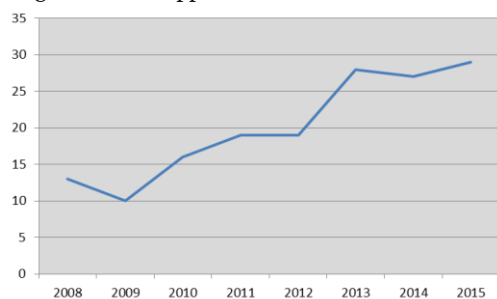
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Nootdorp Centrum (in m² wvo en %) per groep.

	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	14	4593	29%	44%
Mode & Luxe	22	4100	45%	39%
Vrije Tijd	5	879	10%	8%
In/Om Huis	6	771	12%	7%
Detailh Overig	2	75	4%	1%
Totaal	49	10.480	100%	100%

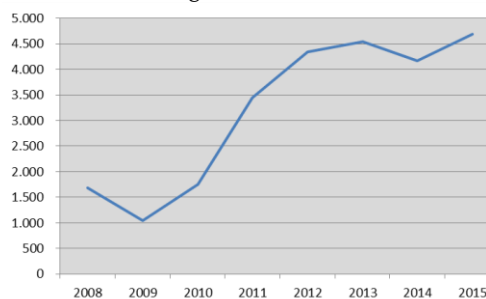
Leegstand Pijnacker-Nootdorp

- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Pijnacker-Nootdorp 29 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 5.000 m² wvo. Vrijwel alle leegstand in m² wvo (92%) bevindt zich in de winkelgebieden binnen de gemeente. De overige leegstand (8%) ligt verspreid over de bebouwde kom. Deze verdeling is inherent aan de winkelstructuur in Pijnacker-Nootdorp, waarbij vrijwel alle reguliere detailhandel (85%) in een van de winkelgebieden is gelegen.
- Bijna twee derde (63%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. Ruim een derde (37%) is recentelijk leeggekomen.
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Pijnacker-Nootdorp opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 1.700 m² wvo naar circa 5.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

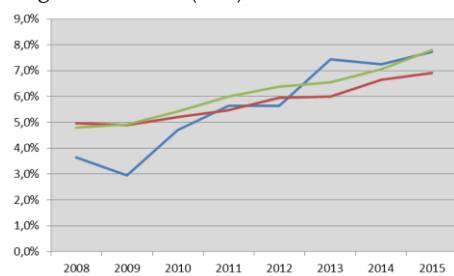


Leegstand Meters totaal

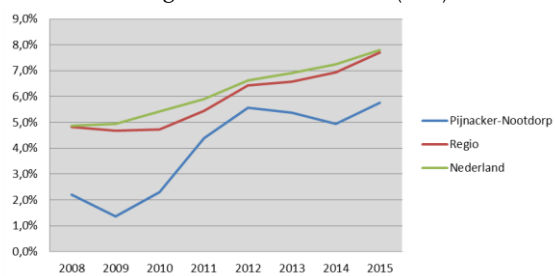


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdssector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Pijnacker-Nootdorp. Hier wordt de respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 7,7% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 5,7%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelruimte (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 13: Winkelstructuur gemeente Rijswijk⁶⁷

- Rijswijk telt 307 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 77.639 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in Rijswijk. Een vijfde (20%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Kleding & Mode. Ook de branches Wonen en Warenhuis zijn relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	72	15173	23%	20%
	Persoonlijke Verzorging	21	3769	7%	5%
Mode & Luxe	Warenhuis	4	7971	1%	10%
	Kleding & Mode	67	15787	22%	20%
	Schoenen & Lederwaren	15	4713	5%	6%
	Juwelier & Optiek	15	1150	5%	1%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	7	2870	2%	4%
	Antiek & Kunst	2	115	1%	0%
Vrije Tijd	Sport & Spel	13	3756	4%	5%
	Hobby	6	792	2%	1%
	Media	5	484	2%	1%
In/Om Huis	Plant & Dier	20	4449	7%	6%
	Bruin & Witgoed	13	4442	4%	6%
	Auto & Fiets	10	1165	3%	2%
	Doe-Het-Zelf	3	476	1%	1%
	Wonen	19	7951	6%	10%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	15	2576	5%	3%
Totaal		307	77.639	100%	100%

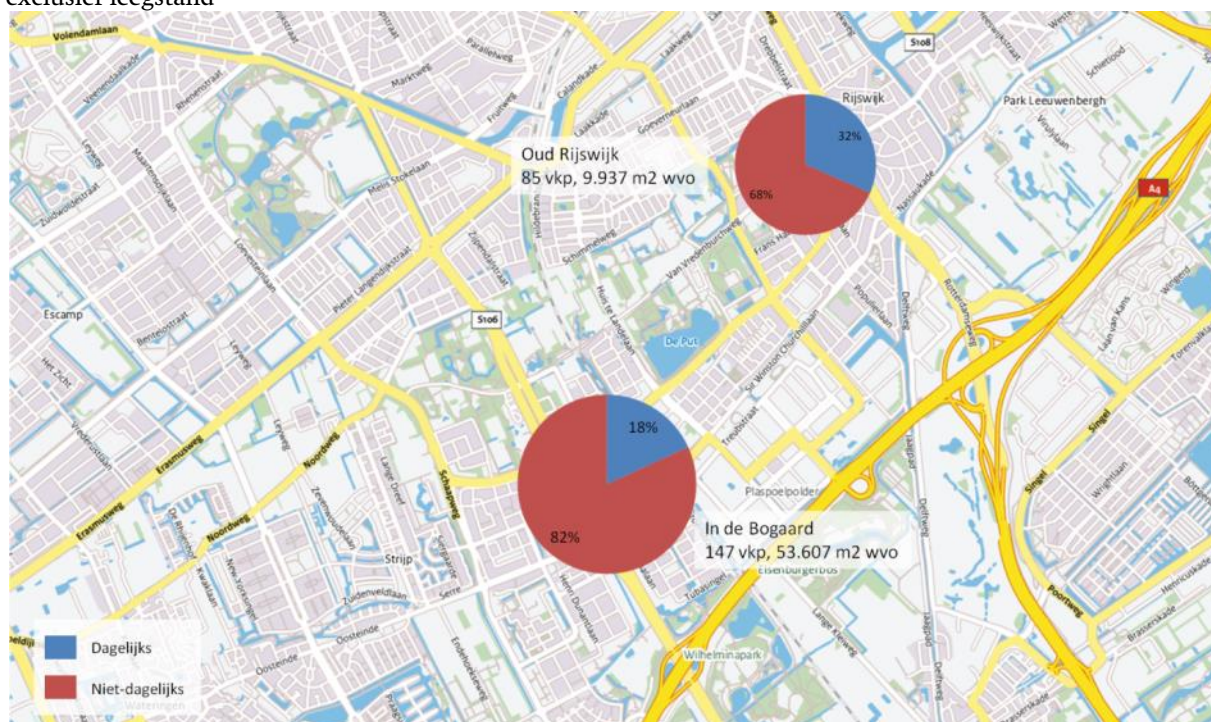
- Het centrum van Rijswijk (In de Bogaard) is veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 147 winkels (53.607 m² wvo). Daarnaast beschikt Rijswijk over 6 ondersteunende winkelgebieden.
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Centrum Rijswijk ZH	29	9743	118	43864	24	7412	171	61019
H. Dunantlaan	3	806	1	18	1	110	5	934
Hendr. Ravesteijnpl.	8	1153	12	1072	3	369	23	2594
Huis te Landelaan	9	1949	4	475	1	90	14	2514
Oud Rijswijk	31	3138	54	6799	15	1588	100	11525
Prinses Irenelaan	5	1438	1	80	1	80	7	1598
Waldhoornplein	4	192	1	18	1	250	6	460

*inclusief leegstand

⁶⁷ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Belangrijkste winkelgebieden in Rijswijk, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Rijswijk Centrum

- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het centrum van Rijswijk over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Rijswijk Centrum (in m² wvo en %) per groep.

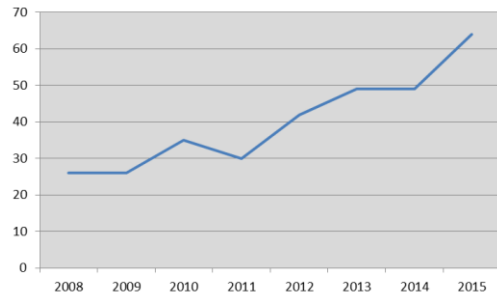
	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	29	9743	20%	18%
Mode & Luxe	76	29544	52%	55%
Vrije Tijd	12	3276	8%	6%
In/Om Huis	24	9306	16%	17%
Detailh Overig	6	1738	4%	3%
Totaal	147	53.607	100%	100%

Leegstand Rijswijk

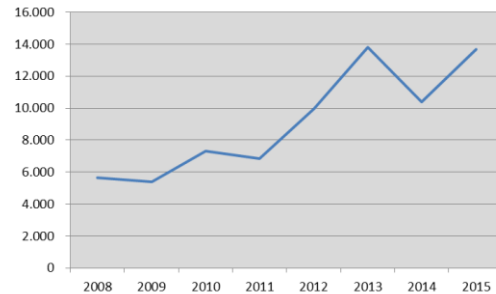
- Op 1 januari 2014 telt de gemeente Rijswijk 64 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 14.000 m² wvo. Vrijwel alle leegstand in m² wvo (95%) bevindt zich in de winkelgebieden binnen de gemeente. De overige leegstand (5%) ligt verspreid over de bebouwde kom. Deze verdeling is inherent aan de deels planmatig opgezette winkelstructuur in Rijswijk, waarbij vrijwel alle reguliere detailhandel (96%) in een van de winkelgebieden is gelegen.
- Ruim de helft (58%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. Minder dan de helft (42%) is recentelijk leeggekomen.

- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Rijswijk opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 5.700 m² wvo naar circa 14.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

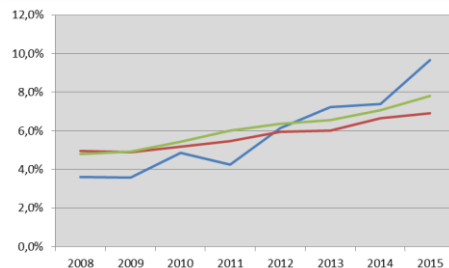


Leegstand Meters totaal

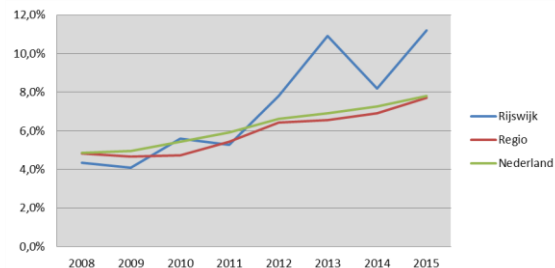


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdsector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Rijswijk. Hier wordt de respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 9,7% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 11,2%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelmeters (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 14: Winkelstructuur gemeente Voorschoten⁶⁸

- Voorschoten telt 115 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 25.238 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in beide gemeenten. Een kwart (25% en 23%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Plant & Dier. Dit betreffen hoofdzakelijk 2 tuincentra (7.170 m² wvo). Daarnaast zijn ook de branches Wonen en Kleding & Mode relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	29	6.336	25%	25%
	Persoonlijke Verzorging	10	1.016	9%	4%
Mode & Luxe	Warenhuis	1	982	1%	4%
	Kleding & Mode	16	2.397	14%	9%
	Schoenen & Lederwaren	1	70	1%	0%
	Juwelier & Optiek	6	395	5%	2%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	6	716	5%	3%
	Antiek & Kunst	2	148	2%	1%
Vrije Tijd	Sport & Spel	2	354	2%	1%
	Hobby	2	114	2%	0%
	Media	3	278	3%	1%
In/Om Huis	Plant & Dier	10	8.332	9%	33%
	Bruin & Witgoed	3	252	3%	1%
	Auto & Fiets	3	407	3%	2%
	Doe-Het-Zelf	3	400	3%	2%
	Wonen	13	2.601	11%	10%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	5	440	4%	2%
Totaal		115	25.238	100%	100%

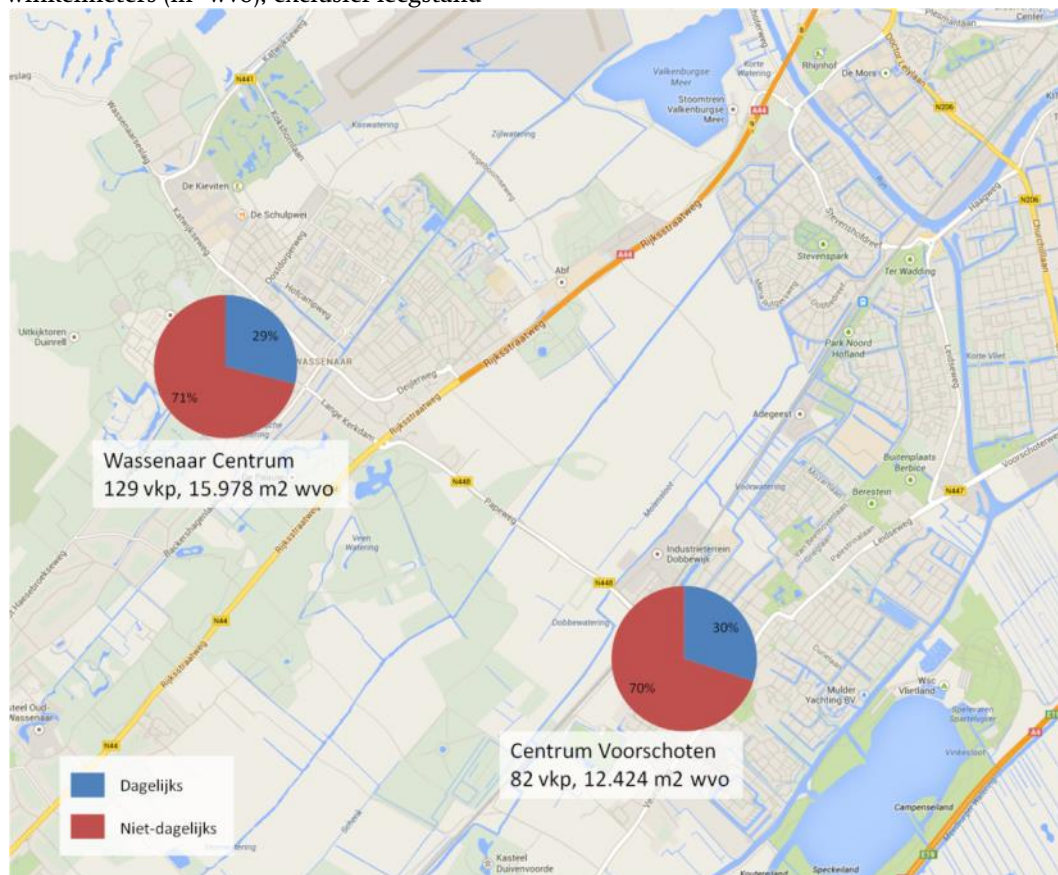
- Het centrum van Voorschoten veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 82 winkels (12.424 m² wvo). Daarnaast is er één ondersteunende winkelgebied (Hofland).
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

Gemeente	Winkel- gebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
		vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Voorschoten	Centrum	21	3.728	61	8.696	8	696	90	13.120
	Hofland	7	1.432	3	253	1	45	11	1.730

*inclusief leegstand

⁶⁸ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Belangrijkste winkelgebieden in Voorschoten en Wassenaar, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Voorschoten Centrum

- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikken de kernwinkelgebieden van Wassenaar en Voorschoten over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Voorschoten Centrum (in m² wvo en %) per groep.

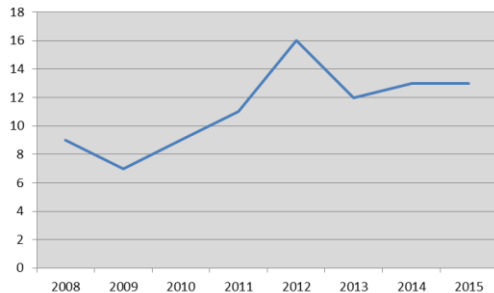
	vkp	M² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	21	3.728	26%	30%
Mode & Luxe	31	4.638	38%	37%
Vrije Tijd	5	630	6%	5%
In/Om Huis	22	3.123	27%	25%
Eindtotaal	82	12424	100%	100%

Leegstand Voorschoten

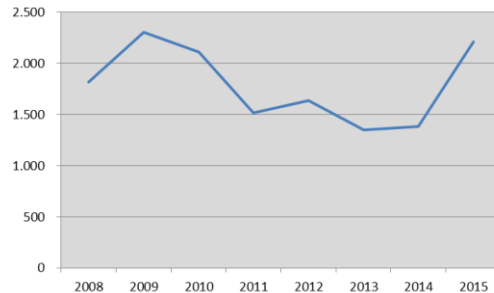
- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Voorschoten 13 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 2.000 m² wvo. Iets meer dan de helft van de leegstand in m² wvo (54%) bevindt zich in de winkelgebieden binnen de gemeente. De overige leegstand (46%) ligt verspreid over de bebouwde kom.

- Ruim drie kwart (76%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. Ongeveer een kwart (24%) is recentelijk leeggekomen.
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Voorschoten opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo daalde in dezelfde periode van circa 1.800 m² wvo naar circa 2.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

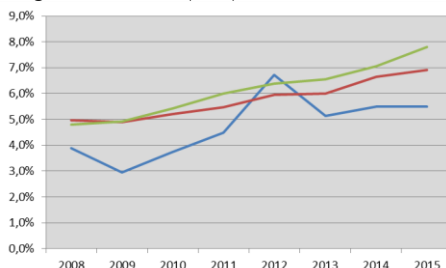


Leegstand Meters totaal

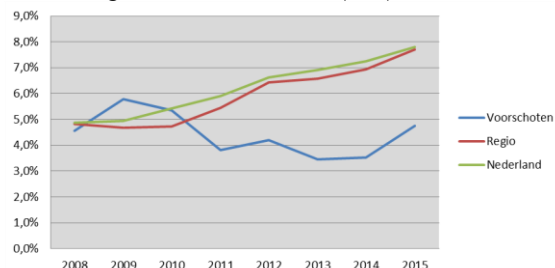


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdsector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Voorschoten. Hier wordt de respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 5,5% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 4,7%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelmeters (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 15: Winkelstructuur gemeente Wassenaar⁶⁹

- Wassenaar telt 174 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 32.688 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in Wassenaar. Ongeveer een kwart (23%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Plant & Dier. Dit betreffen hoofdzakelijk 2 tuincentra (7.630 m² wvo). Daarnaast zijn ook de branches Kleding & Mode en Wonen relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	39	7.391	22%	23%
	Persoonlijke Verzorging	9	1.385	5%	4%
Mode & Luxe	Warenhuis	1	820	1%	3%
	Kleding & Mode	35	3.795	20%	12%
	Schoenen & Lederwaren	6	610	3%	2%
	Juwelier & Optiek	8	540	5%	2%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	9	809	5%	2%
	Antiek & Kunst	2	120	1%	0%
Vrije Tijd	Sport & Spel	5	1.024	3%	3%
	Hobby	7	637	4%	2%
	Media	5	505	3%	2%
In/Om Huis	Plant & Dier	14	9.319	8%	29%
	Bruin & Witgoed	3	148	2%	0%
	Auto & Fiets	6	691	3%	2%
	Doe-Het-Zelf	3	1.019	2%	3%
	Wonen	12	3.149	7%	10%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	10	726	6%	2%
Totaal		174	32.688	100%	100%

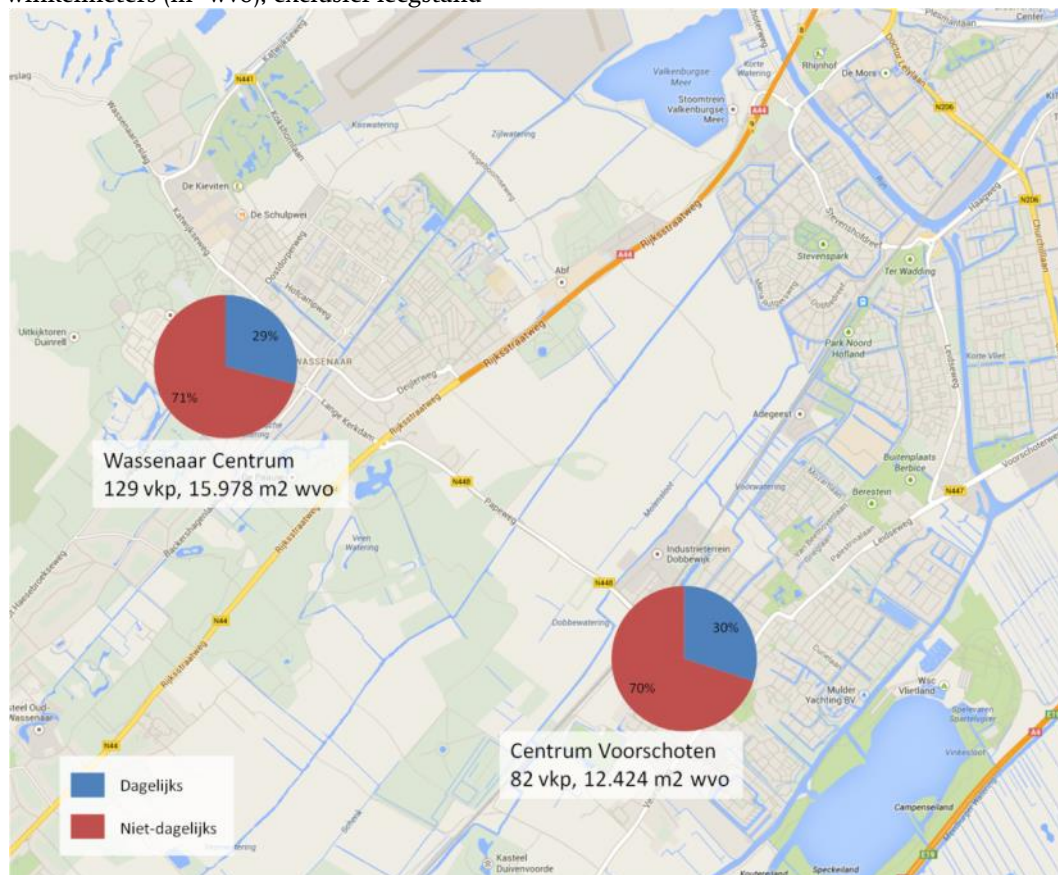
- Het centrum van Wassenaar is veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 129 winkels (15.978 m² wvo). Daarnaast beschikt Wassenaar over 3 ondersteunende winkelgebieden.
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Centrum	34	4.617	95	11.361	6	529	135	16.507
Oostdorperweg	2	474	8	1.143	5	381	15	1.998
Stadhouderspl.	5	2.383	5	413	2	525	12	3.321
Starrenburgln.	2	950	1	393	-	-	3	1.343

*inclusief leegstand

⁶⁹ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Belangrijkste winkelgebieden in Voorschoten en Wassenaar, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Wassenaar Centrum

- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het centrum van Wassenaar over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Wassenaar Centrum (in m² wvo en %) per groep.

