

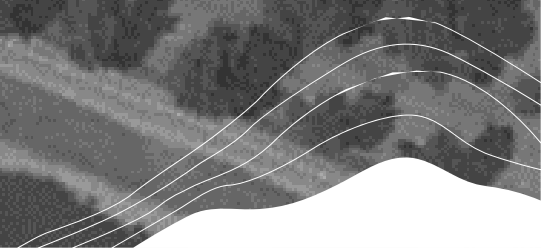


TUINCENTRUM KORTE SCHENKELDIJK SPIJKE- NISSE

Ruimtelijk-economisch onderzoek

30 maart 2021

RHO ADVISEURS



RHO ADVISEURS

DATUM	30 maart 2021
KENMERK	44002390_20201725JB
PROJECT PROJECTLEIDER	Korte Schenkelijk Spijkenisse ing. W.IJ. Groenen
OPDRACHTGEVER PROJECTNUMMER	DCB Maaswijk VI B.V. 20201725
AUTEUR STATUS	Julia Breukelman Concept





INHOUD

1. Hoofdstuk	6
1.1 Aanleiding	6
1.2 Vraagstelling	7
1.3 Leeswijzer	7
2. Toets beleidskader	8
2.1 Provinciaal	8
2.1.1 Omgevingsvisie Zuid-Holland (2020)	8
2.1.2 Programma ruimte Zuid-Holland (2019)	9
2.1.3 Omgevingsverordening Zuid-Holland (2019)	10
2.2 Regionaal	12
2.2.1 Agenda Detailhandel 2016-2021 (vastgesteld 2016)	12
2.2.2 Strategie Werklocaties 2019-2030	12
2.3 Gemeentelijk	13
2.3.1 Detailhandelsvisie Nissewaard (2016)	13
2.3.2 Nissewaard naar 2040 (2017)	14
2.4 Conclusie	17
3. Behoeft tuincentrum	18
3.1 Beschrijving van het beoogde tuincentrum concept	18
3.2 Beschrijving relevant verzorgingsgebied	19
3.3 Analyse aanbod 'plant & dier' en horeca gemeente Nissewaard	21
3.4 Marktanalyse hoofdbranches plant & dier en horeca	23
3.4.1 Hoofdbranche 'plant & dier'	23
3.4.2 Hoofdbranche horeca	28
3.4.3 Conclusie en te verwachten ruimtelijke effecten	29
3.5 Conclusie	29
4. Behoeft sportschool	30
4.1 Beleid, trends en ontwikkelingen	30
4.2 Aanbod en te verwachten effecten	31
4.3 Conclusie	32
5. Locatieafweging	33
5.1 Uitgangspunten ruimtebehoefte beoogd tuincentrum	33
5.2 Mogelijkheden voor inpassing / aansluiting bestaande winkelstructuur Spijkenisse	33
5.3 Ruimtelijke onderbouwing locatie Korte Schenkeldijk 2 Spijkenisse	38
5.4 Conclusie	39
6. Conclusie	40
Bijlage 1 Branche-indeling Locatus	41



1. HOOFDSTUK

1.1 Aanleiding

D.C. Berkel is voornemens om een nieuw tuincentrum en sportschool te realiseren aan de Korte Schenkeldijk 2 te Spijkenisse (figuur 1.1). Binnen het beoogde tuincentrum aan de Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse zijn de volgende functies te onderscheiden onder één dak:

- Tuincentrum: 3.153 m² bvo, waarvan 2.943 m² wordt aangemerkt als winkelvloeroppervlak (wvo)¹.
- Horeca: 376 m² bvo.
- Sportschool: 2.000 m², waarvan een fitness van 1.500 m² bvo en een judoschool van 500 m² bvo
- **Totaal: 5.488 m² bvo.**

De horecafunctie wordt gerealiseerd in het voorhuis van de boerderij die op de projectlocatie is gesitueerd. Het gaat om ondersteunende 'lichte horeca'. Dit type horecabedrijven is in beginsel alleen overdag en 's avonds geopend en verstrekt vooral etenswaren en maaltijden. Lichte horeca veroorzaakt daardoor slechts in beperkte mate hinder voor omwonenden.



Figuur 1.1 Beoogde locatie tuincentrum Spijkenisse (bron: luchtfoto Kadaster 2019)

De beoogde ontwikkeling van een tuincentrum en sportschool is momenteel niet mogelijk op basis van de vigerende planologische regeling: Beheersverordening Maaswijkgweg e.o. (2013). Rho adviseurs is gevraagd om de beoogde ontwikkeling te toetsen aan de ladder voor duurzame verstedelijking in verband met de haalbaarheid van het initiatief.

¹ Wvo: het oppervlak van een (winkel)unit dat voor het publiek vrij toegankelijk is, dan wel zichtbaar is, inclusief de ruimten die direct met de verkoop samenhangen.

1.2 Vraagstelling

LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

De ladder voor duurzame verstedelijking (artikel 3.1.6. lid 2 Besluit ruimtelijke ordening) is het ruimtelijke afwegingskader voor het al dan niet toevoegen van nieuwe stedelijke functies.

LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

De ladder voor duurzame verstedelijking (ladder) is een instrument voor efficiënt ruimtegebruik (artikel 3.1.6 lid 2 Besluit ruimtelijke ordening). Het bevoegd gezag moet voldoen aan een motiveringsvereiste als nieuwe stedelijke ontwikkelingen planologisch mogelijk worden gemaakt. Of er sprake is van een (nieuwe) stedelijke ontwikkeling wordt bepaald door de aard en omvang van de ontwikkeling in relatie tot de omgeving. Wanneer er sprake is van een nieuwe stedelijke ontwikkeling moet de behoefte aan die ontwikkeling aangetoond worden. De behoefte wordt bepaald binnen het ruimtelijk verzorgingsgebied van de detailhandelsontwikkeling. De voorkeursvolgorde van de ladder is dat nieuwe stedelijke ontwikkelingen binnen 'bestaand stedelijk gebied' worden gerealiseerd.

De eerste vraag is of de beoogde ontwikkeling van een tuincentrum (met horeca) en sportschool kan worden aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling'. In de Beheersverordening Maaswijkweg e.o. (2013) is de locatie Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse bestemd voor maatschappelijke doeleinden. Naast een functiewijziging neemt ook het ruimtebeslag toe met de ontwikkeling van een tuincentrum. De ontwikkeling van een tuincentrum, 3.153 m² bvo, en sportschool, 2000 m² bvo, wordt dan ook aangemerkt als 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' en zal getoetst moeten worden aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking.

1.3 Leeswijzer

In de onderbouwing komen de volgende aspecten aan bod.

- Toets aan de vigerende beleidskaders ten aanzien van detailhandelslocaties en sport (hoofdstuk 2);
- Onderbouwing van de behoefte aan het tuincentrum (hoofdstuk 3);
- Onderbouwing van de behoefte aan de sportschool (hoofdstuk 4);
- Onderbouwing van de locatiekeuze van het tuincentrum en sportschool (hoofdstuk 5).

Tot slot zijn in hoofdstuk 6 de belangrijkste conclusies opgenomen.

2. TOETS BELEIDSKADER

In dit hoofdstuk is de beoogde ontwikkeling van een tuincentrum op de locatie Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse getoetst aan de vigerende provinciale -, regionale en gemeentelijke beleid ten aanzien van detailhandel.

2.1 Provinciaal

2.1.1 Omgevingsvisie Zuid-Holland (2020)

Het Omgevingsbeleid van Zuid-Holland omvat al het provinciale beleid voor de fysieke leefomgeving. Het bestaat uit twee kaderstellende instrumenten: de Omgevingsvisie en de Omgevingsverordening.

De provincie zet in op het beter benutten van het bestaand stads- en dorpsgebied. Beter benutten van de bebouwde ruimte krijgt ruimtelijk invulling door verdichting, herstructurering en binnenstedelijke transformatie. Indien een gemeente een ruimtelijke ontwikkeling wil realiseren, wordt de Ladder voor duurzame verstedelijking doorlopen. Uitgangspunt van de Ladder is dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling voorziet in een behoefte en in beginsel in bestaand stedelijk gebied wordt gerealiseerd. Het doel is een zorgvuldig gebruik van de ruimte. De provincie wil bevorderen dat de ladder op (sub)regionaal niveau wordt toegepast en dat samenwerkende gemeenten een gezamenlijk beeld ontwikkelen van de ontwikkelmogelijkheden binnen en buiten bestaand stads- en dorpsgebied.

De Omgevingsvisie Zuid-Holland bevat de volgende relevante passage voor de beoogde ontwikkeling van het tuincentrum:

Nieuwe detailhandelsontwikkelingen concentreren binnen de centra van dorpen en steden. Uitzondering hierop zijn goederen van een aard en omvang die fysiek niet in te passen zijn in centra.

De provincie wil detailhandel concentreren om te zorgen voor levendige en krachtige stads- en dorpscentra en werklocaties die de vitaliteit en de kracht van het bedrijfsleven versterken. Daarbij wil de provincie slim omgaan met ruimte en leegstand en overaanbod beperken. Er zijn in Zuid-Holland grofweg drie typen winkelcentra te onderscheiden:

- de grote centra,
- de middelgrote centra;
- en de overige centra.

De grote centra hebben over het algemeen voldoende massa en bieden naast detailhandel een breder aanbod aan publieksvoorzieningen die er samen voor zorgen dat deze centra ook voor de aankoop van niet-dagelijkse artikelen veelal worden bezocht. Dit geldt in mindere mate voor de middelgrote centra die over het algemeen een minder grote regionale rol (zijn gaan) vervullen. De overige centra hebben vooral op lokaal niveau een verzorgende functie waarin het dagelijks aanbod een belangrijke positie inneemt. Het generieke beeld in het functioneren van de verschillende type centra is doorvertaald in een ontwikkelingsperspectief voor de provinciale detailhandelsstructuur. Deze bestaat uit drie categorieën: 'te versterken centra', 'te optimaliseren centra' en de 'overige centra'. Deze driedeling maakt het 'level playing field' herkenbaar. Hierdoor wordt duidelijk en inzichtelijk welke positie een centrum heeft in de provinciale detailhandelsstructuur en worden onze keuzes voor ontwikkelingsmogelijkheden (investerings-, ruimtelijke toevoegingen en herstructureringen/transformaties) daarbinnen helder.

Ruimtelijke ontwikkelingen die met nieuwe detailhandel gepaard gaan, worden in de toelichting op het bestemmingsplan onderbouwd via de ladder voor duurzame verstedelijking. Daarnaast moet inzicht gegeven worden in de eventuele toename van de leegstand en de gevolgen voor de ruimtelijke kwaliteit in het verzorgingsgebied, alsmede eventuele mogelijkheden voor saldering.

In de visie is aangegeven dat nieuwe detailhandel primair binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentratie moet worden gerealiseerd. Voor (ontwerp)bestemmingsplannen die nieuwe detailhandel groter dan 2.000 m² bruto vloeroppervlak binnen de centra mogelijk maken, moet worden aangetoond dat het woon- en leefklimaat en de ruimtelijke kwaliteit niet onevenredig worden aangetast. Het gaat daarbij onder meer om het voorkomen van onaanvaardbare leegstand. Met het oog hierop is advies nodig van de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland en wordt zo nodig een distributieplanologisch onderzoek (DPO) uitgevoerd. Voor de binnensteden van Rotterdam en Den Haag ligt de grens voor het aanvragen van advies bij de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland vanwege eerdergenoemde redenen op 4.000 m² bvo. Vanwege de mogelijke bovenlokale ruimtelijke effecten van grootschalige detailhandelsontwikkelingen, vindt de provincie het van belang dat nieuwe grootschalige ontwikkelingen in regionaal verband worden afgestemd. Indien een ontwikkeling bovengemeentelijke effecten met zich meebrengt, beoordeelt de provincie de toelichting op het bestemmingsplan waarin de uitkomsten van deze regionale afstemming zijn opgenomen.

Tuincentra en bouwmarkten kunnen op bedrijventerreinen gehuisvest worden. Bij nieuwe ontwikkelingen groter dan 1.000 m² geldt dat moet worden aangetoond dat het woon- en leefklimaat en de ruimtelijke kwaliteit niet onevenredig wordt aangetast. Het gaat daarbij onder andere om het voorkomen van onaanvaardbare leegstand. Hiervoor gelden vrijwel dezelfde voorwaarden voor onderzoek en advies als bij nieuwe detailhandel in centra.

TOETSING EN CONCLUSIE

Gezien het bovenstaande beleid betreffende de concentratie van detailhandel maakt het tuincentrum onderdeel uit van de uitzonderingsregel. Een tuincentrum is, met de goederen die het verkoopt, qua aard en omvang fysiek niet in te passen in de bestaande centra. De Omgevingsvisie verwijst voor deze uitzonderingsregel naar de Omgevingsverordening. Omdat de ontwikkeling groter is dan 1.000 m² bvo moet aangetoond worden dat het woon- en leefklimaat niet onevenredig wordt aangepast. Daarbij moet advies worden ingewonnen bij de Adviescommissie Detailhandel Zuid-Holland met een DPO. De DPO-onderbouwing is opgenomen in hoofdstuk 3 van dit onderzoek.

Daarnaast ligt het plangebied binnen het 'bestaand stads- en dorpsgebied 2018' zoals weergegeven in de verbeelding van de omgevingsvisie. Met de ontwikkeling wordt dus aangesloten bij de ambitie van de provincie van het benutten van de bebouwde omgeving.

2.1.2 Programma ruimte Zuid-Holland (2019)

Het Programma ruimte bevat een nadere invulling en operationalisering van ruimtelijk relevante onderdelen van de Omgevingsvisie. Het gaat dan bijvoorbeeld om een locatie specifieke of programmatische invulling van beleidsbeslissingen uit de Omgevingsvisie.