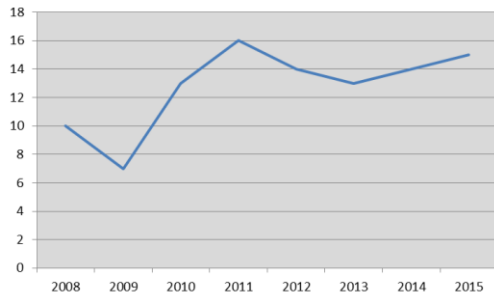
	vkp	m² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	34	4.617	26%	29%
Mode & Luxe	55	6.421	43%	40%
Vrije Tijd	14	1.964	11%	12%
In/Om Huis	19	2.664	15%	17%
Eindtotaal	129	15978	100%	100%

Leegstand Wassenaar

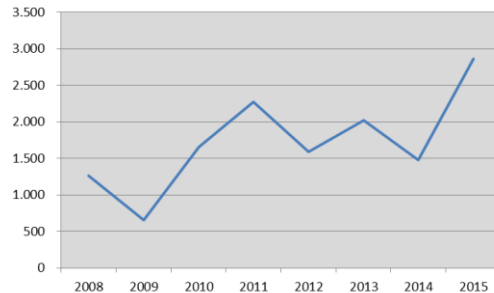
- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Wassenaar 15 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 3.000 m² wvo. Vrijwel alle leegstand in m² wvo (97%) bevindt zich in de winkelgebieden binnen de gemeente. De overige leegstand (3%) ligt verspreid over de bebouwde kom. Deze verdeling is inherent aan de winkelstructuur in Wassenaar: Ruim 85% van de in gebruik zijnde winkels behoort tot één van de winkelgebieden.

- Bijna twee derde (63%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. Ruim een derde (37%) is recentelijk leeggekomen.
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Wassenaar opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 1.300 m² wvo naar circa 3.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

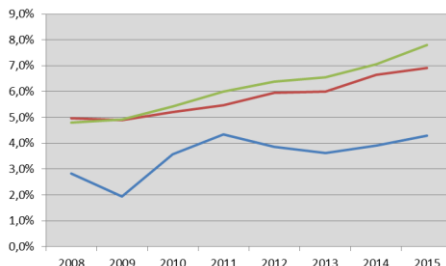


Leegstand Meters totaal

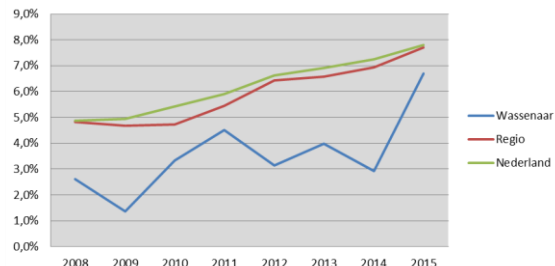


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdssector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Wassenaar. Hier wordt de respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 4,3% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 6,7%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelmeters (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 16: Winkelstructuur gemeente Zoetermeer⁷⁰

- Zoetermeer telt 480 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 172.214 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in Zoetermeer. Minder dan een vijfde (18%) van het totale aanbod (in m² wvo) bestaat uit dagelijkse winkels. De daarna sterkst vertegenwoordigde winkelbranche is Doe-Het-Zelf. Ook de branches Plant & Dier, Wonen en Kleding & Mode zijn relatief sterk vertegenwoordigd.

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	100	31141	21%	18%
	Persoonlijke Verzorging	37	5458	8%	3%
Mode & Luxe	Warenhuis	3	5214	1%	3%
	Kleding & Mode	76	18653	16%	11%
	Schoenen & Lederwaren	19	3976	4%	2%
	Juwelier & Optiek	27	2955	6%	2%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	17	5208	4%	3%
	Antiek & Kunst	1	106	0%	0%
Vrije Tijd	Sport & Spel	28	7726	6%	4%
	Hobby	9	721	2%	0%
	Media	17	2247	4%	1%
In/Om Huis	Plant & Dier	33	27454	7%	16%
	Bruin & Witgoed	22	6014	5%	3%
	Auto & Fiets	23	3483	5%	2%
	Doe-Het-Zelf	10	27978	2%	16%
	Wonen	39	20748	8%	12%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	19	3132	4%	2%
Totaal		480	172.214	100%	100%

- Het centrum van Zoetermeer is veruit de grootste winkelconcentratie in de gemeente. Het centrum telt 153 winkels (45.527 m² wvo). Daarnaast beschikt Zoetermeer over 14 reguliere ondersteunende winkelgebieden en één grootschalige concentratie: Woonhart (direct tegen naast het Stadshart).
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Buytenwegh	8	2618	8	1157	0	0	16	3775
Centrum	22	6138	131	39389	17	4133	170	49660
Croesinckplein	4	1395	0	0	1	250	5	1645
De Leyens	9	2433	5	760	0	0	14	3193
De Vlieger	4	1259	3	587	0	0	7	1846
Dorpsstraat	19	2975	58	6589	17	1887	94	11451
Meerzicht	16	3943	13	1846	0	0	29	5789

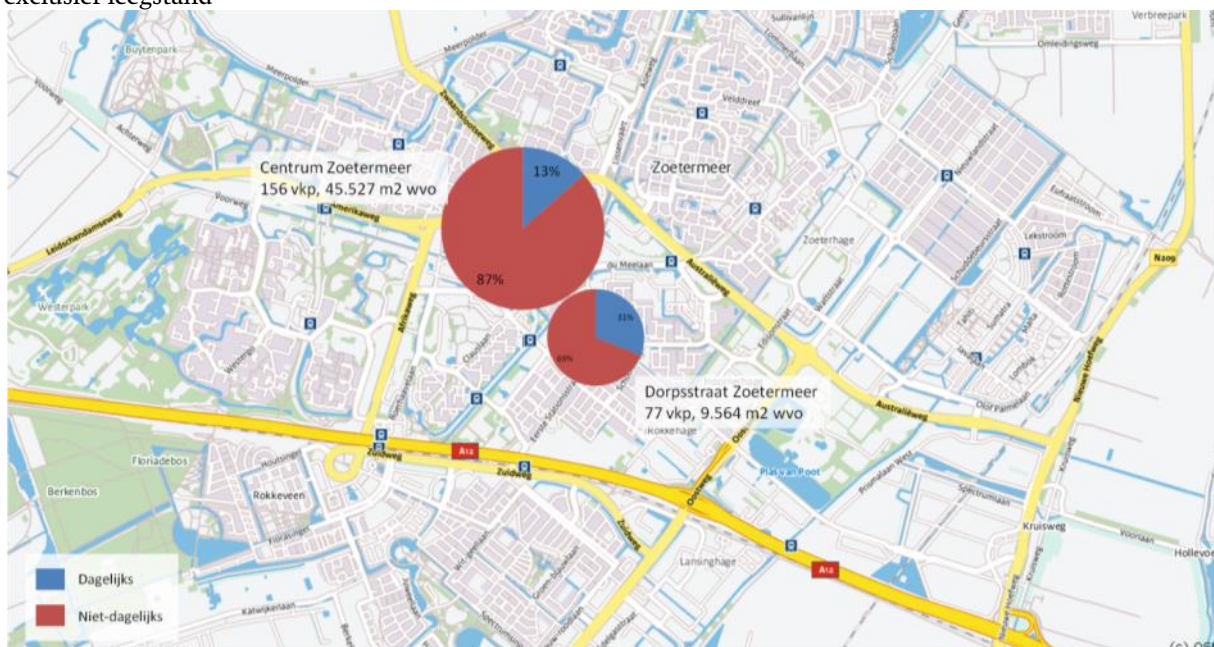
⁷⁰ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Winkelgebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Meeuwenveld	4	988	2	205	0	0	6	1193
Noordhove	5	1617	1	100	0	0	6	1717
Oosterheem	13	5189	12	2441	2**	325	27	7955
Oranjelaan	4	298	4	504	2	525	10	1327
Piet Heinstraat	3	240	2	130	0	0	5	370
Rokkeveen	9	3131	14	1612	3	379	26	5122
Seghwaert	8	2727	4	571	0	0	12	3298
Vijverhoek	5	1503	2	140	0	0	7	1643
Woonhart	0	0	17	16689	3	2897	20	19586

*inclusief leegstand

**Oosterheem is een nieuw winkelcentrum. De leegstaande panden zijn nog niet in gebruik geweest

Belangrijkste winkelgebieden in Zoetermeer, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Zoetermeer Centrum

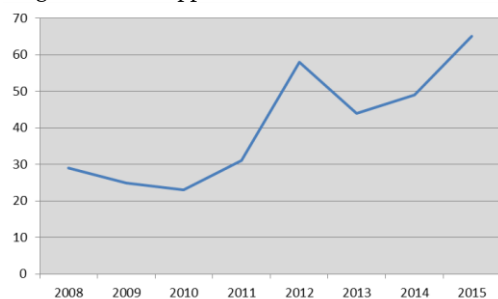
- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het centrum van Zoetermeer over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Zoetermeer Centrum (in m² wvo en %) per groep.

	vkp	m² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	22	6138	14%	13%
Mode & Luxe	86	27044	56%	59%
Vrije Tijd	18	5344	12%	12%
In/Om Huis	24	6718	16%	15%
Detailh Overig	3	283	2%	1%
Totaal	153	45.527	100%	100%

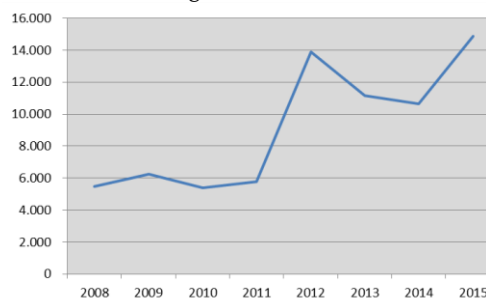
Leegstand Zoetermeer

- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Zoetermeer 65 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 15.000 m² wvo. Vrijwel alle leegstand in m² wvo (98%) bevindt zich in de winkelgebieden binnen de gemeente. De overige leegstand (2%) ligt verspreid over de bebouwde kom. Deze verdeling is inherent aan de planmatig opgezette winkelstructuur in Zoetermeer, waarbij vrijwel alle reguliere detailhandel (meer dan 90%) in een van de winkelgebieden is gesitueerd.
- Ruim een derde (39%) van de leegstand in m² wvo betreft langdurige (1 tot 2 jaar) of structurele (langer dan 2 jaar) leegstand. Bijna twee derde (61%) is recentelijk leeggekomen.
- In de periode 2008-2015 is het aantal leegstaande panden in Zoetermeer opgelopen. De totale omvang van de leegstand in m² wvo steeg in dezelfde periode van circa 5.500 m² wvo naar circa 15.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