Het provinciale detailhandelsbeleid is erop gericht om de detailhandelsstructuur zoveel als mogelijk te versterken door deze vooral kwalitatief te verbeteren en de beschikbaarheid en bereikbaarheid van detailhandelsvoorzieningen te garanderen. De kern van het provinciaal detailhandelsbeleid ligt in de concentratie en clustering van detailhandel in de centra van steden, dorpen en wijken. Verspreid liggend aanbod draagt niet bij aan het clusteren en concentreren van het detailhandelsaanbod en tast de detailhandelsstructuur in ruimtelijke zin (afname ruimtelijke kwaliteit, toename leegstand) aan. Voor alle winkelgebieden, zowel regulier als perifeer, geldt dat kwalitatieve versterking een doorlopende opgave is.

De detailhandelsstructuur staat op onderdelen onder druk. De provincie Zuid-Holland heeft daarom het terugbrengen van plancapaciteit voor detailhandel expliciet opgenomen in het Programma ruimte.

Om inzicht te verkrijgen in de ontwikkelingsmogelijkheden voor de detailhandel in Zuid-Holland, is een berekening gemaakt die dit indicatief in beeld brengt tot 2022. In tabel 2.1 zijn de resultaten opgenomen voor de Regio Rotterdam (waar Nissewaard onder valt). Het model is bedoeld om kwantitatief gevoel te krijgen wat het doorzetten van een aantal ontwikkelingen betekent voor de kwalitatieve en ruimtelijke provinciale beleidsopgave in centrumgebieden en daarbuiten. Op basis van specifieke lokale omstandigheden zou voor een specifieke branche of winkel een meer locatie-specifieke berekening of afweging kunnen worden gemaakt.

Tabel 2.1 Kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden op subregionale schaal tot 2022

	Ontwikkelingsmogelijkheden tot 2022		Harde -en zachte plan-capaciteit	Uitbreidingsruimte 2022 na realisatie harde – en zachte plancapaciteit
	In en om huis	Totaal niet-dagelijks	Niet-dagelijks	Niet-dagelijks
Regio Rotterdam	63.000	25.000	73.000	-48.000

Uit tabel 2.1 kan worden opgemaakt dat de ontwikkelingsmogelijkheden voor de branchegroep in/om huis 63.000 m² wvo omvat. De hoofdbranche 'plant & dier' (tuincentrum) valt binnen de branchegroep in/om huis conform de indeling van Locatus (zie bijlage 1). De eerste conclusie is dan ook dat er (indicatief) ruimte is voor ontwikkeling binnen de branchegroep 'in/om huis' in de regio Rotterdam.

Per saldo is de ontwikkelingsruimte slechts 25.000 m² voor de totale niet-dagelijkse goederensector in de regio Rotterdam. Dit heeft er mee te maken dat er geen ontwikkelingsruimte is voor de branchegroep mode & luxe (-51.900 m²). Vervolgens gaat de berekening er van uit dat alle plancapaciteit, dus ook de zachte plannen (waar nog geen bestemmingsplan voor is), wordt gerealiseerd, waardoor er in 2022 na de realisatie van alle plannen geen uitbreidingsruimte meer is.

Aangezien de regio Rotterdam een grote regio is en bestaat uit meerdere centra, kunnen er op basis van deze cijfers geen goede conclusies getrokken worden in het kader van de komst van het tuincentrum in Spijkenisse. Dit is ook in het Programma ruimte (2019) benadrukt. In het volgende hoofdstuk zal daarom worden ingegaan op de specifieke hoofdbranche 'plant & dier' in het ruimtelijk relevante verzorgingsgebied van de gemeente Nissewaard.

In het Programma ruimte wordt verder beschreven dat de provincie het wenselijk acht om detailhandelsontwikkelingen in een breder regionaal kader te plaatsen. Hierbij wordt een regionale samenwerking voorgesteld waarbij gemeenten in regionaal verband afspraken met elkaar maken om te komen tot sterke, vitale centra met detailhandel als belangrijke drager daarvoor. De provincie stimuleert daarom het opstellen van regionale detailhandelsvisies met daaraan gekoppeld duidelijke afspraken over uitvoering en monitoring. Een voorbeeld hiervan is de Discussienota Detailhandel Zuid-Holland 2017. Regionaal worden afspraken gemaakt over het saneren van overaanbod.

Tot slot is in het Programma ruimte nog een overzicht opgenomen van de winkelgebieden in de provincie. Uit het overzicht blijkt dat het Kolkplein in Spijkenisse wordt aangemerkt als PDV-winkelgebied.

TOETSING EN CONCLUSIE

In het Programma ruimte is beschreven dat tuincentra buiten de reguliere detailhandelsstructuur mogelijk zijn. Voor de hoofdbranche 'in en om huis' (waar een tuincentrum onder valt) is er in de regio Rotterdam marktruimte. Opgemerkt wordt dat dit per marktgebied sterk kan verschillen. Daarom is in hoofdstuk 3 een marktruimteberekening gemaakt voor de specifieke hoofdbranche plant & dier in de verzorgingsgebied van de gemeente Nissewaard.

2.1.3 Omgevingsverordening Zuid-Holland (2019)

De Omgevingsverordening Zuid-Holland bevat de volgende relevante onderdelen voor de beoogde ontwikkeling van het tuincentrum en sportschool.

STEDELIJKE ONTWIKKELING

In artikel 6.10 'Stedelijke ontwikkelingen' wordt gerefereerd aan het Besluit ruimtelijke ordening (Bro). Uitgangspunt van de strategie voor de bebouwde ruimte is betere benutting van het bestaand stads- en dorpsgebied (BSD). Stedelijke ontwikkeling vindt daarom primair plaats binnen BSD. Niet alle vraag naar wonen en werken kan en hoeft te worden opgevangen binnen BSD. De ladder voor duurzame verstedelijking, zoals opgenomen in artikel 3.1.6 van het Besluit ruimtelijke ordening (Bro) bevat het handelingskader.

In artikel 3.1.6 van het Bro is bepaald dat de toelichting van een bestemmingsplan dat een nieuwe stedelijke ontwikkeling mogelijk maakt, een beschrijving bevat van de behoefte aan die ontwikkeling. Indien het bestemmingsplan die ontwikkeling mogelijk maakt buiten het bestaan stedelijk gebied, bevat de toelichting tevens een motivering waarom niet binnen bestaand stedelijk gebied in die behoefte kan worden voorzien.

DETAILHANDEL

Het provinciale detailhandelsbeleid is er enerzijds op gericht om de ruimtelijke detailhandelsstructuur 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.

In artikel 6.10 van de omgevingsverordening is beschreven dat detailhandel gezien wordt als een stedelijke ontwikkeling en dus getoetst moet worden aan de ladder voor duurzame verstedelijking.

Volgens de ladder voor duurzame verstedelijking moet een nieuwe stedelijke ontwikkeling plaatsvinden binnen de bestaande (aangewezen) winkelgebieden. Voor verschillende branches wordt er een uitzondering gemaakt en kan de ontwikkeling ook buiten de centra plaatsvinden. Bouwmarkten en tuincentra behoren ook tot deze uitzonderingsregel. Hierbij is in de verordening de volgende toelichting opgenomen:

“Bouwmarkten en tuincentra zijn al van oudsher in de periferie gevestigd. Het gaat om een vorm van detailhandel waarbij de verkoop van goederen die in overwegende mate volumineus zijn wordt gecombineerd met een breed assortiment. Ook de aard van de goederen is een reden voor vestiging in de periferie, bij tuincentra bijvoorbeeld de – deels seizoensgebonden – verkoop van planten in de openlucht en in kassen (soms gecombineerd met kweek en verzorging). In de loop der jaren is het assortiment steeds verder verbreed. Een passende bestemming en handhaving hiervan kan nodig zijn om brancheverval te voorkomen. In de begripsbepalingen zijn de begrippen “tuincentrum” en “bouwmarkt” gedefinieerd.”

Gezien de bovenstaande toelichting en het genoemde in Artikel 6.13, lid 3 onder a, kunnen tuincentra ook buiten het bestaande winkelgebied gevestigd worden. Als aanvulling hierop wordt ook detailhandel in volumineuze goederen beschreven in de uitzonderingsregel. De verordening beschrijft dat het in dat geval gaat om detailhandel die niet essentieel is voor de kwaliteit van de centra, mede gelet op het specifieke karakter van de goederen. Daarnaast is het fysiek moeilijk inpasbaar in een centrum. De provincie hanteert hierbij de volgende definitie van een tuincentrum (bijlage 1):

“Tuincentrum: detailhandelsvestiging waarvan het hoofdassortiment bestaat uit boomkwekerijproducten, planten, bloembollen, bloemen, attributen voor de inrichting en het onderhoud van tuinen, balkons en terrassen waaronder tuinmeubilair, alsmede de daarbij benodigde hulpmaterialen.”

Verder blijkt uit Artikel 6.13 lid 5 dat een bestemmingsplan dat voorziet in een tuincentrum de volgende voorwaarden stelt aan de nevenassortimenten:

1. ten hoogste 20% van het netto verkoopvloeroppervlak wordt voor de verkoop van het nevenassortiment gebruikt, en;
2. het nevenassortiment past bij het hoofdassortiment.

TOETSING EN CONCLUSIE

De ontwikkeling van het beoogde tuincentrum en sportschool in Spijkenisse voldoet op hoofdlijnen aan het provinciale beleid ten aanzien van stedelijke ontwikkelingen. Het plangebied ligt binnen het bestaand stads- en dorpsgebied, en sluit dus aan bij het beleid van concentratie in het bestaand stads- en dorpsgebied. Ook wordt aangesloten bij het beleid ten aanzien van detailhandelslocaties. Een tuincentrum is onderdeel van de uitzonderingsregel in artikel 6.13, lid 3 onder a, waardoor de beoogde locatie aan de Korte Schenkeldijk in Spijkenisse geschikt wordt geacht. De Omgevingsverordening doet geen uitspraken doet over horeca. In hoofdstuk 3 en 4 wordt de behoefte onderbouwd in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking waar ook in de Omgevingsverordening naar verwezen wordt.

2.2 Regionaal

2.2.1 Agenda Detailhandel 2016-2021 (vastgesteld 2016)

De Metropoolregio Rotterdam Den Haag (MRDH) en haar voorgangers kennen een jarenlange traditie van een consistent en restrictief detailhandelsbeleid. Dit heeft geleid tot een winkelstructuur die tegen een stootje kan en waar nog kansen liggen.

De strategische opdrachten die betrekking hebben op detailhandel zijn de volgende:

1. Metropoolvorming: meer agglomeratiekracht met behoud van de voordelen van de meerkernige stedelijke structuur. Aandacht voor het realiseren van de juiste hoeveelheid en kwaliteit (ha, m²) vestigingsmogelijkheden op de juiste plaats – geredeneerd vanuit de vestigingseisen van bedrijven – op de schaal van de MRDH als geheel.
2. Aantrekkelijke metropoolregio: een hoogwaardiger voorzieningenaanbod. Aandacht voor leisure, grootschalige detailhandel/funshoppen e.d. en voor behoud van een voldoende aantrekkelijk voorzieningenniveau in kleinere kernen.

De regio sluit op hoofdlijnen aan bij het beleidskader van de provincie:

1. Concentratie en clustering van detailhandel in de centra van steden, dorpen en wijken.
2. Reduceren van winkelvloeroppervlak.
3. Buiten de centra kan alleen ruimte worden geboden aan detailhandel die vanwege de aard en/of de omvang van de goederen in ruimtelijke zin niet of niet goed inpasbaar is in de centra en die niet essentieel is voor de kwaliteit van centra.
4. Het aantal PDV-locaties (woondetailhandel) terugbrengen.
5. Bij grootschalige initiatieven (meer dan 1.000 m² bvo buiten de centra) moet worden aangetoond dat het woon- en leefklimaat en de ruimtelijke kwaliteit niet onevenredig wordt aangepast. Met het oog hierop is advies nodig van de Adviescommissie Detailhandel en wordt zo nodig een distributieplanologisch onderzoek (DPO) uitgevoerd.
6. Toepassen SER-ladder/ladder voor duurzame verstedelijking.

Voor tuincentra en bouwmarkten geldt dat gelet op de kenmerken van dit aanbod vestiging buiten de aangewezen gebieden bespreekbaar is. Wanneer sprake is van ontwikkelingen op één bedrijventerrein, dan is vanuit ruimtelijk ordeningsperspectief (efficiënt ruimtegebruik) het clusteren van bouwmarkten en tuincentra en aansluiting bij andere voorzieningen wel uitgangspunt. De afwegingen voor het al dan niet toestaan van nieuwvestiging van een tuincentrum of bouwmarkt is gericht op de consumentenverzorging in het verzorgingsgebied.

TOETSING EN CONCLUSIE

Met het regionale beleid wordt aangesloten bij het provinciale beleidskader dat is gericht op clustering van detailhandel binnen de aangewezen winkelgebieden. Buiten de centra kan alleen ruimte worden geboden aan detailhandel die qua aard en omvang van de goederen in ruimtelijke zin niet of niet goed inpasbaar is in de centra. Voor het beoogde tuincentrum in Spijkenisse is dit nader onderbouwd in hoofdstuk 3. In dit hoofdstuk is tevens een actueel dpo opgenomen en is de ontwikkeling getoetst aan de ladder.

2.2.2 Strategie Werklocaties 2019-2030

De Strategie Werklocaties 2019-2030 bevat de visie tot 2030 en de regionale afspraken tot 2023 over de werklocaties in de Metropoolregio Rotterdam Den Haag (MRDH). Hiermee versterken de 23 regiogemeenten, waaronder gemeente Nissewaard, het regionaal economisch vestigingsklimaat. De MRDH is een samenwerkingsverband waar concrete ruimtelijk-economische vraagstukken worden geagendeerd. Die rol is ook het uitgangspunt van deze strategie. Regionale afstemming is ook een vereiste vanuit de provincie Zuid-Holland bij wijzigingen in gemeentelijke bestemmingsplannen. Deze strategie is geen blauwdruk van de regio. Het is een samenhangende visie op de ontwikkeling van werklocaties vanuit de bestaande situatie, en richting de gewenste ramingen tot 2030. Met deze strategie bepalen MRDH en regiogemeenten de juiste acties voor de huidige bestuursperiode.