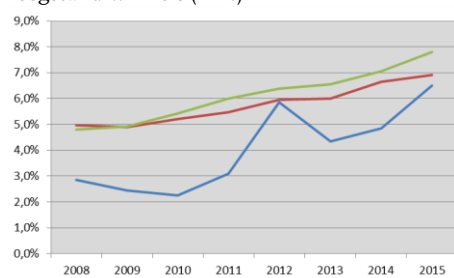


Leegstand Meters totaal

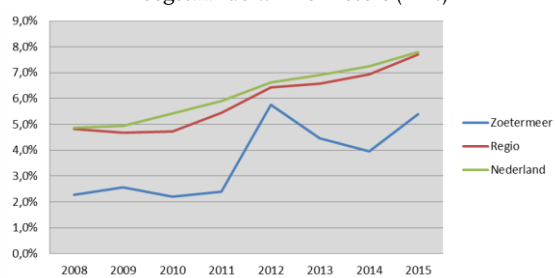


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdsector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Zoetermeer. Hier wordt de respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 6,5% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 5,4%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelruimte (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 17: Winkelstructuur gemeente Zoeterwoude⁷¹

- Zoeterwoude telt 54 in gebruik zijnde winkels, met een totale omvang van 43.237 m² wvo.
- Onderstaande tabel toont de branchesamenstelling in de gemeente. Zoeterwoude kent met name een sterk cluster in de woonwinkels (77%). Na woonwinkels zijn bruin en witgoed zaken het sterkst vertegenwoordigd (9%).

Groep	Hoofdbranche	vkp	m ² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	Levensmiddelen	14	1531	26%	4%
	Persoonlijke Verzorging	2	198	4%	0%
Mode & Luxe	Kleding & Mode	1	30	2%	0%
	Schoenen & Lederwaren	1	810	2%	2%
	Huishoudelijke- & Luxe Ar	3	1176	6%	3%
Vrije Tijd	Hobby	1	8	2%	0%
In/Om Huis	Plant & Dier	4	703	7%	2%
	Bruin & Witgoed	2	4100	4%	9%
	Auto & Fiets	1	441	2%	1%
	Doe-Het-Zelf	4	988	7%	2%
	Wonen	19	33136	35%	77%
Detailh Overig	Detailhandel Overig	2	116	4%	0%
Totaal		54	43237	100%	100%

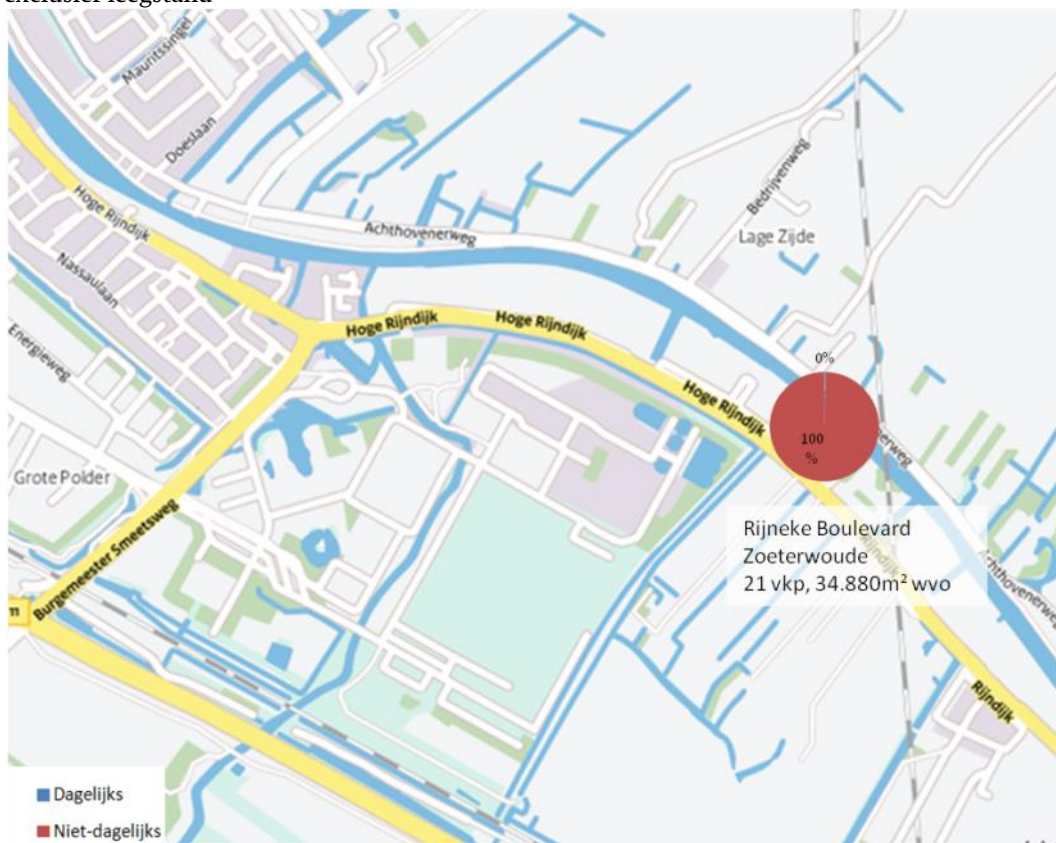
- Het centrum van Zoeterwoude telt 12 winkels (1.061 m² wvo). Daarnaast is er een ondersteunend winkelgebied (Rijnekeboulevard Zoeterwoude).
- Onderstaande tabel toont het aantal dagelijkse winkelmeters, niet-dagelijkse winkelmeters en leegstaande meters per winkelgebied.

Gemeente	Winkel- gebied	Dagelijks		Niet-dag.		Leegstand		Totaal*	
		vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo	vkp	wvo
Zoeterwoude	Centrum Zoeterwoude	7	838	5	223	1	60	13	1.121
	Rijnekeboulevard Zoeterwoude	1	146	20	34.734			21	34.880

*inclusief leegstand

⁷¹ Data op basis van Locatus Verkooppunten Verkenner, peildatum januari 2008 - januari 2014 (leegstand 2015)

Belangrijkste winkelgebied in Zoeterwoude, aantal winkels (vkp) en winkelmeters (m² wvo), exclusief leegstand



Zoeterwoude Centrum

- Waar de ondersteunende winkelgebieden doorgaans het domein zijn van het dagelijkse winkelaanbod, beschikt het kernwinkelgebied van Leiderdorp over een substantieel aanbod in de niet-dagelijkse sector.
- Onderstaande tabel toont het winkelaanbod in Leiderdorp Centrum (in m² wvo en %) per groep.

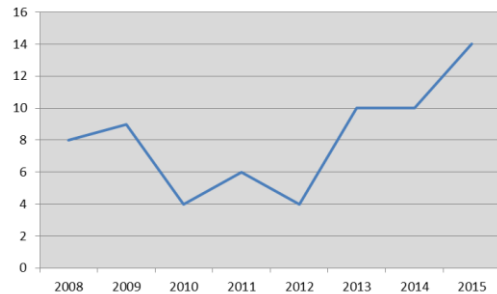
	vkp	M² wvo	% vkp	% wvo
Dagelijks	7	838	58%	79%
Mode & Luxe	2	40	17%	4%
In/Om Huis	3	183	25%	17%
Eindtotaal	12	1.061	100%	100%

Leegstand Zoeterwoude

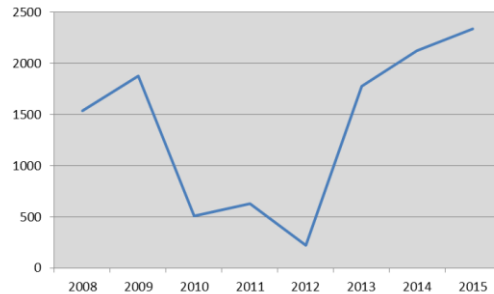
- Op 1 januari 2015 telt de gemeente Zoeterwoude 14 leegstaande panden, met een gezamenlijke omvang van circa 2.000 m² wvo. De leegstand is vrijwel volledig verspreid op bedrijventerreinen gesitueerd. In het centrum en op de Rijnkenboulevard is de leegstand nihil.
- Vrijwel alle leegstand in Zoeterwoude (97%) betreft langdurige (1 tot 2 jaar) leegstand, de rest is recentelijk leeggekomen. Structurele leegstand (langer dan 2 jaar) komt momenteel niet voor.

- In de periode 2008-2015 fluctueerde het aantal leegstaande panden in Zoeterwoude. De totale omvang van de leegstand in m² wvo fluctueerde in dezelfde periode tussen circa 200 m² wvo en circa 2.000 m² wvo.

Leegstand Verkooppunten totaal

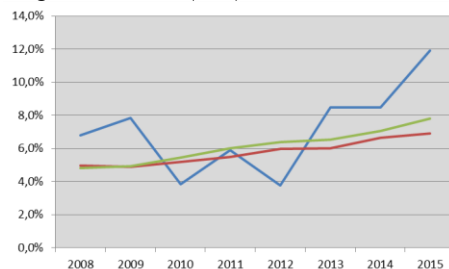


Leegstand Meters totaal

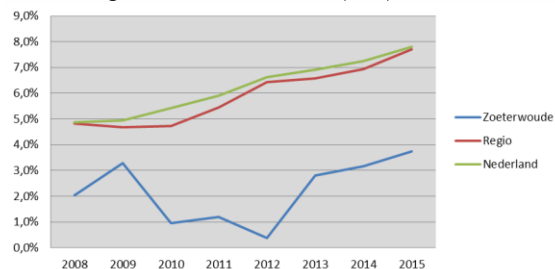


- Locatus inventariseert ieder jaar de volledige winkelvoorraad in Nederland. Bij die inventarisatie wordt voor iedere winkel en elk leegstaand pand met een publieksfunctie (dus geen kantoor of bedrijf) de omvang van het pand gemeten. Voor andere voorzieningen, zoals diensten, vrije tijd, ambachten en cultuur, wordt dat niet gedaan. Zodoende beschikken we voor iedere gemeente, woonplaats en winkelgebied over twee metrages: het aantal winkelmeters en het aantal leegstaande meters. De ongecorrigeerde leegstand is de totale leegstand gedeeld door het totale metrage (winkels + leegstand). In de praktijk weten we dat niet alle leegstand als winkelleegstand kan worden gezien. Om die reden wordt een correctiefactor gehanteerd: 2/3e van de totale leegstand beschouwt Locatus als winkelleegstand. De andere 1/3e betreft een leeggekomen verkooppunt in de diensten- ambachten- of vrijetijdssector. Dit is de gecorrigeerde leegstand, of de winkelleegstand.
- Onderstaande figuren tonen de ontwikkeling van winkelleegstand in Zoeterwoude. Hier wordt respectievelijk de helft en twee derde van het totaal aantal leegstaande panden en meters als winkelleegstand beschouwd. Per saldo blijkt de winkelleegstand qua panden te zijn gestegen. Deze ligt in 2015 op circa 11,9% (versus 7,8% landelijk).
- Het percentage leegstaande winkelmeters ligt op circa 3,7%. Ter vergelijking: in heel Nederland bedraagt de winkelleegstand circa 7,8% (inclusief grootschalige detailhandel als woonwinkels, bouwmarkten, etc).

Leegstand winkels (in %)



Leegstaande winkelmeters (in %)



De regio omvat alle gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland

Bijlage 18: Verantwoording methodiek effectenanalyse

Uitgangspunten bij bepaling omzetverdringingseffect

Extra omzetclaim naar sector

De netto toename van circa 20.000 m² winkelvloeroppervlak (wvo)⁷² zorgt voor een maximale omzetplus van circa € 86,5 miljoen op jaarbasis⁷³. Zie hiervoor paragraaf 3.1. Deze extra omzetclaim van Leidsenhage is voor de bepaling van de effecten en de verdringing uitgesplitst naar de sectoren:

- Dagelijks, goed voor een indicatieve extra omzetclaim van € 12 miljoen.
- Niet-dagelijks Mode & Luxe. Bij de integrale herontwikkeling van Leidsenhage ligt de focus op versterking van het modische segment. In Mode & Luxe zijn dan ook de grootste effecten te verwachten.
- Niet-dagelijkse Overig, bestaande uit Vrije Tijd & Electro, Woninginrichting en Doe-Het-Zelf.

Deze indeling is ook gehanteerd in eerder onderzoek⁷⁴ en is gemaakt om bestedingen, koopstromen en aanbodgegevens te synchroniseren en zo een meer verfijnde analyse te kunnen maken van de (verdringings)effecten.

Bij de hier gepresenteerde uitkomsten zijn de effecten voor de dagelijkse en niet-dagelijkse sector geaggregeerd, en is ook het (verdringings)effect op de totale detailhandelsomzet bepaald.

Verdringing

De verdringing is de omzet die een regio, gemeente of aankoopplaats verliest als gevolg van de extra omzetclaim (€ 86,5 miljoen) die Leidsenhage genereert door de uitbreiding. De verdringing is uitgedrukt in absolute bedragen en percentages (de absolute omzetderving als percentage van de detailhandelsomzet in een betreffende gemeente of aankoopplaats).

De omzetverdringing voor de bestaande detaillisten in de regio's Haaglanden en Holland Rijnland als gevolg van de uitbreiding van Leidsenhage beweegt zich tussen de 0% en 100%:

- Een percentage van 0%-verdringing treedt op als het in Leidsenhage toegevoegde retailaanbod en het planconcept volstrekt uniek zijn voor het marktgebied (de regio's Haaglanden en Holland Rijnland), dat wil zeggen niet (volwaardig) vertegenwoordigd in de regio, en ook een sterk bovenregionale aantrekkingskracht heeft.
- Een percentage van 100%-verdringing is aan de orde als het in Leidsenhage toegevoegde retailaanbod niet-complementair is, dat wil zeggen een volledige kopie is van bestaande aanbod in de regio (louter meer van hetzelfde) en het nieuwe Leidsenhage geen enkele (extra) aantrekkingskracht uitoefent op de consumenten van buiten de regio's Haaglanden en Holland Rijnland.

⁷² Uitgaande van een wvo/bvo-verhouding van 0,8 correspondeert 25.000 m² bvo met 20.000 m² wvo.

⁷³ Uitgaande van een verdeling van het metrage van 7,5% dagelijks en 92,5% niet-dagelijks (op basis van de Gebiedsvisie) en een vloerproductiviteit van € 8.000 voor de dagelijkse en € 4.025 voor de niet-dagelijkse sector (zie paragraaf 3.2).

⁷⁴ Bureau Stedelijke Planning (2012), Provincie Zuid-Holland ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel

De uiteindelijke invulling van winkelcentrum Leidsenhage (retailaanbod en concept) is bepalend voor de mate van verdringing. Bureau Stedelijke Planning schat in dat op basis van de beoogde invulling, het planconcept en ervaringen elders de werkelijke verdringing maximaal 50% bedraagt. Dit komt neer op een omzetsderving van € 43,2 miljoen⁷⁵ op jaarbasis. Dit heeft te maken met twee aspecten (in volgorde van belang):

- De bovenregionale omzet, voor circa twee derde van 50% verklarend (ca € 29 miljoen).
- Verschuiving van consumptieve bestedingen, voor circa een derde verklarend (absoluut € 14 miljoen).

Ad 1. Bovenregionale omzet (33% verklarend, € 29 miljoen)

De bovenregionale omzet gaat in beginsel niet ten koste van bestaande aanbieders in de regio. Het overgrote merendeel van de gemeenten binnen de regio's Haaglanden en Holland Rijnland valt binnen de 20 autominuten. De gemeenten die (net) buiten de tien gemeenten in de regio's waar Leidsenhage het leeuwendeel van de omzet genereert vallen alleen Leiden en Katwijk net buiten de 20 autominuten. Leiden en Katwijk vertegenwoordigen samen 7% van de niet-dagelijkse omzet van Leidsenhage.

Uit een onderzoek uit 2013 onder een tiental⁷⁶ Europese (en enigszins vergelijkbare) centra uit de portefeuille van Unibail-Rodamco komt het volgende beeld naar voren:

Tabel 16 Aandeel bezoekers en bestedingen 0-30 autominuten tien referentiecentra

	0-10	10-20	20-30	Totaal
Bezoekers	25%	48%	28%	100%
Omzet	21%	47%	32%	100%

Bron: Unibail-Rodamco, bewerkingen/berekeningen Bureau Stedelijke Planning

In de referentieprojecten is 28% van de bezoekers en 32% van de omzet van tussen 20 en 30 autominuten afkomstig. Enkele belangrijke opmerkingen hierbij:

- Er is geen onderzoek gedaan naar het aandeel buiten de 30 autominuten. Hier komt naar schatting ook nog 15% van de omzet vandaan.
- Het betreft het aandeel bezoekers en bestedingen van het gehele winkelcentrum. In de becijfering van de effecten beperken wij ons tot de *extra* omzetclaim (€ 86,5 miljoen) die Leidsenhage genereert door de uitbreiding. Wij schatten in dat van de extra omzetclaim 35-40% (absoluut € 32 miljoen) afkomstig is van buiten de regio's Haaglanden en Holland Rijnland. Geprojecteerd op de totale omzet van Leidsenhage na uitbreiding is dit slechts 11%! (berekening: € 32 miljoen / (€ 206 miljoen bestaand + € 86,5 miljoen nieuw).
- De buitenlandse situatie kan niet zo maar 1-op-1 vertaald worden naar de Nederlandse. Nederland kent in vergelijking met het buitenland een relatief dicht netwerk aan winkels en winkelcentra. Vandaar dat we ook enkele Nederlandse voorbeelden hebben geanalyseerd: de Haagse binnenstad en Factory Outlet Centers.
 - De Haagse binnenstad heeft de laatste jaren de bovenregionale positie weten te versterken. Tevens is de Haagse binnenstad een van de weinige winkelgebieden die de omzet in de periode 2004-2011 zag groeien. Uit het KSO2011 blijkt dat 40% van de niet-dagelijkse omzet afkomstig is van buiten Den Haag, waarvan 17% uit de regio en 23% van buiten de regio (> 20 autominuten). In absolute bedragen gaat

⁷⁵ Berekening: € 86,5 miljoen * 0,5.

⁷⁶ La Part Dieu, Bonaire, Arkadia, La Maquinista, Gallery Mokotow, Villeneuve 2, Carre Senart, Parly 2, Velizy 2 en Bay 2

het om € 102 miljoen aan niet-dagelijkse omzet van buiten de regio (> 20 autominuten). Het bereik is ongetwijfeld verder toegenomen/ toe aan het nemen daar er een keur aan projecten is/wordt opgeleverd: New Babylon, De Nieuwe Haagse Passage, Amadeus, De Markies en Sijthoff City.

- In het kader van de mogelijke komst van een Factory Outlet Center in Bleizo zijn door diverse bureaus onderzoeken verricht (BRO, DTNP, Ecorys, I&O Research). In een aantal van deze onderzoeken is ook het bereik van Factory Outlet Centers in Nederland (en buitenland) geanalyseerd. Op basis van de referentieanalyse hebben diverse bureaus geschat dat vermoedelijk de helft van de bezoekers aan FOC Bleizo afkomstig is van binnen 30 autominuten en de andere helft van daarbuiten. In omzettermen slaat de balans iets meer door naar buiten de 30 autominuten.

De schatting dat de bovenregionale omzet *als gevolg van de uitbreiding en modernisatie* 35-40% van de extra omzet of circa € 32 miljoen bedraagt, lijkt eerder aan de conservatieve dan ruime kant.

Ad 2. Verschuiving van consumptieve bestedingen (17% verklarend, € 14 miljoen)

Een ander effect wat optreedt, is verschuiving van consumptieve bestedingen⁷⁷ van andere type aanbieders en kanalen naar de detailhandel in Leidsenhage. Dit gaat op als Leidsenhage zich meer profileert als winkelcentrum voor een dagdeel uit. Leidsenhage gaat dan sterker concurreren met dagattracties, andere uitstapjes, reizen, internet, horeca, dienstverlening, huisvesting, brandstofpunten, et cetera. Het is ook mogelijk dat de consument meer gaat uitgeven aan detailhandel en minder gaat sparen. Sparen is een uitgestelde vorm van consumptie.

Bij de bepaling van het verdringingseffect naar gemeente en aankoopplaats zijn twee scenario's gehanteerd:

- 50%-verdringing, zijnde (in onze ogen) het meest aannemelijke scenario
- 100%-verdringing, zijnde het 'worst case'-scenario

Drie methodes voor verdeling omzetverdringingseffect naar gemeente

Normaliter wordt van de extra omzetclaim verdeeld naar rato van de huidige omzetherkomst. Dit impliceert dat als op dit moment 10% van de omzet afkomstig is uit een bepaalde gemeente, dit ook geldt voor de extra omzetclaim. Daarbij wordt ook verondersteld dat deze extra omzetclaim volledig ten koste gaat van het bestaande aanbod in de betreffende gemeente. Voor kleine(re) uitbreidingen/herontwikkelingen, die niet gepaard gaan met een verandering van functie en koopstromen, is deze methode goed bruikbaar. In het specifieke geval van Leidsenhage is sprake van een relatief grote uitbreiding en een wezenlijk ander planconcept. Nog meer dan voorheen gaat Leidsenhage concurreren met gemeenten en aankoopplaatsen van hogere orde, over een veel grotere afstand dan tot op heden. Functie en koopstromen wijzigen derhalve. Dat is ook de reden waarom we naast de gebruikelijke methode (naar rato van omzetherkomst) voor het bepalen van het indicatieve verdringingseffect naar gemeenten twee andere methodes hebben gehanteerd:

⁷⁷ Uitgaven aan goederen en diensten van consumenten.