Het regionale detailhandelsbeleid stuurt op het versterken van de hoofdcentra en het optimaliseren van middelgrote centra, waardoor inwoners ook in de toekomst terecht kunnen in aantrekkelijke en economisch gezonde winkelgebieden. In de Strategie Detailhandel 2030 is het centrum van Spijkenisse aangewezen als te optimaliseren centrum én prioritaire locatie. De prioritaire locatie betreft het Kolkplein in Spijkenisse. Dit is een middelgrote perifere detailhandelslocatie. De regionale verzorgingsfunctie van dit soort locaties staat onder druk. In samenwerking met de provincie Zuid-Holland wordt voor dit soort locaties gewerkt aan de herontwikkeling, samenvoeging of transformatie van dit soort locaties.

Naast het gebruikelijke afwegingskader van de ladder voor duurzame verstedelijking is er een regionaal afwegingskader om de toevoeging van plancapaciteit te kunnen toetsen. De MRDH faciliteert regionale afstemming bij plannen voor uitbreidingen van winkelgebieden met meer dan 2.000 m² in bestaande winkelgebieden of meer dan 1.000 m² in de periferie. Daarbij wordt getoetst of de hoofdstructuur wordt behouden en in hoeverre het plan onaanvaardbaar bijdraagt aan leegstand. Nieuwe ontwikkelingen mogen er niet toe leiden dat de bestaande perspectiefrijke winkelgebieden op den duur niet meer levensvatbaar zijn. Vernieuwende of complementaire concepten die niet in de bestaande winkelgebieden kunnen worden gevestigd, of tuincentra en bouwmarkten kunnen afhankelijk van de lokale situatie solitair worden gevestigd.

TOETSING EN CONCLUSIE

De ontwikkeling van een tuincentrum aan de Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse is mogelijk op basis van de Strategie Werklocaties 2019-2030. Een tuincentrum kan solitair gevestigd worden. Er moet echter wel worden aangetoond dat:

- het initiatief niet in – of aangrenzend aan een bestaand winkelgebied gerealiseerd kan worden;
- het initiatief geen blijvende negatieve effecten heeft op de bestaande detailhandelsstructuur.

De effecten zijn nader onderzocht in hoofdstuk 3. De locatieafweging is opgenomen in hoofdstuk 5. Tot slot wordt geconcludeerd dat het initiatief regionaal moet worden afgestemd met de MRDH vanwege de omvang (groter dan 1.000 m²).

2.3 Gemeentelijk

2.3.1 Detailhandelsvisie Nissewaard (2016)

De detailhandelsvisie Nissewaard richt zich vooral op het versterken van de bestaande winkelstructuur. In de visie hanteert de gemeente de volgende uitgangspunten:

- streven naar een duurzame en toekomstbestendige winkelstructuur;
- geen nieuwe winkellocaties, tenzij ze van aantoonbare toegevoegde waarde zijn met een nieuw onderscheidend (regionaal) concept;
- perspectiefarme winkelgebieden moeten worden omgezet naar een andere functie en de invulling hiervan moet worden gezocht;
- perspectiefrijke winkelgebieden moeten worden geoptimaliseerd.

De gemeente Nissewaard heeft hierbij 12 beleidsuitgangspunten vastgesteld. Hiervan zijn de volgende uitgangspunten van belang voor de beoogde ontwikkeling van een tuincentrum:

- het juiste aanbod op de juiste plaats:
 - balans tussen type winkelgebied (verzorgingscategorie) en winkelaanbod, afgestemd op de verzorgingsreikwijdte (centrum, wijk, kern, lokaal, regionaal, bovenregionaal);
 - aanbod moet aansluiten bij consumentengedrag en verwachtingspatroon (complementariteit en samenhang).
- toevoegen van nieuwe winkelmeters is uitsluitend geoorloofd onder voorwaarde van sanering van ongewenst (in omvang gelijk) aanbod en van aantoonbare toegevoegde waarde met een nieuw onderscheidend (regionaal) concept.

Op basis van de berekening van de distributieve ruimte geldt voor de niet-dagelijkse artikelensector:

Zonder onderscheid naar type winkelgebieden en branchering met bijbehorende vloerproductiviteit is de totale niet-dagelijkse artikelensector qua vraag en aanbod nagenoeg in evenwicht. Voor het stadscentrum blijven de koopstromen echter

achter en daarmee is er een overcapaciteit van fysieke retail. De Meerjarenvise Stadscentrum Spijkenisse is erop gericht de koopstromen (en daarmee de omzetten) op normniveau te brengen. In de kernen is het aanbod en het economisch functioneren van de niet-dagelijkse sector gelet op het schaalniveau en de verspreide ligging ten opzichte van elkaar in zijn algemeenheid afhankelijk van de plaatselijke omstandigheden. Voor de kernen in Nissewaard geldt dat deze voor de niet-dagelijkse artikelensector sterk gericht zijn op het stadscentrum van Spijkenisse, Hellevoetsluis en Rotterdam (Koopstromenonderzoek Randstad 2011). Retailontwikkelingen zoals online winkelen vergroten de opgave van krimp van fysieke winkelruimte.

Voor de niet-dagelijkse sector heeft de gemeente Nissewaard een aantal specifieke uitgangspunten opgesteld:

1. ontwikkeling van nieuwe winkelmeters is ongewenst (geen marktruimte). Eventuele reserveringen hiervoor in ruimtelijke plannen dienen in het belang van een evenwichtige winkelstructuur te worden heroverwogen;
2. de transformatieopgave overheerst vanwege het ontbreken van distributieve ruimte en structuurbepalende veranderingen in het winkellandschap. Voor de transformatieopgave gelden geen actieve saneringsmiddelen, eventuele initiatieven tot functiewijziging worden ondersteund, onder intrekking van de winkelfunctie;
3. het stadscentrum is de primair aangewezen vestigingslocatie en legt beperkingen op aan uitbreiding van winkelaanbod niet-dagelijkse artikelen in alle andere winkelgebieden;
4. uitbreiding van niet-dagelijks aanbod, anders dan in het stadscentrum is ongewenst, tenzij van aantoonbaar toevoegde waarde en met een onderscheidend nieuw concept;
5. voor de woonboulevard wordt onder stringente voorwaarden rek geboden aan echt volumineuze detailhandel, die past in het profiel home and living en de verzorgingspositie van andere centra niet aantast.

Bij deze uitgangspunten moet in acht genomen worden dat de detailhandelsvisie het karakter heeft van een vraaggericht beleidsdocument. Het anticipeert optimaal op de signalen vanuit de markt. De gemeente Nissewaard heeft niet de intentie om zoals het in de visie beschrijft “alles dicht te regelen”.

TOETSING EN CONCLUSIE

In de detailhandelsvisie noemt de gemeente Nissewaard dat uitbreiding van het niet-dagelijks aanbod in het algemeen, anders dan in het stadscentrum, ongewenst is, tenzij er aangetoond kan worden dat er sprake is van een toegevoegde waarde met een onderscheidend nieuw concept. Het beoogde tuincentrum concept en de marktruimte binnen de branche ‘plant & dier’ is nader onderzocht in hoofdstuk 3. In hoofdstuk 5 is tevens onderzocht of het tuincentrum binnen de reguliere winkelstructuur kan worden ingepast.

2.3.2 Nissewaard naar 2040 (2017)

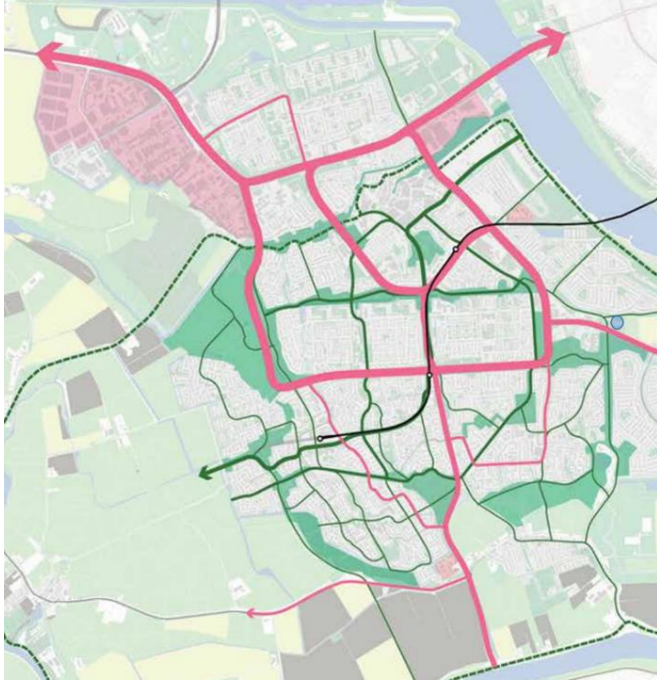
Nissewaard heeft te maken met een aantal vraagstukken van sociaaleconomische, maatschappelijke en ruimtelijke aard. Voor nieuwe verstedelijking ligt een sterke basis in de bestaande structuur. Dit biedt verschillende mogelijkheden, zoals de grote woningbouwopgave in heel Zuid-Holland die voor een deel in de voormalige groeikern Spijkenisse kan worden opgelost. Om de genoemde opgaven het hoofd te bieden is dit ontwikkelperspectief opgesteld, in nauwe afstemming met de provincie, waarin voor de korte en lange termijn een visie en kansen worden geformuleerd voor een aantrekkelijke, vitale, toekomstbestendige woon- en werkgemeente in 2040.

De hoofdboodschap van het ontwikkelperspectief is dat de oorspronkelijke monofunctionele kracht van Spijkenisse (wonen) multifunctioneler moet worden. Er is focus op:

- verzilveren van kansen die er liggen;
- werkgelegenheid en ondernemerschap;
- verbinden van onderwijs met arbeidsmarkt;
- een actieve rol spelen in haventransitie;
- een kwaliteitsimpuls voor het landschap in relatie tot recreatie en toerisme en zorg en revalidatie. Waaronder het benutten van ruimte in en om Spijkenisse Medisch Centrum;
- behouden en aantrekken van jongeren, evenwichtige bevolkingsopbouw;
- aantrekkelijk (uitgaans-)centrum.

Daarbij wordt er voortgebouwd op het raamwerk van de stad (figuur 2.1):

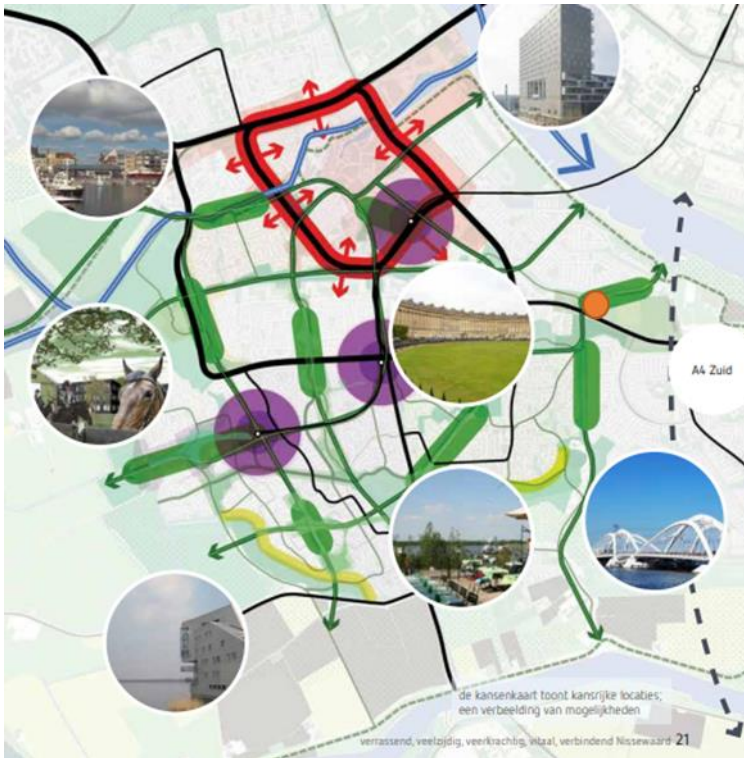
- hoofdwegennet met de centrumring als belangrijke kern;
- het lightrailnetwerk en de drie stations;
- het groenblauwe netwerk van fietspaden, vaarwegen en het omringende landschap.



Figuur 2.1 Raamwerk van Spijkenisse (projectlocatie met blauw aangegeven; bron: Gemeente Nissewaard, 2017)

Het gemeentelijke visiedocument van Nissewaard is opgebouwd uit vier principes (figuur 2.2):

- bouw meer verschillende woningtypes in Spijkenisse;
- verbeter de bereikbaarheid;
- zorg voor meer en gevarieerde werkgelegenheid;
- benut het groen in de Bernisse.



Figuur 2.2 Kansenkaart verrassend, veelzijdig, veerkrachtig, vitaal en verbindend Nissewaard (projectlocatie met oranje aangegeven; bron: Gemeente Nissewaard, 2017)

Voor het centrumgebied wordt gestreefd naar het clusteren van winkels, transformeren van leegstand en een vitaal en leefbaar gebied (figuur 2.3).



Figuur 2.3 Kansenkaart centrum Spijkenisse (bron: Gemeente Nissewaard, 2017)

TOETSING EN CONCLUSIE

De visie voor Nissewaard bevat het ontwikkelingsperspectief voor de komende jaren. Voor het centrumgebied wordt gewerkt aan de ruimtelijke concentratie van detailhandel en de transformatie van leegstand. Uit het beleidsdocument kan worden afgeleid dat de Korte Schenkeldijk 2 een strategische ligging heeft. De projectlocatie Korte Schenkeldijk 2 ligt direct



aan de Maaswijkweg, welke behoort tot het hoofdwegennet. Daarnaast ingezet op een groenblauw netwerk van fietspaden en een kwaliteitsimpuls voor het landschap in dit gebied. Al deze ambities kunnen worden gerealiseerd met de ontwikkeling van het tuincentrum waarbij aandacht is voor een zorgvuldige ruimtelijke inpassing.

2.4 Conclusie

Uit de toetsing aan het provinciaal – en regionaal detailhandelsbeleid blijkt dat een tuincentrum behoort tot de uitzonderingen van detailhandel die buiten de reguliere winkelgebieden zijn toegestaan. Een tuincentrum past qua aard en omvang niet in het centrum en mag zich daardoor buiten de bestaande winkelcentra vestigen. Aangetoond moet worden dat het planinitiatief geen structuurverstorende effecten heeft op de gewenste detailhandelsstructuur en dat het gaat om een bijzonder concept. Verder moet de ontwikkeling regionaal worden afgestemd, vanwege de omvang van meer dan 1.000 m². Het concept en de effecten zijn onderbouwd in hoofdstuk 3 met o.a. een distributieve marktanalyse voor de hoofdbranche ‘plant & dier’ met de meest actuele bronnen en kencijfers. In hoofdstuk 4 is daarnaast de behoefte aan de sportschool in beeld gebracht. Ook moet aangetoond worden, conform het regionale beleid, dat een ontwikkeling niet binnen of aangrenzend op de reguliere winkelstructuur kan worden ingepast. Dit is nader onderzocht in hoofdstuk 5.

Tot slot wordt op basis van de gemeentelijke structuurvisie geconcludeerd dat de locatie Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse een strategische ontwikkellocatie is. De locatie maakt onderdeel uit van het hoofdwegennet van Spijkenisse en ligt aan de gewenste recreatieve verbindingroutes.

3. BEHOEFTE TUINCENTRUM

In dit hoofdstuk is de behoefte aan het tuincentrum aan de Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse nader onderbouwd. Hierin komen de volgende zaken aan bod:

- beschrijving van het beoogde tuincentrum concept;
- beschrijving van het relevante verzorgingsgebied;
- analyse van de hoofdbranche 'plant & dier' in Nissewaard;
- een actuele marktanalyse voor de branches 'plant & dier' en 'horeca'.

3.1 Beschrijving van het beoogde tuincentrum concept

Zoals in de inleiding beschreven wordt uitgegaan van een tweetal functies onder één dak van het tuincentrum (figuur 3.1):

- Tuincentrum: 2.943 m² wvo.
- Horeca: 308 m² wvo.
- **Totaal: 3.251 m² wvo.**

Daarnaast zal op de eerste verdieping een sportschool worden gerealiseerd. De behoefte aan de sportschool wordt in hoofdstuk 4 onderbouwd.



Figuur 3.1 Verbeelding ontwikkeling tuincentrum Spijkenisse (bron: BIAS architecten, 2020)

De functies zijn herkenbaar voor een modern tuincentrum. Onderscheidend element is dat het concept niet wordt geëxploiteerd door één ondernemer/formule, maar door twee afzonderlijke ondernemers. De functies zijn onderling wel verbonden in het tuincentrum. Het concept biedt een aantal voordelen:

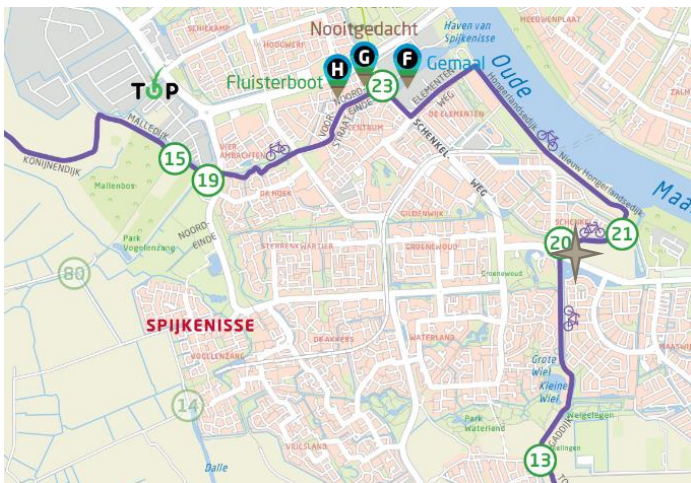
- door de ruimtelijke concentratie onder één dak ervaart de consument het concept als één modern tuincentrum;
- door te werken met twee ondernemers kan ieder zich richten op zijn eigen specialisatie, waardoor de kwaliteit van het tuincentrum als geheel beter is dan gemiddeld;

- naast de eigen specialisatie kan worden ingezet op samenwerking, waardoor nog beter op de (gezamenlijke) doelgroep kan worden ingespeeld, door bijvoorbeeld assortimenten aan te bieden (combinatiedeals detailhandel/horeca);
- de kans op leegstand is kleiner. Mocht één ondernemer vertrekken dan kunnen de andere ondernemers de activiteiten voortzetten. De aantrekkingskracht op een nieuwe ondernemer is daarbij ook groter als deze kan mee profiteren van het totaalconcept.

Voor het tuincentrum wordt aangesloten bij de definitie zoals opgenomen in de Omgevingsverordening van de provincie Zuid-Holland. Dat betekent dat het hoofdassortiment bestaat uit boomkwekerijproducten, planten, bloembollen, bloemen, attributen voor de inrichting en het onderhoud van tuinen, balkons en terrassen waaronder tuinmeubilair, alsmede de daarbij benodigde hulpmaterialen.

Naast het tuincentrum is maximaal 308 m² wvo aan horeca voorzien. Hiervoor wordt de bestaande bebouwing (voormalige boerderij) op het perceel benut. Het gaat om 'lichte' horeca. Dit is horeca die in beginsel alleen overdag en 's avonds is geopend ten behoeve van de verstrekking van etenswaren en maaltijden. Dit type horeca geeft beperkt hinder voor omwonenden. Voorbeelden van dit type horeca zijn broodjeszaken, cafetaria, koffiebar, lunchroom, snackbar, restaurant, tearoom etc. Vrijwel ieder modern tuincentrum beschikt over een horecagelegenheid. Op de specifieke locatie is de doelgroep driedig:

- Bezoekers van het tuincentrum. De bezoekers van het tuincentrum beschikken over de mogelijkheid om tijdens het bezoek gebruik te maken van de horecagelegenheid. Hiermee wordt de bezoekduur van de consument verlengd. Een hogere verblijfstijd leidt tot hogere bestedingen.
- Bezoekers vanuit de recreatieve verbindingsroute: fietsknooppunt 20. De combinatie van het tuincentrum en horeca met een terras zorgt voor een hoger bezoekpotentieel. Fietsknooppunt 20 is een start- en eindpunt van verschillende fietsroutes en sluit aan op de beleidsmatig gewenste versterking van dergelijke recreatieve fietsroutes (zie beleid hoofdstuk 2). Een voorbeeld van één van deze fietsroutes is te zien in figuur 3.2. Naast dat fietsers even kunnen stoppen voor om te eten of te drinken bij de horecavoorziening zullen recreanten mogelijk ook het tuincentrum bezoeken, waardoor beide functies elkaar aanvullen en versterken op deze locatie.
- Verder zou de horeca nog bezocht kunnen worden door passanten van het autoverkeer, vanwege de zichtlocatie aan de Maaswijkweg (hoofdontsluitingsroute Spijkenisse).



Figuur 3.2 Uitsnede fietsroute Molen & Waard (projectlocatie aangegeven met rood; bron: eropuitnissewaard.nl, 2020)

3.2 Beschrijving relevant verzorgingsgebied

De reikwijdte van een verzorgingsgebied van een tuincentrum is vooral afhankelijk van de bereikbaarheid/infrastructuur en de spreiding van het aanbod aan tuincentra in een regio. Wanneer er naar een grotere omtrek rondom Spijkenisse wordt gekeken, kan worden gesteld dat er zich een groot aantal tuincentra in de omgeving bevinden. Een inventarisatie hiervan is

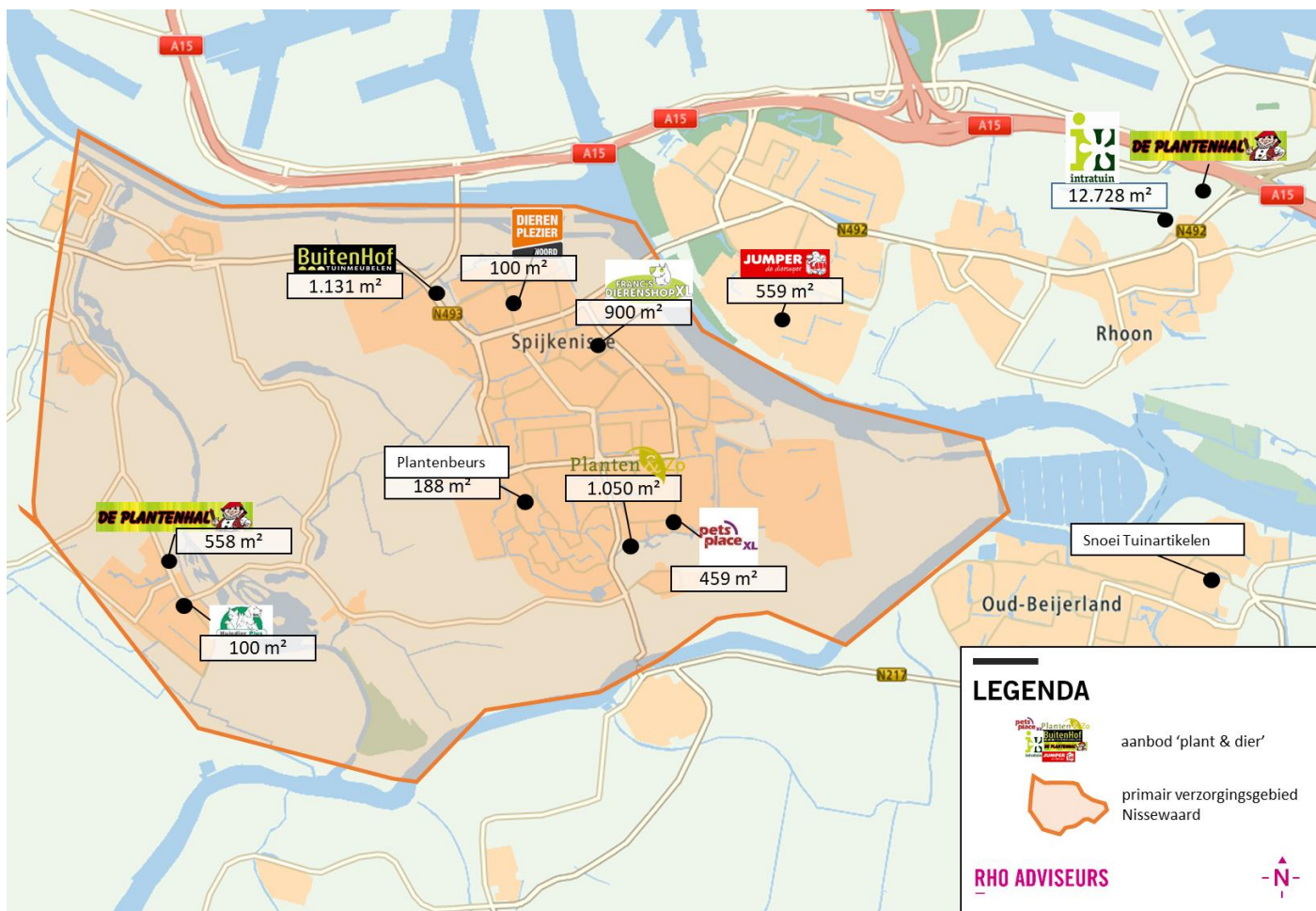
te zien in figuur 3.3. In het overzicht is ook bouwmarkt Praxis opgenomen in Nieuw Mathenesse (Rotterdam). Deze bouwmarkt heeft een complete afdeling in tuinartikelen. De verschillen in omvang zijn groot en variëren van circa 500 m² wvo tot 13.000 m² wvo.



Figuur 3.3 Inventarisatie aanbod 'plant & dier' (tuincentra en dierenspecialzaken) regio Spijkenisse (bron: Locatus, 2020; bewerking Rho adviseurs)

Uit de inventarisatie van tuincentra in de regio Spijkenisse blijkt dat er binnen de gemeente Nissewaard zich nog geen grote tuincentra bevinden. In de regio net buiten Spijkenisse met Hellevoetsluis, Vierpolders/Brielle, Oud-Beijerland en Rhoo is sprake van relatief grote tuincentra met minimaal 5.000 m² wvo.

Binnen de gemeente Nissewaard is nog geen tuincentrum met een omvang van meer dan 1.500 m² wvo gevestigd (figuur 3.4). Het grootste tuincentrum binnen de gemeente Nissewaard is Planten & Zo en heeft een omvang van circa 1.000 m² wvo. Ten oosten van de beoogde ontwikkeling vormt het Spui (verbinding tussen de Oude Maas en het Haringvliet) een barrière voor de bewoners aan de andere kant van de rivier, waaronder Oud-Beijerland. Deze watergang is namelijk alleen met een veerverbinding over te steken.