- Methode 2: Naar rato van omvang en samenstelling detailhandelsaanbod in gemeenten. Deze methode is toegevoegd omdat gemeenten (en aankoopplaatsen) met een groter winkelaanbod (in vooral Mode & Luxe) met een grotere absolute omzetsderving te maken krijgen dan gemeenten waar het aanbod bescheiden is.
- Methode 3. Naar rato van bovenlokale kooporiëntaties binnen de regio's. Met deze methode houden we rekening met bovenlokale of regionale aantrekkingskracht van gemeenten (en aankoopplaatsen), waar Leidsenhage nog meer dan voorheen mee gaat concurreren.

Hieronder volgt een toelichting op de drie gehanteerde methoden.

Methode 1 (M1): Naar rato van huidige omzetherkomst Leidsenhage

Dit is de gebruikelijke methode, zie eerder. In deze methode is de extra omzetclaim verdeeld naar rato van de huidige omzetherkomst in Leidsenhage. Een voorbeeld: als op dit moment is 27,4% van de niet-dagelijkse omzet van Leidsenhage afkomstig is uit de gemeente Den Haag veronderstellen we dat dit ook geldt voor de uitbreiding. Met methode 1 verdisconteren we de *huidige* oriëntatie vanuit Haaglanden en Holland Rijnland op Leidsenhage 1-op-1. De geografische afstand tussen Leidsenhage en de desbetreffende gemeente is sterk bepalend. Daar we verwachten dat het nieuwe aanbod en planconcept een andere functie kent, is de huidige oriëntatie als methode ontoereikend. Vandaar dat twee andere methoden zijn toegevoegd.

Methode 2 (M2): Naar rato van omvang en samenstelling detailhandelsaanbod

In deze methode is de extra omzetclaim verdeeld naar rato van de gevestigde omzet van het detailhandelsaanbod in de betreffende sectoren (Dagelijks en niet-dagelijks, bestaande uit Mode & Luxe en Niet-dagelijks Overig) van elke gemeente in Haaglanden en Holland Rijnland. Oftewel: als in de huidige situatie 29,0% van de totale niet-dagelijkse omzet in de beide regio's (Haaglanden en Holland Rijnland samen) gerealiseerd wordt in Den Haag, dan gaat eveneens 29,0% van de toekomstige extra omzetclaim in de niet-dagelijkse sector ten koste van het winkelaanbod in Den Haag. Met methode 2 verdisconteren we de omvang en samenstelling van het winkelaanbod per gemeente, waarbij we ervan uitgaan dat gemeenten met een groter winkelaanbod (in vooral Mode & Luxe) met een grotere absolute omzetsderving te kampen krijgen.

Methode 3 (M3): Naar rato van bovenlokale kooporiëntaties binnen de regio's

In de derde methode is de extra omzetclaim verdeeld naar rato van de koopkrachttoevloeiing per gemeente als percentage van de totale niet-gebonden omzet. Door de gebonden omzet (bijvoorbeeld de bestedingen van inwoners van Leiden in Leiden) buiten beschouwing te laten, blijven alleen de koopstromen tussen de verschillende gemeenten in Haaglanden en Holland Rijnland over. De totale niet-gebonden omzet in beide gemeenten stellen we op 100%. De absolute koopkrachttoevloeiing per gemeente is hier vervolgens tegen afgezet. Zo ontstaat een hiërarchie waarin de gemeenten die de meeste omzet aantrekken vanuit andere gemeenten als het ware boven komen drijven. Oftewel: als in de huidige situatie 17,8% van de niet-dagelijkse bovenlokale omzet in de beide regio's gerealiseerd wordt in Den Haag, dan gaat eveneens 17,8% van de toekomstige extra omzetclaim ($17,8\% \cdot \text{€ } 37,2 = \text{€ } 6,6 \text{ miljoen}$) ten koste van het winkelaanbod in Den Haag.

Met methode 3 verdisconteren we de bovenlokale aantrekkingskracht van het winkelaanbod per gemeente. Deze methode snijdt naar onze mening het meeste hout, omdat het nieuwe Leidsenhage (nog) sterker gaat concurreren met gemeenten (en aankoopplaatsen) van hogere orde, zijnde de gemeenten/aankoopplaatsen met een sterke bovenlokale of regionale aantrekkingskracht. We hebben aan deze methode voor de niet-dagelijkse sector een groter gewicht toegerekend omdat vooral de recreatieve winkelgemeenten en aankoopplaatsen (met een hoge bovenlokale omzet) naar verwachting meer gaan verliezen aan Leidsenhage.

Gemiddelde omzetederving op basis van drie methodes

Elke methode heeft een andere verdeelsleutel voor de verdeling van de omzetederving tussen gemeenten (en aankoopplaatsen) binnen de regio's Haaglanden en Holland Rijnland. De keuze voor een bepaalde methode of combinatie van methoden heeft alleen invloed op de **verdeling binnen de regio's** en niet voor de totalen (de optelsom voor de regio's Haaglanden en Holland Rijnland). De totalen zijn voor elke methode of combinatie van methoden gelijk.

We menen door een combinatie van methoden recht te doen aan: de huidige omzetherkomst van Leidsenhage (methode 1), de omvang en samenstelling van het winkelaanbod in gemeenten (methode 2) én kooporiëntaties binnen de regio's (methode 3).

Voor de verdeling van de omzetederving in de niet-dagelijkse sector hechten we het meest aan methode 3 (zie eerder). Vandaar dat methode 3 dubbel is gewogen, en dus even zwaar meetelt als methode 1 en 2 samen. In de dagelijkse sector is aan methode 3 geen dubbel gewicht toegekend, omdat daar niet zozeer substantiële wijzigingen van koopstromen zullen plaatsvinden.

Aan de hand van bovenstaande drie methodes is per gemeente een drietal percentages vastgesteld. Per methode tellen de percentages steeds op tot 100%. Door de percentages te vermenigvuldigen met de toekomstige extra omzetclaim ontstaat een indicatieve absolute omzetclaim per gemeente.

Indicatieve omzeterderving in de niet-dagelijkse sector, naar gemeente in scenario 50%-verdringing (in € en %)

Gemeente	M 1	M 2	M 3	Gem.*	Derving (in €)**	Derving (in %)**
Weging	1	1	2			
Alphen aan den Rijn	0,4%	6,1%	7,0%	5,1%	1.915.313	1,0%
Boskoop	0,0%	0,5%	0,1%	0,2%	74.751	0,3%
Delft	1,0%	9,2%	11,1%	8,1%	3.024.574	0,9%
Hillegom	0,0%	0,9%	0,3%	0,4%	145.774	0,4%
Kaag en Braassem	0,3%	0,5%	0,0%	0,2%	83.268	0,4%
Katwijk	3,5%	2,9%	1,8%	2,5%	922.931	0,9%
Leiden	4,4%	9,4%	12,6%	9,8%	3.635.757	1,5%
Leiderdorp	0,6%	1,5%	2,3%	1,7%	616.987	0,8%
Leidschendam-Voorb.	40,3%	7,2%	13,6%	18,7%	6.960.220	4,0%
Lisse	0,1%	2,5%	3,9%	2,6%	978.290	1,4%
Midden-Delfland	0,1%	0,1%	0,0%	0,1%	24.287	0,4%
Nieuwkoop	0,0%	0,4%	0,1%	0,2%	64.604	0,2%
Noordwijk	0,7%	1,1%	0,8%	0,8%	309.038	0,8%
Noordwijkerhout	0,1%	0,5%	0,5%	0,4%	152.738	0,7%
Oegstgeest	0,4%	0,8%	0,9%	0,7%	278.547	1,2%
Pijnacker-Nootdorp	2,4%	1,3%	0,9%	1,4%	519.727	0,9%
Rijnwoude	0,7%	0,3%	0,4%	0,4%	154.909	0,8%
Rijswijk	1,4%	6,6%	15,1%	9,6%	3.556.800	2,1%
's-Gravenhage	27,4%	29,0%	17,8%	23,0%	8.574.745	0,9%
Teylingen	0,7%	1,3%	0,9%	0,9%	347.637	0,9%
Voorschoten	6,4%	0,7%	0,5%	2,0%	743.860	2,6%
Wassenaar	5,6%	1,0%	0,5%	1,9%	701.980	1,6%
Westland	0,6%	6,0%	2,6%	3,0%	1.109.028	0,5%
Zoetermeer	2,4%	9,4%	4,7%	5,3%	1.981.554	0,7%
Zoeterwoude	0,4%	0,5%	1,4%	1,0%	353.932	0,9%
Totaal	100%	100%	100%	100%	37.231.250	1,1%

* Bij de bepaling van het gemiddelde is methode 3 dubbel gewogen.

** Op basis van **Gemiddelde**.

*** Gerelateerd aan de totale gevestigde omzet per gemeente, op basis van **Gemiddelde**

In het 'worst case'-scenario van 100%-verdringing verdubbelt de derving (in € en in %; het betreft alleen de laatste twee kolommen in bovenstaande tabel).

Vertaling omzetverdringingseffect naar aankoopplaats

Om te bepalen welk effect de herontwikkeling van Leidsenhage heeft op individuele winkelgebieden is een vervolganalyse uitgevoerd. Daarbij is de absolute omzeterderving per gemeente (zie bovenstaande tabel) als 100% beschouwd. Oftewel: een kleine € 8,6 miljoen euro van de extra niet-dagelijkse omzetclaim is afkomstig uit Den Haag. Vanuit het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 weten we de dagelijkse en niet-dagelijkse omzet in negen individuele winkelgebieden in Den Haag. Door dit te relateren aan de totale omzet in Den Haag van de betreffende sectoren (daarbij is in de analyse onderscheid gemaakt tussen dagelijks, Mode & Luxe en Overig Niet-Dagelijks, eveneens op basis van het Koopstromenonderzoek Randstad 2011) weten we per sector welk deel van de omzetclaim in Den Haag voor rekening komt van deze

negen winkelgebieden. Dat is bijvoorbeeld circa € 6,0 miljoen in Mode & Luxe (80,2% omzetaandeel * € 7,4 miljoen omzetclaim) en circa € 0,8 miljoen in Overig Niet-Dagelijks (67,0% * € 1,15 miljoen). Omdat de negen winkelgebieden sterk variëren in omvang en koopkrachttoevloeiing wordt de circa € 6,7 miljoen niet naar rato over de winkelgebieden verdeeld. We verwachten namelijk dat de Haagse binnenstad, die qua aanbod de meeste overlap zal vertonen met het herontwikkelde Leidsenhage, relatief meer omzeterderving zal kennen dan een wijkverzorgend winkelcentrum als De Savornin Lohmanplein aan de westkant van Den Haag. Vandaar dat we de omzetterderving van buiten de gemeente leidend laten zijn. In totaal ontvangen de 9 winkelgebieden in Den Haag € 74,6 miljoen aan omzet in Mode & Luxe van buiten de eigen gemeente en € 63,7 miljoen in Overig Niet-Dagelijks. Respectievelijk € 68,9 miljoen en € 42,0 miljoen komt voor rekening van de binnenstad. We gaan er daarom vanuit dat 92,4% ($\frac{€ 68,9}{€ 74,6} = 92,4\%$) en 66,0% ($\frac{€ 42,0}{€ 63,7} = 66,0\%$) van de omzeterderving in respectievelijk Mode & Luxe en Overig Niet-Dagelijks die is toe te rekenen aan deze 9 winkelgebieden (€ 6,7 miljoen) op het conto komt van de binnenstad, oftewel € 6,0 miljoen ($(92,4\% * € 6,0 \text{ miljoen}) + (66,0\% * € 0,8 \text{ miljoen}) = € 0,5 \text{ miljoen}$). Voor de alle sectoren en aankoopplaatsen is deze exercitie uitgevoerd. Dit leidt tot het volgende eindbeeld.