Figuur 3.4 Tuincentra en dierenspecialzaken binnen het verzorgingsgebied (bron: Locatus, 2020, bewerking Rho adviseurs)

Op basis van de inventarisaties uit de figuren 3.3 en 3.4 wordt geconcludeerd dat een nieuw tuincentrum primair een verzorgingsfunctie heeft voor de gemeente Nissewaard. De toevloeiing (secundair marktgebied) wordt uit de direct omliggende gemeenten, waaronder Brielle, Hellevoetsluis, maar ook Rotterdam Hoogvliet. Voor de inwoners van Hoogvliet is qua bereikbaarheid de Intratuin in Rhoo vergelijkbaar met het beoogde tuincentrum in Spijkenisse, maar door de grote omvang is de verwachting dat de meeste inwoners hun aankopen bij de Intratuin zullen doen. De koopkrachttoevloeiing zal relatief beperkt zijn, vanwege de bereikbaarheid van Spijkenisse. In de marktanalyse (paragraaf 3.4) zal rekening worden gehouden met de koopstromen conform het KSO Randstad 2018.

3.3 Analyse aanbod 'plant & dier' en horeca gemeente Nissewaard

De definitie van een tuincentrum, conform de landelijke definitie van Retailinsiders (zie hoofdstuk 1), komt overeen met de hoofdbranche 'plant & dier' van Locatus (2020; zie bijlage 1). De winkelruimte met 'plant & dier' artikelen heeft een totaal winkelvloeroppervlakte (wvo) van 2.945 m². Daarnaast is ruimte gereserveerd voor horeca (circa 376 m²) ter hoogte van de bestaande bebouwing op het perceel als onderdeel van het totaalconcept op de locatie Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse. In deze paragraaf wordt het bestaande aanbod in Nissewaard nader geanalyseerd.

PLANT & DIER

De gemeente Nissewaard beschikt binnen de branche 'plant & dier' op dit moment over 5.706 m² wvo, verdeeld over de kernen Heenvliet, Spijkenisse en Zuidland. Logischerwijs bevindt het grootste deel van dit aanbod zich in de grootste kern Spijkenisse met 4.855 m² wvo. Circa 34% van de winkelmeters in de hoofdbranche 'plant & dier' is gevestigd op solitaire locaties (verspreide bewinkeling; tabel 3.2).

Tabel 3.2 Omvang hoofdbranche 'plant & dier' gemeente Nissewaard (in m² vvo; bron: Locatus, 2021)

	Centraal winkelgebied	Wijk/buurt centra	Overig winkelgebied	Verspreide bewinkeling	Totaal
Heenvliet	93	0	0	0	93
Spijkenisse	1.599	905	1.131	1.220	4.855
Zuidland	70	0	0	688	758
gemeente Nissewaard	1.762	905	1.131	1.908	5.706

Een vergelijkbaar beeld is herkenbaar voor het aantal winkels. Binnen de gemeente Nissewaard zijn in totaal 18 verkooppunten in de hoofdbranche 'plant & dier', waarvan er 14 zijn gevestigd in de hoofdkern Spijkenisse (tabel 3.3). Circa 22% van het aanbod is gevestigd op een solitaire locatie. Dit is lager dan het aantal meters. Logische verklaring is dat de relatief grotere winkels buiten de reguliere winkelcentra zijn gelegen.

Tabel 3.3 Omvang hoofdbranche 'plant & dier' gemeente Nissewaard (in aantal vkp; bron: Locatus, 2021)

	Centraal winkelgebied	Wijk/buurt centra	Overig winkelgebied	Verspreide bewinkeling	Totaal
Heenvliet	1	0	0	0	1
Spijkenisse	3	8	1	2	14
Zuidland	1	0	0	2	3
gemeente Nissewaard	5	8	1	4	18

HORECA

De gemeente Nissewaard heeft een horeca aanbod van ruim 15.000 m² vvo. Ruim 85% van dit aanbod ligt in de hoofdkern Spijkenisse (tabel 3.4). Van het totale horeca aanbod in Spijkenisse ligt circa 50% in het centrumgebied, bijna 20% in de wijk- en buurtcentra, bijna 10% op de woonboulevard en ruim 20% op verspreide solitaire locaties.

Tabel 3.4 Omvang hoofdbranche 'horeca' gemeente Nissewaard (in m² vvo; bron: Locatus, 2021)

	Centraal winkelgebied	Wijk/buurt centra	Overig winkelgebied	Verspreide bewinkeling	Totaal
Abbenbroek	0	0	0	167	167
Geervliet	0	0	0	107	107
Heenvliet	235	0	0	228	463
Hekelingen	0	0	0	200	200
Simonshaven	0	0	0	299	299
Spijkenisse	7.022	2.360	1.105	3.114	13.601
Zuidland	543	0	0	400	943
gemeente Nissewaard	7.800	2.360	1.105	4.515	15.780

In tabel 3.5 is het aanbod gepresenteerd in aantal horeca verkooppunten. In de gemeente zijn 130 horeca verkooppunten, waarvan er 111 zijn gelegen in de hoofdkern Spijkenisse. Ook uit deze analyse is af te leiden dat er relatief veel horeca is gevestigd buiten de reguliere winkelgebieden inclusief het centrum van Spijkenisse.

Tabel 3.5 Omvang hoofdbranche 'horeca' gemeente Nissewaard (in aantal vkp; bron: Locatus, 2021)

	Centraal winkelgebied	Wijk/buurt centra	Overig winkelgebied	Verspreide bewinkeling	Totaal
Abbenbroek	0	0	0	1	1
Geervliet	0	0	0	1	1
Heenvliet	3	0	0	1	4
Hekelingen	0	0	0	3	3
Simonshaven	0	0	0	1	1
Spijkenisse	53	25	2	33	113

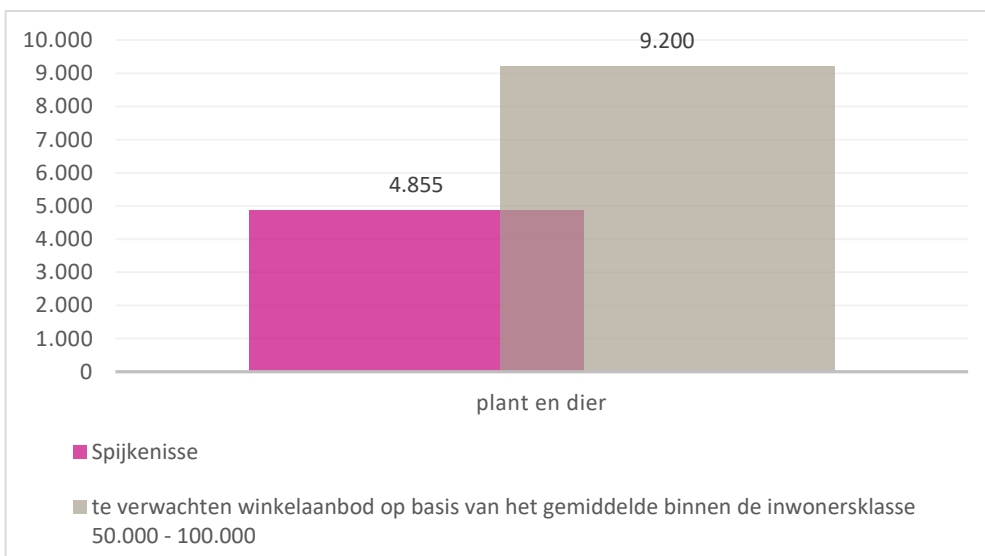
Zuidland	7	0	0	1	8
gemeente Nissewaard	63	25	2	41	131

3.4 Marktanalyse hoofdbanches plant & dier en horeca

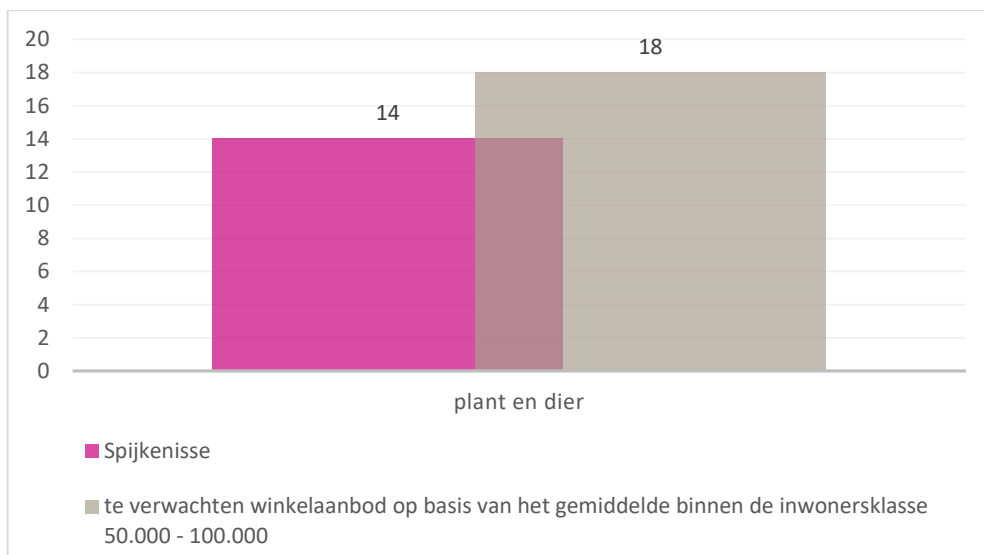
Om de kwantitatieve behoefte aan het tuincentrum aan te tonen is in deze paragraaf een marktanalyse uitgevoerd voor de hoofdbanches 'plant & dier' en horeca. Deze analyse is tevens de basis om de ruimtelijk-economische effecten van het beoogde tuincentrumconcept in te schatten.

3.4.1 Hoofdbanche 'plant & dier'

Om de kwantitatieve behoefte aan te tonen van het tuincentrum aan de Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse is allereerst een benchmarkanalyse uitgevoerd (figuur 3.5 en 3.6). Hierbij is een vergelijking gemaakt van het aanbod 'plant & dier' in Spijkenisse met het aanbod wat men zou verwachten op basis van het landelijke gemiddelde in een vergelijkbare kern (qua inwoneraantal). Deze vergelijking is gemaakt voor de vierkante meters detailhandel en het aantal verkooppunten in de hoofdbanche 'plant & dier'. Uit beide vergelijkingen wordt geconcludeerd dat het aanbod in Spijkenisse achterblijft bij het landelijke gemiddelde. Dit is een indicatie voor de kwantitatieve behoefte aan uitbreiding van het aanbod 'plant & dier'.



Figuur 3.5 Vergelijking aanbod 'plant & dier' Spijkenisse met het landelijke gemiddelde in kernen met 50.000 tot 100.000 inwoners (in m² wvo; Locatus, 2021)



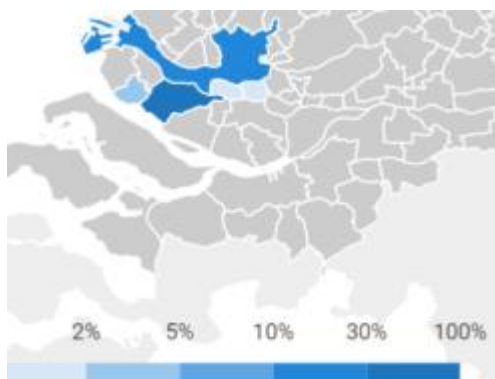
Figuur 3.6 Vergelijking aanbod ‘plant & dier’ Spijkenisse met het landelijke gemiddelde in kernen met 50.000 tot 100.000 inwoners (in aantal vpk; Locatus, 2021)

VERZORGINGSGEBIED EN REGIONALE KOOPSTROMEN

Om het planinitiatief te beoordelen, ook in het kader van de provinciale Omgevingsverordening, is voor de hoofdbranche ‘plant & dier’ een actueel distributieplanologisch marktonderzoek (dpo) uitgevoerd. Hieronder zijn allereerst de uitgangspunten nader toegelicht ten aanzien van het verzorgingsgebied.

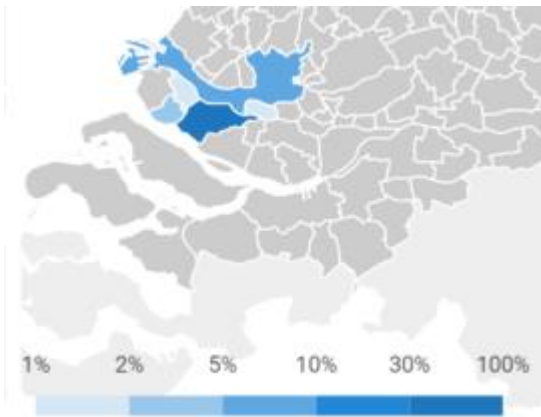
HUIDIGE KOOPSTROMEN HOOFDBRANCHE ‘PLANT & DIER’ GEMEENTE NISSEWAARD

Het verzorgingsgebied van een nieuw tuincentrum in Spijkenisse is primair de gemeente Nissewaard. Binnen de niet-dagelijkse goederensector is de koopkrachtbinding berekend op 65% voor de fysieke winkelbestedingen in de gemeente Nissewaard (KSO Randstad 2018, gepubliceerd in 2019). Dit betekent dat 35% van de potentiële bestedingen afvloeit naar de omliggende gemeenten. Het grootste deel gaat logischerwijs naar Rotterdam, dat een sterk regionale verzorgingsfunctie heeft. Voor een dagje shoppen zal de consument uit Nissewaard bijvoorbeeld de binnenstad van Rotterdam bezoeken. Een kleiner deel gaat naar de gemeenten Hellevoetsluis, Albrandswaard en Barendrecht (figuur 3.7).



Figuur 3.7 Niet-dagelijkse bestedingen van inwoners uit Nissewaard in omliggende gemeenten (bron: KSO Randstad 2018)

De koopkrachttoevloeiing van de fysieke niet-dagelijkse bestedingen is berekend op 25% conform het KSO Randstad 2018. Het grootste deel komt uit de gemeente Rotterdam. Dit zullen hoofdzakelijke bestedingen zijn bij de Woonboulevard van Spijkenisse. De woonboulevard is immers goed bereikbaar voor de zuidelijke wijken van Rotterdam. Verder is omzet afkomstig uit Hellevoetsluis, Brielle en Albrandswaard.



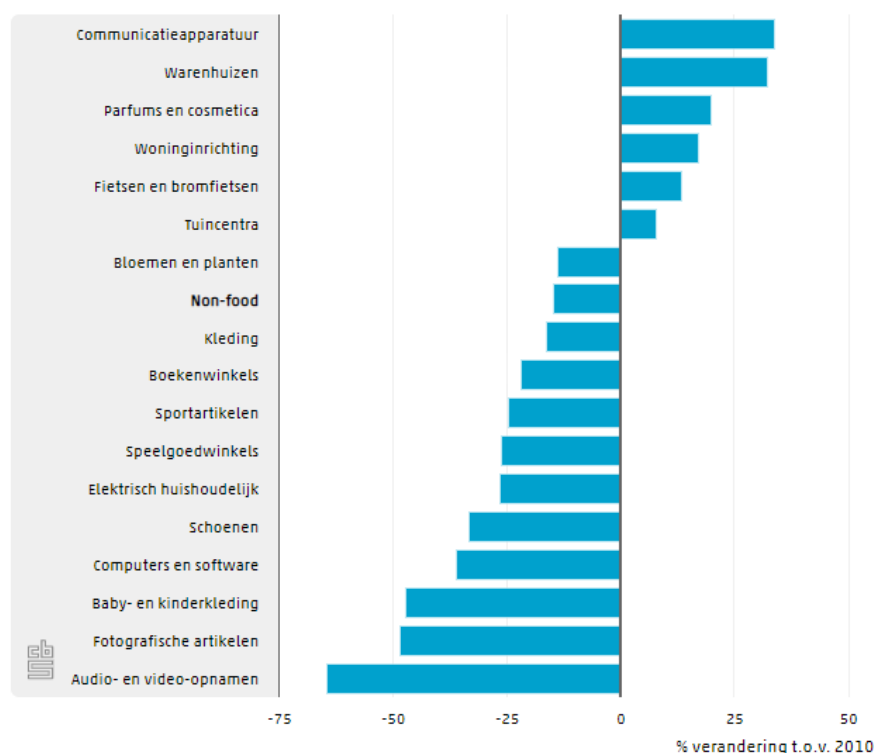
Figuur 3.8 Omzetherkomst niet-dagelijkse goederensector Nissewaard (bron: KSO Randstad 2018)

Uit de KSO-data kunnen ook de gegevens op hoofdbrancheniveau worden herleid. Binnen de gemeente is nog geen modern tuincentrum gevestigd, waardoor de inwoners momenteel uitwijken naar de omliggende gemeenten. Dit beeld wordt bevestigd in het KSO Randstad 2018 (gepubliceerd in 2019). Voor de hoofdbranche 'plant & dier' is de **koopkrachtbinding** berekend op **57%** en de **koopkrachttoevoeiing** op **22%** (bron: KSO Randstad 2018, gepubliceerd in 2019). 43% van de potentiële bestedingen van de inwoners uit Nissewaard (voor de hoofdbranche 'plant & dier') vloeit af naar omliggende aankoopplaatsen met de relatief grote tuincentra, waaronder tuincentrum van den Berg in Vierpolders (gemeente Brielle) en de Intratuin in Rhoon (gemeente Albrandswaard).

TOEKOMSTIGE KOOPSTROMEN HOOFDBRANCHE 'PLANT & DIER' GEMEENTE NISSEWAARD

Rekening houdend met de huidige Coronacrisis is het de verwachting dat het marktaandeel van internet nog verder gaat toenemen. Dit gaat ten koste van de fysieke winkels. Het aantal fysieke non-food winkels nam met bijna 15% af in de periode 2010-2019 (bron: CBS, 2019). Er zijn echter grote verschillen per branche. Generieke producten die makkelijk te vergelijken zijn, zijn steeds minder in de fysieke winkel te vinden. Het gaat om: platen en cd's, boeken en kranten, speelgoed, fotografiebenodigdheden, schoenen en sportartikelen e.d. Ook consumentenelektronica (huishoudelijke apparaten en pc's/laptops) zijn in mindere mate te koop in een fysieke winkel (figuur 3.9).

Non-foodwinkels, 2019



Figuur 3.9 Ontwikkeling fysieke winkelveestigingen non-food (bron: CBS, 2019)

Uit het overzicht van figuur 3.9 valt af te leiden dat het aantal warenhuizen, winkels in persoonlijke verzorging, woninginrichting, rijwielzaken en tuincentra is toegenomen. Geconcludeerd wordt dat internetverkoop invloed heeft op het koopgedrag van de consument en daarmee de behoefte aan fysieke winkelmeters. Uit recente cijfers blijkt echter dat internetverkoop vooralsnog weinig invloed heeft op de hoofdbranche 'plant & dier' (tuincentra). Dit wordt tevens bevestigd in het KSO 2018.

Als rekening wordt gehouden met de actuele trends en ontwikkelingen in de detailhandel én de ontwikkeling van een nieuw modern tuincentrum in de gemeente Nissewaard dat wordt verwacht dat een **koopkrachtbinding** van **60%** haalbaar is voor de hoofdbranche 'plant & dier'. Voor een aanvullend aanbod zullen nog steeds de grotere tuincentra in de regio bezocht worden (gemeenten Albrandswaard en Brielle), waardoor ook in de toekomstige situatie een groot deel van de potentiële bestedingen zal wegvloeien naar de omliggende gemeenten. De **koopkrachttoevloeiing** zal iets toenemen naar circa **25%**. Met deze koopstroomgegevens is dus nadrukkelijk rekening gehouden met de regionale spreiding van het aanbod aan tuincentra en de trends en ontwikkelingen binnen de hoofdbranche 'plant & dier'.

OVERIGE UITGANGSPUNTEN DISTRIBUTIEPLANLOGISCHE MARKTANALYSE

AANTAL INWONERS

Momenteel heeft de gemeente Nissewaard 85.219 inwoners (CBS, 2021; gegevens over 2020). Om de marktruimte in 2030 te berekenen is gebruikt gemaakt van de bevolkingsprognose van ABF Research – Primos prognose (2020). De verwachting is dat het bevolkingsaantal in de gemeente Nissewaard zal toenemen tot circa 88.000 inwoners in 2030.

OMVANG WINKELAANBOD

Het winkelaanbod in de hoofdbranche 'plant & dier' in de gemeente Nissewaard heeft een omvang van 5.706 m² wvo (Locatus, 2021). Voor de komende planperiode wordt uitgegaan van toevoeging van een tuincentrum van 2.833 m² wvo.

GEMIDDELDE WINKELOMZET PER PERSOON

De gemiddelde winkelomzet in tuincentra bedraagt in Nederland over 2019 € 74,- per persoon (Notitie Omzetkengetallen 2020; gegevens over 2019). Deze landelijke gemiddelden moeten worden gecorrigeerd op inkomen. Voor de niet-dagelijkse goederensector geldt een inkomenselasticiteit van 0,7. Het gemiddeld inkomen in de gemeente Nissewaard ligt circa 1,2% hoger dan het Nederlands gemiddelde (CBS, 2021; gegevens over 2018). De gemiddelde besteding in tuincentra in Nissewaard is daardoor circa 0,8% hoger dan het Nederlands gemiddelde en bedraagt € 75,-.

VLOERPRODUCTIVITEIT

De gemiddelde omzet per m² wvo (vloerproductiviteit) van tuincentra bedraagt in Nederland € 563,-. (Notitie Omzetkengetallen 2020; gegevens over 2019).

DISTRIBUTIEPLANOLOGISCH MARKTONDERZOEK 'PLANT & DIER' GEMEENTE NISSEWAARD

Op basis van de uitgangspunten is in tabel 3.6 de actuele distributieplanologische marktruimteberekening weergegeven voor de hoofdbranche 'plant & dier' in de gemeente Nissewaard.

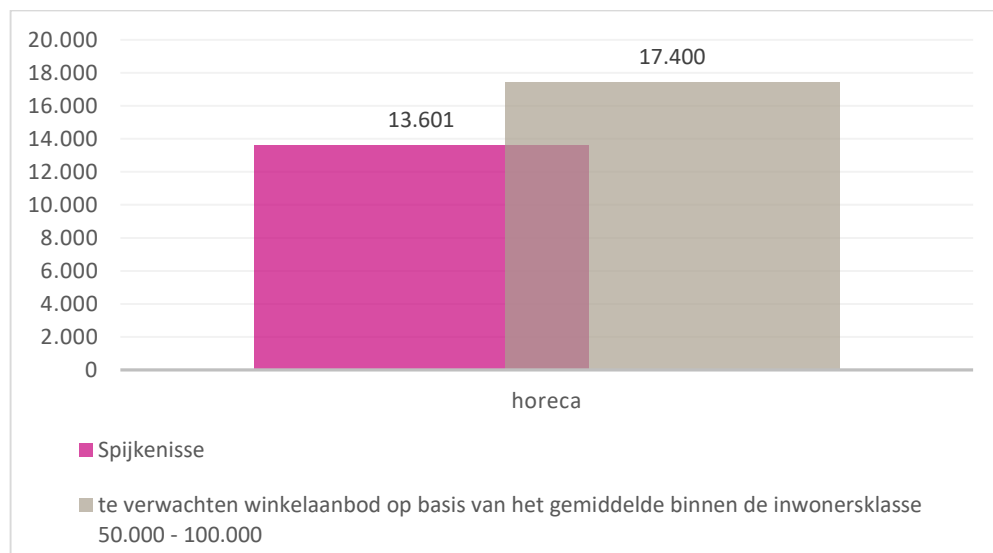
Tabel 3.6 Distributieplanologische marktanalyse hoofdbranche 'plant & dier' gemeente Nissewaard

	2020	2030	bron
inwonertal marktgebied	85.219	88.000	CBS, 2020; ABF Research - Primos prognose 2020
gemiddelde winkelomzet per persoon (excl. BTW)	€ 75	€ 75	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
bestedingspotentieel	€ 6.360.000	€ 6.560.000	
koopkrachtbinding (%)	57%	60%	KSO, 2018
gebonden bestedingen €	€ 3.610.000	€ 3.940.000	
koopkrachttoevoeiing (%)	22%	25%	KSO, 2018
koopkrachttoevoeiing €	€ 1.000.000	€ 1.310.000	
totale omzet in marktgebied	€ 4.610.000	€ 5.250.000	
gemiddelde vloerproductiviteit per m² wvo (excl. BTW)	€ 563	€ 563	Omzetkengetallen, 2020; gegevens over 2019
te verwachten omvang winkelaanbod (m² wvo)	8.190	9.330	
omvang winkelaanbod (m² wvo)	5.706	5.706	Locatus, 2021
berekende vloerproductiviteit (excl. BTW)	€ 810	€ 920	
omzetclaim marktgebied	€ 3.210.000	€ 3.210.000	
omzet ten opzichte van het gemiddelde	44%	63%	
ruimte voor ontwikkeling in €	€ 1.400.000	€ 2.040.000	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	2.480	3.620	
ontwikkeling tuincentrum Korte Schenkeldijk Spijkenisse	-	2.883	
ruimte voor ontwikkeling (m² wvo)	2.480	737	
toekomstige omzet ten opzichte van het gemiddelde	44%	9%	

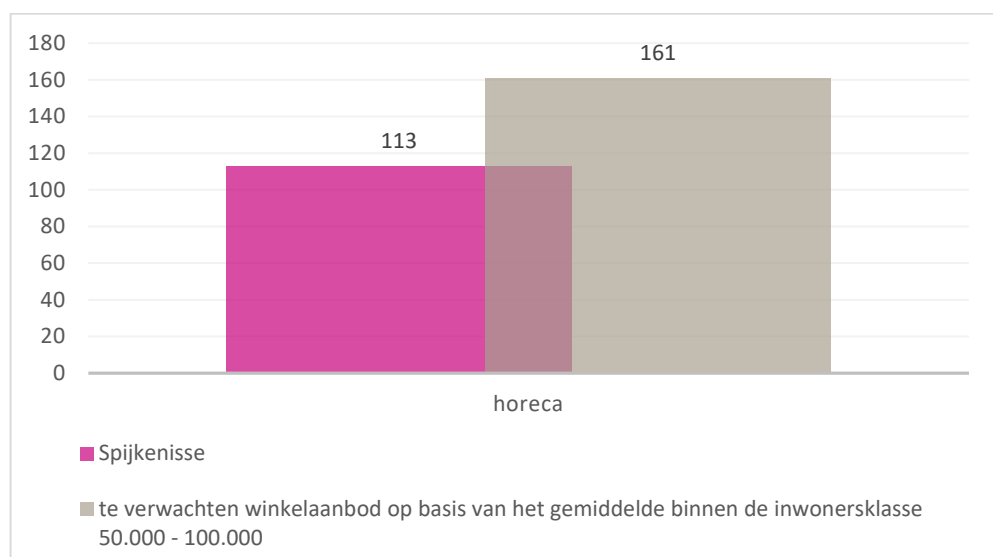
Op basis van de actuele marktruimteberekening wordt het beeld uit figuur 3.5 bevestigd dat er sprake is van een kwantitatieve behoefte aan een groter aanbod 'plant & dier' binnen de gemeente Nissewaard. De actuele marktruimte binnen de hoofdbranche 'plant & dier' is berekend op circa 2.500 m² wvo. Als gevolg van de positieve bevolkingsontwikkeling neemt de ontwikkelruimte de komende jaren toe: circa 3.600 m² wvo. Deze indicatieve marktruimte is, zowel in de huidige situatie als in 2030, ruim voldoende voor het planinitiatief voor een tuincentrum aan de Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse. Met de ontwikkeling wordt voorzien in een kwantitatieve behoefte.