Indicatieve niet-dagelijkse omzeterderving naar aankoopplaats in scenario 50%-verdringing (in € en %)

Aankoopplaats	Aandeel extra omzetclaim	Derving (in €)*	Derving (in %)**
Alphen, Centrum	3,9%	1.456.381	1,2%
Alphen, Herenhof	0,2%	83.295	0,8%
Delft, Buitenhof	0,0%	10.627	1,2%
Delft, Centrum Delft	4,2%	1.561.717	1,4%
Delft, In de Hoven	0,3%	97.240	0,5%
Delft, Leeuwenstein (Woonboulevard)	0,4%	139.005	0,5%
Hillegom, Centrum	0,4%	133.671	0,5%
Katwijk, Ambachtsweg	0,2%	81.649	0,5%
Katwijk, centrum	1,7%	642.509	1,3%
Leiden, centrum	8,4%	3.128.933	1,8%
Leiden, Kopermolen	0,1%	24.502	0,4%
Leiden, Luifelbaan	0,2%	71.000	0,7%
Leiderdorp, De Baanderij	0,3%	102.430	0,5%
Leiderdorp, Winkelhof	1,0%	369.279	1,3%
Leiderdorp, Woon	0,3%	99.941	0,6%
Leidschendam, Leidsenhage*	16,2%	6.024.271	4,6%
Lisse, centrum	2,6%	950.344	1,7%
Den Hoorn, centrum Den Hoorn	0,0%	17.933	0,9%
Noordwijk, Hoofdstraat	0,7%	257.916	1,5%
Noordwijk, Kerkstraat	0,1%	23.100	0,2%
Noordwijkerhout, centrum	0,3%	105.370	0,8%
Oegstgeest, Lange Voort	0,4%	140.917	1,1%
Nootdorp, de Parade	1,1%	400.686	2,5%
Pijnacker, centrum Pijnacker	0,2%	82.608	0,4%
Rijswijk, In de Bogaard	9,0%	3.366.101	2,3%
Rijswijk, Oud-Rijswijk	0,3%	109.851	1,4%

Aankoopplaats	Aandeel extra omzetclaim	Derving (in €)*	Derving (in %)**
s-Gravenhage, binnenstad Den Haag	16,1%	6.012.359	1,3%
s-Gravenhage, De Savornin Lohmanpl.	0,0%	4.418	0,1%
s-Gravenhage, Fahrenheitstraat-Th.	0,1%	25.036	0,2%
s-Gravenhage, Frederik Hendriklaan	0,3%	124.879	0,4%
s-Gravenhage, Leyweg	0,7%	252.926	0,4%
s-Gravenhage, Loosduinse Hoofdstraat	0,1%	38.728	0,2%
s-Gravenhage, Megastores (Woonboulevard)	0,5%	187.792	0,2%
s-Gravenhage, 't Hoge Veen (Leidschenveen)	0,1%	48.484	0,6%
s-Gravenhage, Ypenburg	0,1%	32.612	0,3%
Sassenheim, centrum	0,7%	271.759	1,1%
Voorschoten, centrum	1,8%	686.417	4,2%
Wassenaar, centrum Wassenaar	1,7%	637.133	2,5%
De Lier, centrum De Lier	0,1%	31.787	0,3%
Honselersdijk, centrum Honselersdijk	0,0%	6.976	0,3%
Monster, centrum Monster	0,0%	14.293	0,1%
Naaldwijk, centrum Naaldwijk	1,3%	499.572	0,7%
Naaldwijk, Woonboulevard Naaldwijk	0,2%	63.463	0,3%
s-Gravenzande, centrum 's-Gravenz.	0,5%	169.097	0,8%
Wateringen, centrum Wateringen	0,5%	193.350	1,1%
Zoetermeer, de Leyens	0,0%	0	0,0%
Zoetermeer, Dorpsstraat Zoetermeer	0,2%	58.659	0,5%
Zoetermeer, Meerzicht	0,0%	1.627	0,0%
Zoetermeer, Oosterheem	0,0%	2.699	0,1%
Zoetermeer, Rokkeveen (Nathaliegang)	0,0%	11.707	0,2%
Zoetermeer, Stadshart Zoetermeer	4,6%	1.695.855	0,9%
Zoetermeer, Woonhart (woonboulev.)	0,2%	66.448	0,3%
Zoeterwoude, Rijnekeboulevard	1,0%	353.932	0,9%
Totaal	83,2%	30.973.286	1,4%

* Volledigheidshalve is ook Leidsenhage zelf meegenomen in het berekenen van het theoretische verdringingseffect. Gevestigde winkels in het huidige winkelcentrum zullen echter ook het meest profiteren van de versterkte aantrekkingskracht van Leidsenhage na herontwikkeling. Zie hiervoor ook paragraaf 4.1, pagina 43.

In het 'worst case'-scenario van 100%-verdringing verdubbelt de derving (in € en in %; het betreft alleen de laatste twee kolommen in bovenstaande tabel).

Effecten op leegstand

Tevens is inzichtelijk gemaakt hoe de economische verdringingseffecten doorwerken in leegstand, zowel voor het scenario 50%-verdringing als 100%-verdringing. Daarbij is verondersteld dat elke **1% omzetderving leidt tot een leegstandtoename van 0,5%** van het huidige gevestigde aanbod. Een omzetderving gaat namelijk niet gepaard met een evenredige oplopende leegstand. Immers:

- Als het aanbod bovengemiddeld functioneert, wat zeker in Haaglanden het geval, komen exploitaties als gevolg van een (kleine) omzetsdaling niet direct in de gevarezone.

- Daar waar dit mogelijk wel dreigt zullen ondernemers er alles aan doen de exploitatie te verbeteren door kostenreductie (bijvoorbeeld door verlaging van huisvestings- of personeelslasten of ondernemersfee) en/of verhoging van de omzet.
- Mocht het aanbod (Q) toenemen, dan daalt de prijs (P) van vastgoed vermoedelijk, wat weer (meer) vraag oproept. Dit staat bekend als de prijselasticiteit van de vraag.

In onderstaande tabel zijn de effecten op leegstand per gemeente in de regio's Haaglanden en Holland Rijnland becijferd voor de scenario's 50%- en 100%-verdringing (het 0%-scenario is niet opgenomen, daar alle getallen 0 zijn). Voor het effect op leegstand naar de belangrijkste aankoopplaatsen verwijzen we naar de vorige paragraaf.

Effect op leegstand in gemeenten regio's Haaglanden en Holland Rijnland,
50% verdringing

	Scenario 50%-verdringing				
	Omzeteffect Dagelijks	Omzeteffect Niet-dagelijks*	Omzeteffect Totaal	Effect op leegstand	m ² wvo
Alphen aan den Rijn	0,1%	1,0%	0,6%	0,3%	280
Boskoop	0,1%	0,3%	0,2%	0,1%	10
Delft	0,1%	0,9%	0,6%	0,3%	456
Hillegom	0,1%	0,4%	0,2%	0,1%	39
Kaag en Braassem	0,1%	0,4%	0,2%	0,1%	29
Katwijk	0,1%	0,9%	0,4%	0,2%	207
Leiden	0,1%	1,5%	0,8%	0,4%	553
Leiderdorp	0,2%	0,8%	0,5%	0,2%	193
Leidschendam-Voorburg	0,8%	4,0%	2,3%	1,1%	1.057
Lisse	0,1%	1,4%	0,8%	0,4%	192
Midden-Delfland	0,1%	0,4%	0,2%	0,1%	8
Nieuwkoop	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	40
Noordwijk	0,1%	0,8%	0,4%	0,2%	80
Noordwijkerhout	0,1%	0,7%	0,3%	0,2%	38
Oegstgeest	0,2%	1,2%	0,4%	0,2%	41
Pijnacker-Nootdorp	0,2%	0,9%	0,4%	0,2%	107
Rijnwoude	0,1%	0,8%	0,2%	0,1%	65
Rijswijk	0,2%	2,1%	1,3%	0,6%	499
's-Gravenhage	0,1%	0,9%	0,5%	0,2%	1.477
Teylingen	0,1%	0,9%	0,3%	0,2%	63
Voorschoten	0,2%	2,6%	1,0%	0,5%	126
Wassenaar	0,2%	1,6%	0,8%	0,4%	130
Westland	0,1%	0,5%	0,3%	0,1%	235
Zoetermeer	0,1%	0,7%	0,4%	0,2%	318
Zoeterwoude	0,1%	0,9%	0,7%	0,4%	152
Totaal	0,2%	1,1%	0,6%	0,3%	6.388

*De percentages in deze kolom komen overeen met de laatste kolom in tabel pagina 131

Effect op leegstand in gemeenten regio's Haaglanden en Holland Rijnland,
100% verdringing

	Scenario 100%-verdringing				m² wvo
	Omzeteffect Dagelijks	Omzeteffect Niet-dagelijks	Omzeteffect Totaal	Effect op leegstand	
Alphen aan den Rijn	0,2%	2,1%	1,1%	0,6%	559
Boskoop	0,2%	0,6%	0,4%	0,2%	21
Delft	0,2%	1,7%	1,1%	0,6%	911
Hillegom	0,2%	0,8%	0,4%	0,2%	77
Kaag en Braassem	0,1%	0,8%	0,4%	0,2%	57
Katwijk	0,2%	1,8%	0,8%	0,4%	414
Leiden	0,3%	2,9%	1,5%	0,8%	1.107
Leiderdorp	0,4%	1,6%	1,0%	0,5%	385
Leidschendam-Voorburg	1,6%	8,0%	4,6%	2,3%	2.115
Lisse	0,2%	2,9%	1,6%	0,8%	384
Midden-Delfland	0,2%	0,9%	0,4%	0,2%	15
Nieuwkoop	0,2%	0,4%	0,3%	0,2%	81
Noordwijk	0,2%	1,6%	0,8%	0,4%	160
Noordwijkerhout	0,2%	1,4%	0,6%	0,3%	77
Oegstgeest	0,3%	2,4%	0,9%	0,4%	81
Pijnacker-Nootdorp	0,4%	1,8%	0,8%	0,4%	215
Rijnwoude	0,2%	1,6%	0,4%	0,2%	131
Rijswijk	0,5%	4,2%	2,6%	1,3%	997
's-Gravenhage	0,3%	1,8%	1,0%	0,5%	2.955
Teylingen	0,2%	1,7%	0,7%	0,3%	125
Voorschoten	0,3%	5,1%	2,0%	1,0%	252
Wassenaar	0,4%	3,2%	1,6%	0,8%	261
Westland	0,2%	1,0%	0,6%	0,3%	471
Zoetermeer	0,2%	1,3%	0,7%	0,4%	636
Zoeterwoude	0,3%	1,7%	1,4%	0,7%	305
Totaal	0,3%	2,3%	1,2%	0,6%	12.777

Bijlage 19: Maximale bestemmingsplanfaciliteit

De gemeente Leidschendam-Voorburg zal een (gebruikelijke) wijzigingsbevoegdheid in het bestemmingsplan opnemen met betrekking tot het vergroten en verkleinen van de bouwvlakken, maatvoering en functies tot maximaal 5% van het in het bestemmingsplan toegestane. Indien die maximale bestemmingsplanfaciliteit wordt geëffectueerd, is een uitbreiding mogelijk met maximaal respectievelijk 2.022 m² wvo en 21.767 m² wvo, totaal 23.789 m² wvo. De berekeningen en effectenanalyses in hoofdstuk 3 en 4 hebben betrekking op het *beoogde* planconcept, met een uitbreiding van het winkelaanbod met 1.500 m² wvo in de dagelijkse sector en 18.500 m² wvo in de niet-dagelijkse sector. In deze bijlage is nader ingegaan op de maximale bestemmingsplanfaciliteit.