3.4.2 Hoofdbranche horeca

Voor horeca kan geen DPO-berekening worden gemaakt net als voor detailhandel. Hiervoor ontbreken betrouwbare gegevens over de bestedingen en koopstromen. Wel kan een vergelijking worden gemaakt met vergelijkbare kernen (op basis van inwoneraantal). Uit deze vergelijking (figuren 3.10 en 3.11) wordt geconcludeerd dat het horeca-aanbod achterblijft bij het landelijke gemiddelde, zowel in meters als in aantal verkooppunten. Deze vergelijking geeft een indicatie voor de kwantitatieve behoefte aan een groter horeca aanbod in Spijkenisse.



Figuur 3.10 Vergelijking aanbod 'horeca' Spijkenisse met het landelijke gemiddelde in kernen met 50.000 tot 100.000 inwoners (in m² vvo; Locatus, 2021)



Figuur 3.11 Vergelijking aanbod 'horeca' Spijkenisse met het landelijke gemiddelde in kernen met 50.000 tot 100.000 inwoners (in aantal vkp; Locatus, 2021)

3.4.3 Conclusie en te verwachten ruimtelijke effecten

Voor zowel hoofdbranche 'plant & dier' als de horecabranche worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op de bestaande winkelgebieden en de horecasector in Spijkenisse als gevolg van de ontwikkeling van het tuincentrum aan de Korte Schenkeldijk 2. In Spijkenisse is nog geen volwaardig tuincentrum gevestigd. De consument wijkt momenteel uit naar alternatieven in de regio, waaronder Rhoon, Rotterdam en Vierpolders. Deze behoefte wordt bevestigd met de actuele marktanalyse. In ruime mate is er uitbreidingsruimte binnen de hoofdbranche 'plant & dier' in het verzorgingsgebied van de gemeente Nissewaard als geheel, maar ook Spijkenisse als hoofdkern specifiek. Door de behoefte binnen de eigen gemeente op te vangen zal het aantal verkeersbewegingen naar andere gemeenten afnemen als het gaat om de aankopen van 'plant & dier' artikelen.

Ook regionaal worden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het ondernemersklimaat. De huidige koopstromen zullen maar beperkt veranderen als gevolg van de ontwikkeling van het tuincentrum in Spijkenisse. Nabijgelegen tuincentra zijn (veel) groter en zullen de regionale aantrekkingskracht blijven behouden. De ontwikkeling van het tuincentrum in Spijkenisse is dan ook vooral gericht op de consumentverzorging binnen de eigen gemeente.

Tot slot blijkt uit de marktanalyse van de horecafunctie dat er momenteel relatief weinig horeca is gevestigd in Spijkenisse. Het aanbod blijft achter bij het landelijke gemiddelde van kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal. De horecaontwikkeling van het tuincentrum zal niet concurreren met het centrumgebied van Spijkenisse. Het oppervlak is gemaximeerd op 308 m² vvo, terwijl in het centrumgebied van Spijkenisse ruim 7.000 m² vvo aan horeca is gevestigd in verschillende segmenten. Ook qua horecasegment zal de ondersteunende horeca bij het tuincentrum niet concurrent zijn met het centrumgebied. Op de projectlocatie is alleen 'lichte horeca' voorzien. Het planinitiatief aan de Korte Schenkeldijk is gericht op het combinatiebezoek vanuit andere (doelgerichte) bezoekmotieven: tuincentrum, passanten van de recreatieve fietsroute en de passanten van de Maaswijkweg.

3.5 Conclusie

Met de beoogde realisatie van een tuincentrum van 2.945 m² en horeca van 308 m² vvo aan de Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse wordt voorzien in een actuele behoefte aan een modern tuincentrum met een horecagelegenheid. Momenteel is nog geen volwaardig tuincentrum gevestigd binnen het marktgebied gemeente Nissewaard. De behoefte is kwantitatief onderbouwd voor zowel de detailhandelsfunctie als de ondersteunende horecafunctie. Als gevolg van de ontwikkeling worden bij deze marktomstandigheden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de gemeente Nissewaard.

4. BEHOEFTE SPORTSCHOOL

4.1 Beleid, trends en ontwikkelingen

De gemeente Nissewaard heeft in haar coalitieakkoord Samen voor elkaar aandacht voor sport en bewegen. Sport en bewegen zijn belangrijke instrumenten in de doelstellingen van het programma Thuis in de Wijk, waarin gestreefd wordt naar meer zorg en aandacht voor elkaar vóór er (gezondheids)problemen ontstaan. Sport en het verenigingsleven zijn belangrijke onderdelen binnen het welzijnsveld die de zorg kunnen ondersteunen. Vanuit het concept High Five is er specifieke aandacht voor beweging, naast de overige pijlers voeding, ontwikkeling, sociaal en maatschappelijk welzijn.

Binnen de gemeente Nissewaard is een team van 18 Combinatiefunctionarissen actief in wijken, scholen en verenigingen. De combinatiefunctionarissen zijn actief in de beleidsvelden sport, cultuur, natuur en milieu en sociaal cultureel. Hoofddoelstelling van de Combinatiefunctionarissen is een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling en ontplooiing van de inwoners en hun omgeving van de gemeente Nissewaard. Binnen het productenaanbod van de Combinatiefunctionarissen is dit vormgegeven met de naam: High Five. High Five draagt bij aan de gezondheid en het geluk van inwoners. High Five is de methodiek waarbij de thema's: ontwikkeling, duurzaam, beweging, sociaal en maatschappelijk centraal staan. Met High Five worden inwoners, scholen, verenigingen en vrijetijdsaanbieders van Nissewaard maatschappelijk in beweging gebracht om met elkaar een sociaal netwerk te creëren zodat iedere inwoner zich kan ontwikkelen en zich gezond en veilig voelt in een steeds veranderende samenleving. Zowel de inwoners als vrijetijdsaanbieders weten elkaar te vinden, te stimuleren, te motiveren en zelfstandigheid te ontwikkelen.

In 2020 heeft de gemeente Nissewaard een akkoord sport en bewegen opgesteld. Beweging maakt gezond. Fysiek, mentaal en sociaal. Mensen worden fitter en gelukkiger, verenigingen worden sterker, wijken worden aantrekkelijker, schoolprestaties worden beter, de sfeer op straat wordt gezelliger. Kortom: Nissewaard wordt nog leuker. Het beweegakkoord is van de samenleving zelf. Sportaanbieders, het onderwijs, sporters, zorg, welzijn, woningcorporaties, het bedrijfsleven en de gemeente trekken samen op. Gelet op het Nationale Sportakkoord, zijn de volgende thema's voor Nissewaard van belang:

- Armoede & bewegen: geld mag voor niemand een drempel zijn om te bewegen.
- Onderwijs & bewegen: we willen een doorlopende sportieve ontwikkellijn van 0 tot 18 jaar waarbij ruime aandacht is voor plezier, motorische vaardigheden, een brede sportoriëntatie en de rol en betrokkenheid van ouders.
- Inclusief sporten: het moet vanzelfsprekend zijn dat iedereen kan en mag sporten, al dan niet met ondersteuning, zonder rekening te houden met de verschillen op welk gebied dan ook. Kortom: iedereen doet mee!
- Vitaal aanbod: zorgen voor een breed aanbod waar we samen verantwoordelijk voor zijn. We maken optimaal gebruik van de beschikbare ruimte.
- Veilig sportklimaat: een veilige omgeving rondom de vereniging betekent een veilige cultuur. Verantwoord lesgeven. Fysieke veiligheid. En voorkomt ongewenst gedrag.
- Topsport: we faciliteren talentontwikkeling.

De fitnessmarkt bevindt zich momenteel in bijzondere tijden; nog nooit is de behoefte bij de consument zo groot geweest. Enerzijds heeft dit te maken met een maatschappelijke druk. Gemiddeld genomen beweegt een mens te weinig, leven te ongezond en is er dus behoefte om meer te gaan sporten. Anderzijds is er ook een sociale druk. De consument wil er goed uit blijven zien en sport wordt steeds meer een belangrijk onderdeel van een levensstijl. Deze vorm van sport blijft populair in Nederland (Rabobank, 2017). Op hoofdlijnen zijn de volgende trends waarneembaar:

- toenemende vraag naar persoonlijke begeleiding en training in kleine groepjes;
- flexibele abonnementen en contracten;
- toenemende behoefte aan een gezonde levensstijl met voedingsadvies;
- opkomst outdoor fitness;
- groei van het aantal sportevents;
- meer aandacht voor duurzaamheid in het bedrijfsleven;
- ketenvorming en als reactie hierop de opkomst van kleinschalige zelfstandige formules;
- integratie fitness, wellness en gezondheidscentra;

- opkomst van digitale clubs door inzet van apps.

Uit bovenstaande blijkt dat fitnesscentra steeds meer 'leisure' concepten gericht op spel, beleving en ontspanning aan het voorzieningenaanbod toevoegen en dus ook als zodanig benaderd kunnen worden.

4.2 Aanbod en te verwachten effecten

In Spijkenisse zijn verschillende fitnesscentra gevestigd (figuur 4.1). Fit For Free en Basic Fit zijn een van de goedkopere fitness-formules van Spijkenisse. Deze sportscholen hebben een uniforme formule door heel Nederland. Daarnaast zijn er verschillende lokale sportscholen aanwezig, met zowel fitness-aanbod als groepslessen. De sportscholen Sporting Club Aad de Hoog en sportschool-fitnesscentrum Richard de Bijl & Chita Gross bieden als onderdeel ook judo aan.



Figuur 4.1 Aanbod fitnesscentra Spijkenisse (ondergrond: TomTom Drive)

Uit onderzoek blijkt dat in Nederland 1.950 fitnesscentra zijn (Rabobank, 2018). Deze fitnesscentra hebben ruim 2,8 miljoen leden. Het gemiddeld aantal leden per fitnessclub betreft circa 1.500. Op een totale Nederlandse bevolking omvat de fitnessparticipatie 16,7%. Het primaire verzorgingsgebied gemeente Nissewaard heeft circa 85.000 inwoners. Dit betekent een potentieel van circa 14.000 leden. Gelet op het aantal leden per club levert dit een potentieel op van circa 9 fitnessclubs op. Op basis van het huidige aanbod en het richtinggevend gemiddelde sportaanbod is er nog ruimte voor toevoeging van een sportschool.

Ook wordt met de ontwikkeling een bijdrage geleverd aan een betere spreiding van het sportaanbod. Het meeste aanbod is in het noordelijk deel van Spijkenisse gevestigd.



4.3 Conclusie

Gelet op het belang van gezondheid en beweging voor de gemeente en de noodzakelijk bijdrage aan een gezond woon, werk en leefklimaat, wordt met de ontwikkeling ruimte geboden voor een sportschool, en judoschool. Dit sluit goed aan bij de ambities van de gemeente ten aanzien van sport en bewegen. Met het toevoegen van sportfaciliteiten in het oosten van Spijkenisse kunnen meer mensen op aanvaardbare afstand sporten.

5. LOCATIEAFWEGING

In dit hoofdstuk is de locatiekeuze voor de Korte Schenkeldijk 2 nader gemotiveerd. Hierbij komen de volgende aspecten aanbod:

- uitgangspunten en ruimtebehoefte tuincentrum;
- mogelijkheden voor inpassing of aansluiting op bestaande winkelgebieden;
- inpassing binnen huidige leegstand;
- ruimtelijke onderbouwing van de beoogde alternatieve locatie.

5.1 Uitgangspunten ruimtebehoefte beoogd tuincentrum

In het voorgaande hoofdstuk is het beoogde concept voor het tuincentrum nader onderbouwd. Het beoogde tuincentrum aan de Korte Schenkeldijk heeft een omvang van 3.153 m² bvo (2.943 m² wvo) met daarbij 376 m² bvo aan horeca.

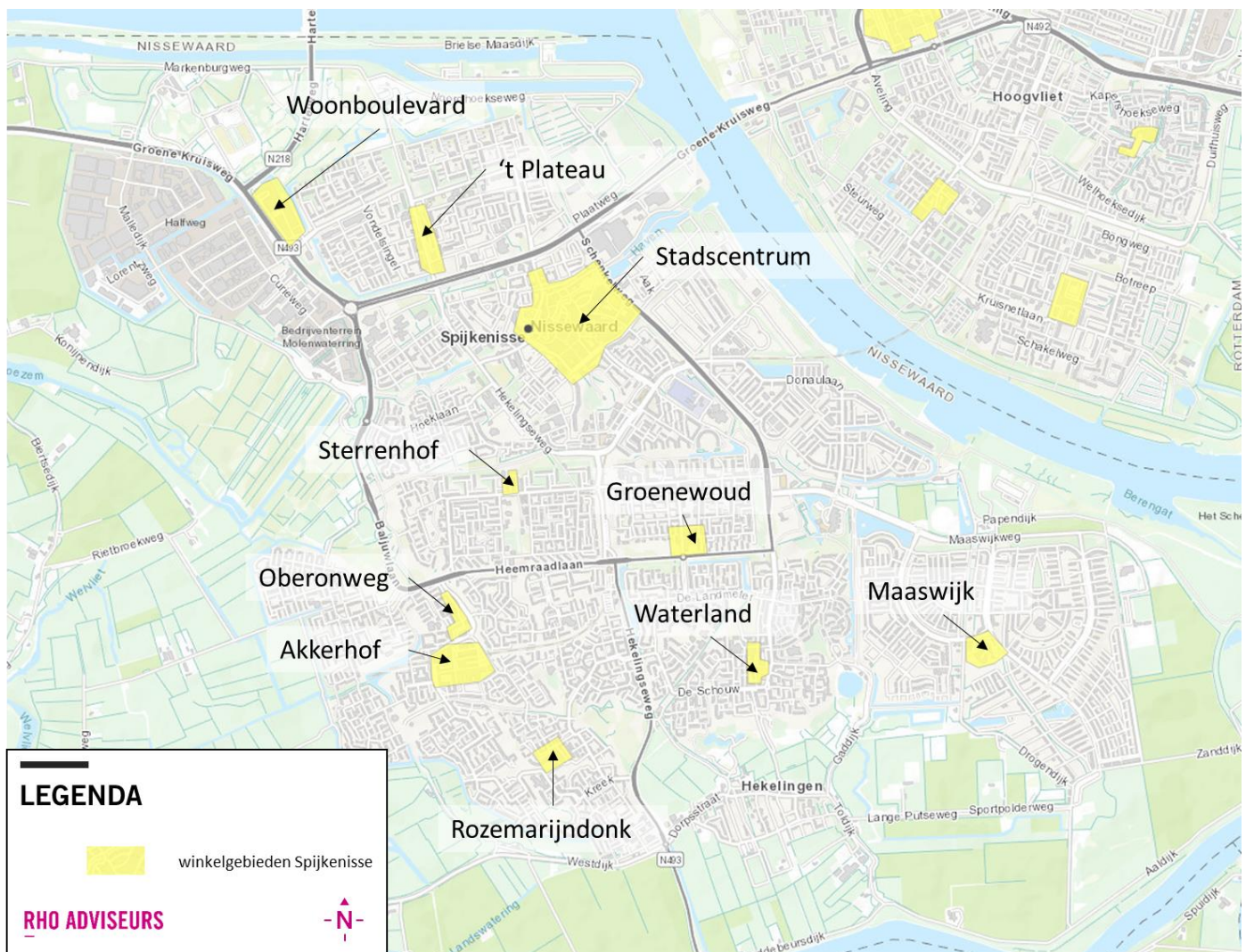
Doorgaans beschikt een tuincentrum over een eigen parkeerterrein. Uitgaande van de beoogde locatie is de parkeerbehoefte 2,6 parkeerplaatsen per 100 m² bvo (matig stedelijk/rest bebouwde kom; CROW-kengetallen 381, 2019). De parkeerbehoefte van een tuincentrum is daarmee 82 parkeerplaatsen. Het ruimtebeslag van een parkeerplaats is gemiddeld 25 m² (incl. manoeuvreerruimte en ruimtelijke inpassing). Uitgaande van minimaal 82 parkeerplaatsen is 2.050 m² benodigd voor het parkeren. Het totale ruimtebeslag voor een tuincentrum (winkel + parkeren) komt daarmee op minimaal **5.170 m²**.