Actuele regionale behoefte

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, horeca en leisure in Leidsenhage. Alle gehanteerde methoden – verschillende distributieve berekeningen, een benchmark en referentieanalyse en de kandidatenlijst – wijzen in de richting van een forse uitbreidingspotentie. BRO becijfert een distributieve ruimte voor uitbreiding van het winkelareaal met ruim 24.000 m² wvo (circa 30.000 tot circa 32.000 m² bvo⁷⁸, zie hoofdstuk 3). Bureau Stedelijke Planning onderschrijft deze analyse, waarbij voorop staat dat sprake is van verbreding van het aanbod; niet meer van hetzelfde, maar toetreding van winkels en formules die bijdragen aan de totstandkoming van een regionaal winkelcentrum, dat complementair is aan het bestaande winkelaanbod in de gemeente en de regio. Het feit dat veel (inter)nationale retailers al hun interesse in het project hebben uitgesproken onderschrijft de behoefte vanuit de retailers/ondernemers.

Wanneer de maximale bestemmingsplanfaciliteit wordt geëffectueerd wordt de becijferde indicatieve uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse sector licht overschreden, maar dit valt binnen de marges.

Effecten

In onderstaande tabellenset is aangegeven wat de effecten zijn op omzet en leegstand indien gebruik wordt gemaakt van de maximale bestemmingsplancapaciteit (inclusief de bestemmingsplanflexibiliteit van 5%). Hiervoor geldt een omrekenfactor voor dagelijks van 1,3480 (afgerond 35%) en niet-dagelijks 1,1766 (afgerond 17%), zie tabel. Dit impliceert dat ook de effecten ongeveer met deze factor toenemen.

Maximale bestemmingsplanfaciliteit - Berekening omrekenfactor

	WVO BP	WVO Maximale BP-faciliteit	Omrekenfactor
Dagelijks	1.500	2.022	1,3480
Niet-dagelijks	18.500	21.767	1,1766
	20.000	23.789	1.1895

⁷⁸ Uitgaande van een bvo/wvo verhouding van 100/75%-80%

In de tabellen op deze en de volgende pagina is het maximale omzet- en leegstandseffect becijferd. De tabel op pagina 137 toont de huidige en toekomstige winkelleegstand in de gemeenten in de regio's Haaglanden en Holland Rijnland, ten gevolge van de maximale bestemmingsplanfaciliteit, bij 50% en 100% verdringing.

Effect op leegstand in gemeenten regio's Haaglanden en Holland Rijnland, maximale bestemmingsplanfaciliteit (+5%), 50% verdringing.

	Scenario 50%-verdringing				m² wvo
	Omzeteffect Dagelijks	Omzeteffect Niet-dagelijks	Omzeteffect Totaal	Effect op leegstand	
Alphen aan den Rijn	0,1%	1,2%	0,7%	0,3%	320
Boskoop	0,1%	0,4%	0,2%	0,1%	12
Delft	0,2%	1,0%	0,7%	0,3%	522
Hillegom	0,1%	0,5%	0,3%	0,1%	45
Kaag en Braassem	0,1%	0,4%	0,2%	0,1%	25
Katwijk	0,1%	1,1%	0,5%	0,3%	238
Leiden	0,2%	1,7%	0,9%	0,5%	634
Leiderdorp	0,3%	0,9%	0,6%	0,3%	224
Leidschendam-Voorburg	1,1%	4,7%	2,8%	1,4%	1.228
Lisse	0,2%	1,7%	0,9%	0,5%	219
Midden-Delfland	0,1%	0,5%	0,2%	0,1%	9
Nieuwkoop	0,1%	0,2%	0,2%	0,1%	43
Noordwijk	0,1%	1,0%	0,5%	0,2%	93
Noordwijkerhout	0,1%	0,8%	0,4%	0,2%	50
Oegstgeest	0,2%	1,4%	0,5%	0,3%	48
Pijnacker-Nootdorp	0,2%	1,1%	0,5%	0,2%	127
Rijnwoude	0,2%	0,9%	0,4%	0,2%	76
Rijswijk	0,3%	2,5%	1,5%	0,8%	570
's-Gravenhage	0,2%	1,0%	0,6%	0,3%	1.705
Teylingen	0,1%	1,0%	0,4%	0,2%	73
Voorschoten	0,2%	3,0%	1,2%	0,6%	145
Wassenaar	0,3%	1,9%	1,0%	0,5%	151
Westland	0,1%	0,6%	0,3%	0,2%	273
Zoetermeer	0,1%	0,8%	0,4%	0,2%	366
Zoeterwoude	0,2%	1,0%	0,8%	0,4%	173
Totaal	0,2%	1,3%	0,7%	0,4%	7.370

Berekening op basis van 2.022 m² en 21.767 m² wvo aan respectievelijk extra dagelijkse en extra niet-dagelijkse winkelmeters.

Effect op omzet en leegstand in gemeenten regio's Haaglanden en Holland Rijnland, maximale bestemmingsplanfaciliteit (+5%), 100% verdringing.

	Scenario 100%-verdringing				
	Omzeteffect Dagelijks	Omzeteffect Niet-dagelijks	Omzeteffect Totaal	Effect op leegstand	m² wvo
Alphen aan den Rijn	0,3%	2,4%	1,4%	0,7%	641
Boskoop	0,2%	0,7%	0,4%	0,2%	25
Delft	0,3%	2,0%	1,3%	0,7%	1.044
Hillegom	0,2%	1,0%	0,5%	0,3%	90
Kaag en Braassem	0,2%	0,9%	0,4%	0,2%	50
Katwijk	0,2%	2,1%	1,0%	0,5%	476
Leiden	0,3%	3,4%	1,8%	0,9%	1.268
Leiderdorp	0,6%	1,8%	1,2%	0,6%	449
Leidschendam-Voorburg	2,1%	9,4%	5,5%	2,8%	2.455
Lisse	0,3%	3,4%	1,9%	0,9%	439
Midden-Delfland	0,3%	1,0%	0,4%	0,2%	19
Nieuwkoop	0,3%	0,5%	0,4%	0,2%	86
Noordwijk	0,3%	1,9%	0,9%	0,5%	186
Noordwijkerhout	0,3%	1,6%	0,8%	0,4%	100
Oegstgeest	0,4%	2,8%	1,1%	0,5%	96
Pijnacker-Nootdorp	0,5%	2,1%	1,0%	0,5%	253
Rijnwoude	0,3%	1,9%	0,8%	0,4%	152
Rijswijk	0,6%	5,0%	3,1%	1,5%	1.141
's-Gravenhage	0,3%	2,1%	1,1%	0,6%	3.410
Teylingen	0,2%	2,0%	0,8%	0,4%	145
Voorschoten	0,4%	6,0%	2,4%	1,2%	289
Wassenaar	0,6%	3,8%	1,9%	1,0%	301
Westland	0,3%	1,2%	0,7%	0,3%	546
Zoetermeer	0,2%	1,6%	0,9%	0,4%	731
Zoeterwoude	0,3%	2,0%	1,7%	0,8%	346
Totaal	0,4%	2,7%	1,5%	0,7%	14.739

Berekening op basis van 2.022 m² en 21.767 m² wvo aan respectievelijk extra dagelijkse en extra niet-dagelijkse winkelmeters.

Huidige winkelleegstand en toekomstige winkelleegstand in gemeenten regio's Haaglanden en Holland Rijnland.

	Scenario 50%-verdringing			Scenario 100%-verdringing		
	Huidige	Effect	Toekomstige	Huidige	Effect	Toekomstige
	Leegstand (%)	Leidsenhage (%-punt)	Leegstand (%)	Leegstand (%)	Leidsenhage (%-punt)	Leegstand (%)
Alphen a/d Rijn	7,7%	0,3%	8,0%	7,7%	0,7%	8,4%
Boskoop	6,9%	0,1%	7,0%	6,9%	0,2%	7,1%
Delft	4,6%	0,3%	4,9%	4,6%	0,7%	5,3%
Hillegom	6,2%	0,1%	6,3%	6,2%	0,3%	6,5%
Kaag en Br.	3,9%	0,1%	4,0%	3,9%	0,2%	4,1%
Katwijk	8,2%	0,3%	8,5%	8,2%	0,5%	8,7%
Leiden	5,2%	0,5%	5,7%	5,2%	0,9%	6,1%
Leiderdorp	11,1%	0,3%	11,4%	11,1%	0,6%	11,7%
Leidschendam-V.	7,4%	1,4%	8,8%	7,4%	2,8%	10,2%
Lisse	4,9%	0,5%	5,4%	4,9%	0,9%	5,8%
Midden-Delfland	1,8%	0,1%	1,9%	1,8%	0,2%	2,0%
Nieuwkoop	3,5%	0,1%	3,6%	3,5%	0,2%	3,7%
Noordwijk	5,7%	0,2%	5,9%	5,7%	0,5%	6,2%
Noordwijkerhout	9,4%	0,2%	9,6%	9,4%	0,4%	9,8%
Oegstgeest	6,3%	0,3%	6,6%	6,3%	0,5%	6,8%
Pijnacker-N.	4,9%	0,2%	5,1%	4,9%	0,5%	5,4%
Rijnwoude	5,6%	0,2%	5,8%	5,6%	0,4%	6,0%
Rijswijk	8,2%	0,8%	9,0%	8,2%	1,5%	9,7%
's-Gravenhage	9,7%	0,3%	10,0%	9,7%	0,6%	10,3%
Teylingen	8,1%	0,2%	8,3%	8,1%	0,4%	8,5%
Voorschoten	3,0%	0,6%	3,6%	3,0%	1,2%	4,2%
Wassenaar	3,5%	0,5%	4,0%	3,5%	1,0%	4,5%
Westland	4,8%	0,2%	5,0%	4,8%	0,3%	5,1%
Zoetermeer	4,0%	0,2%	4,2%	4,0%	0,4%	4,4%
Zoeterwoude	3,2%	0,4%	3,6%	3,2%	0,8%	4,0%
Totaal	7,0%	0,4%	7,4%	7,0%	0,7%	7,7%

Berekening op basis van 1.500 m² en 18.500 m² wvo aan respectievelijk extra dagelijkse en extra niet-dagelijkse winkelmeters.

*Betreft opnamedatum 1 januari 2014