5.2 Mogelijkheden voor inpassing / aansluiting bestaande winkelstructuur Spijkenisse

In de Omgevingsvisie van de provincie Zuid-Holland (2019) is aangegeven dat nieuwe detailhandel primair binnen of aansluitend aan een bestaande winkelconcentratie moet worden gerealiseerd. Uit de toetsing aan het provinciaal – en regionaal detailhandelsbeleid blijkt dat een tuincentrum behoort tot de uitzonderingen van detailhandel die buiten de reguliere winkelgebieden zijn toegestaan (zie hoofdstuk 2). Een tuincentrum past qua aard en omvang vaak niet in het centrum en mag zich daardoor buiten de bestaande winkelcentra vestigen. Conform het regionale beleid moet aangetoond worden dat een ontwikkeling niet binnen of aangrenzend op de reguliere winkelstructuur kan worden ingepast.

In deze paragraaf zijn de mogelijkheden per winkelgebied in Spijkenisse verkend. Er wordt een onderscheid gemaakt in de volgende winkelgebieden (figuur 5.1):

- Hoofdwinkelgebied (recreatief winkelen): stadscentrum.
- Wijk- en buurtcentra (boodschappen doen): Akkerhof, Groenewoud, Maaswijk, 't Plateau, Rozemarijndonk, Sterrenhof en Waterland.
- PDV (doelgerichte aankopen): Woonboulevard Spijkenisse (concentratiegebied), Oberonweg, Iepenlaan en verspreide bewinkeling.



Figuur 5.1 Winkelgebieden Spijkensisse (bron: Locatus, 2020)

De gemeente Nissewaard heeft in haar Detailhandelsvisie (2016) een aantal beleidsuitgangspunten geformuleerd. Voor het streven naar een evenwichtige, duurzame en toekomstbestendige detailhandelsstructuur stelt de gemeente de volgende uitgangspunten ten aanzien van detailhandelslocaties:

1. Juiste aanbod op de juiste plaats:
 - a. Balans tussen type winkelgebied (verzorgingsfunctie) en winkelaanbod, afgestemd op de verzorgingsreikwijdte (centrum, wijk, kern, lokaal, regionaal, bovenregionaal).
 - b. Aanbod moet aansluiten bij consumentengedrag en verwachtingspatroon (complementariteit en samenhang).
2. Prioriteit recreatief winkelaanbod en functiemix ligt bij het stadscentrum Spijkensisse.
3. Prioriteit dagelijks winkelaanbod ligt bij de wijk-, buurt- en dorpscentra.
4. Prioriteit laagfrequent, doelgerichte aankopen ligt bij de woonboulevard.

Op basis van deze beleidsuitgangspunten zijn de vestigingsmogelijkheden voor een tuincentrum onderzocht in het stadscentrum en de PDV-locaties in Spijkensisse, omdat de hoofdbranche 'plant & dier' wordt aangemerkt als niet-dagelijkse detailhandel.

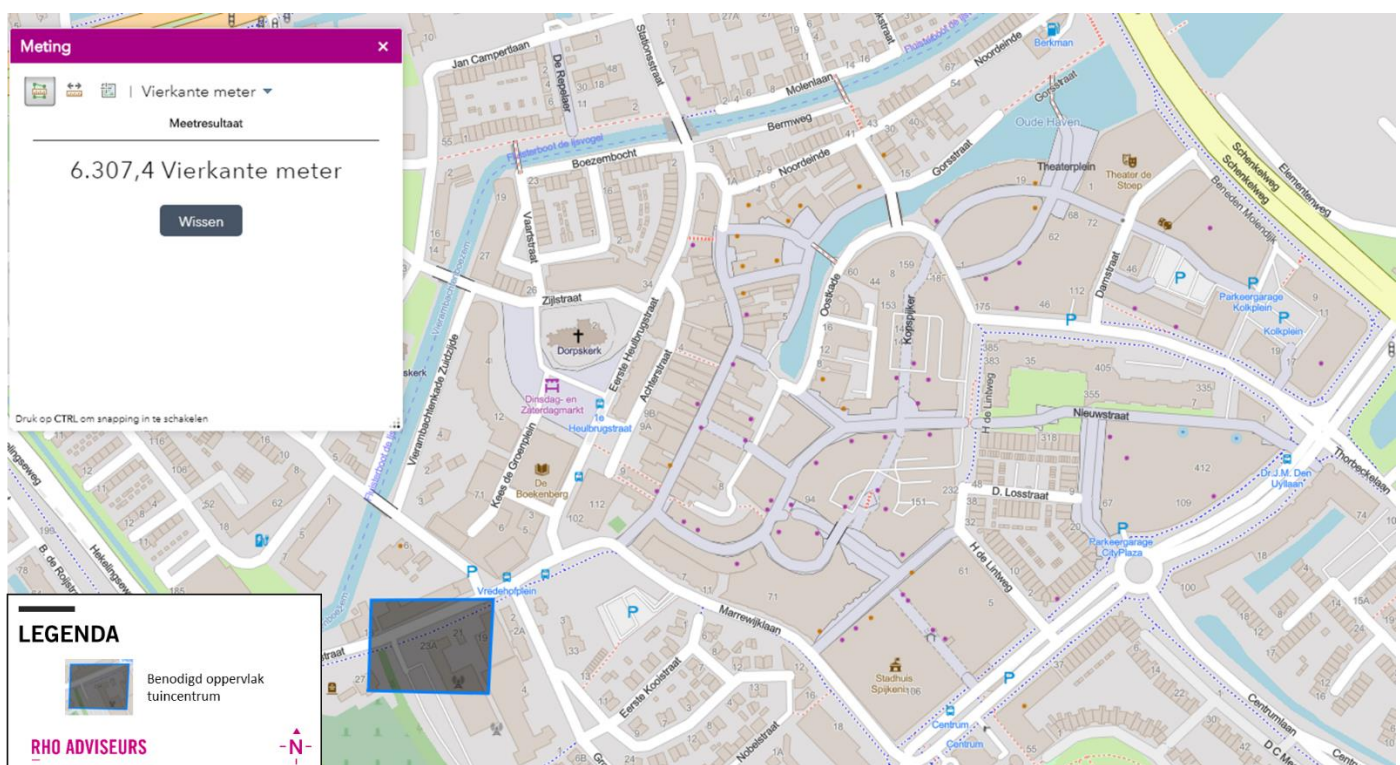
HOOFDWINKELGEBIED: STADSCENTRUM

Binnen Spijkenisse is het stadscentrum het hoofdwinkelgebied. Hier wordt ingezet op het bezoeks-motief recreatief winkelen. Binnen het centrum zijn een aantal deelgebieden te onderscheiden. Winkelcentrum De Kopspijker is het grootste winkelcentrum. Daarnaast is er ook nog winkelaanbod gevestigd aan het Kolkplein. Het Kolkplein is door de provincie aangewezen als perifeer detailhandelscluster. Omdat in het centrum momenteel veel leegstand is heeft de gemeente de ambitie om het winkelgebied kleiner te maken. Daarom werkt de gemeente Nissewaard samen met de provincie Zuid-Holland aan het kleiner maken van winkelgebied Kolkplein. Een deel van het Kolkplein zal worden getransformeerd naar woningbouw, waardoor een deel van het gevestigde aanbod zal moeten verhuizen binnen Spijkenisse. Met de sloop van de winkelpanden verdwijnt er 7.700 m² detailhandel. Action en Big Bazaar verhuizen bijvoorbeeld naar winkelcentrum De Kopspijker. Voor Franc's Dierenshop XL is nog geen passende locatie gevonden.

MOGELIJKHEDEN VOOR INPASSING TUINCENTRUM IN STADSCENTRUM

Tuincentra zijn van oudsher in de periferie gevestigd, vanwege de verkoop van goederen die in overwegende mate volumineus zijn, en vanwege de aard van de goederen (verkoop van planten in de open lucht en kassen). De provincie geeft daarvoor ook aan dan tuincentra een uitzondering vormen op het concentratiebeleid. Wel zijn in het kader van een goede ruimtelijke ordening de mogelijkheden voor een tuincentrum in het stadscentrum in beeld gebracht.

In figuur 5.2 is het benodigde ruimtegebruik voor een tuincentrum geprojecteerd op het centrumgebied van Spijkenisse. Het benodigde oppervlak komt overeen met het oppervlak van het gemeentehuis. Een dergelijk oppervlak is momenteel niet voor handen binnen het centrum. Het centrum van Spijkenisse wordt gekenmerkt door de hoge dichtheden aan bebouwing. Aan de rand van het centrum ligt De Haven als potentiële ontwikkelingslocatie. Hier is echter al een woningbouw voorzien. Daarnaast wordt juist gewerkt aan het verkleinen van het hoofdwinkelgebied, niet aan de uitbreiding van het winkelgebied. De beoogde transformatie van het Kolkplein is hier een voorbeeld van.



Figuur 5.2 Inschatting benodigd ruimtegebruik tuincentrum i.r.t. stadscentrum

Tevens is gekeken of een tuincentrum binnen het centrumgebied kan worden ingepast. In het centrum staan momenteel 63 panden leeg met een gezamenlijk oppervlak van 18.542 m² wvo (Locatus, 2021). De leegstand is echter versnipperd, zoals is te zien in figuur 5.3.



Figuur 5.3 Aanbod winkelpanden centrum Spijkenisse (bron: Funda in Business, per 10 februari 2021)

De gemiddelde omvang per leegstaande winkelruimte is 286 m² bvo (Funda in Business, 2021). Het grootste winkelpand wat momenteel beschikbaar is heeft een omvang van 900 m² bvo (winkelcentrum Kopspijker). Dit is te klein voor een tuincentrum. De locatie kan ook niet worden uitgebreid omdat deze midden in een winkelcentrum ligt. Herontwikkeling van een (deel) van het centrumgebied is bijzonder complex, vanwege de stedenbouwkundige context (hoge bebouwingsdichtheid en versnipperd eigendom). Tot slot kan op veel locaties in het centrum niet worden voldaan aan de eis van een tuincentrum ten aanzien van parkeren voor de deur. Voor de bedrijfsvoering is het essentieel dat de parkeerplaats nabij de winkel is, vanwege de verkoop van het (deels) volumineuze assortiment.

Geconcludeerd wordt dat het centrumgebied geen ontwikkelingsruimte biedt voor een tuincentrum.

PDV-LOCATIES

In de detailhandelsvisie van de gemeente Nissewaard wordt de behoefte onderkend dat er een toenemende vraag is naar perifere locaties. Traditionele winkellocaties kunnen slechts tot een bepaalde grens schaalvergroting accommoderen, wat bijvoorbeeld blijkt uit de voorgaande locatiestudie. Het perifere detailhandelsaanbod in de gemeente Nissewaard bevindt zich voornamelijk bij woonboulevard Spijkenisse. In de detailhandelsvisie Nissewaard wordt voor het koopgedrag onderscheid gemaakt in de categorieën boodschappen doen, recreatief winkelen en doelgerichte (laagfrequente) aankopen. Dit is vervolgens gebonden aan het locatietype (verzorgingscategorie) van de winkelgebieden.

Het beoogde tuincentrum behoort tot de categorie 'doelgerichte aankopen', binnen de branchering 'plant en dier'. Een aantal gebieden in Nissewaard zijn aangewezen als kleinschalige geclusterde perifere detailhandelslocaties (o.a. Iepenlaan, Oberonweg). Daarnaast zijn er een klein aantal solitaire bouwmarkten en tuincentra (o.a. plantenhal Zuidland, Praxis; tabel 5.1). Voor dit type detailhandel zijn eerder uitzonderingen gemaakt op solitaire locaties in de gemeente

Tabel 5.1 Structuur ‘Doelgerichte aankopen’ detailhandel gemeente Nissewaard (bron: Detailhandelsvisie Nissewaard, 2016)

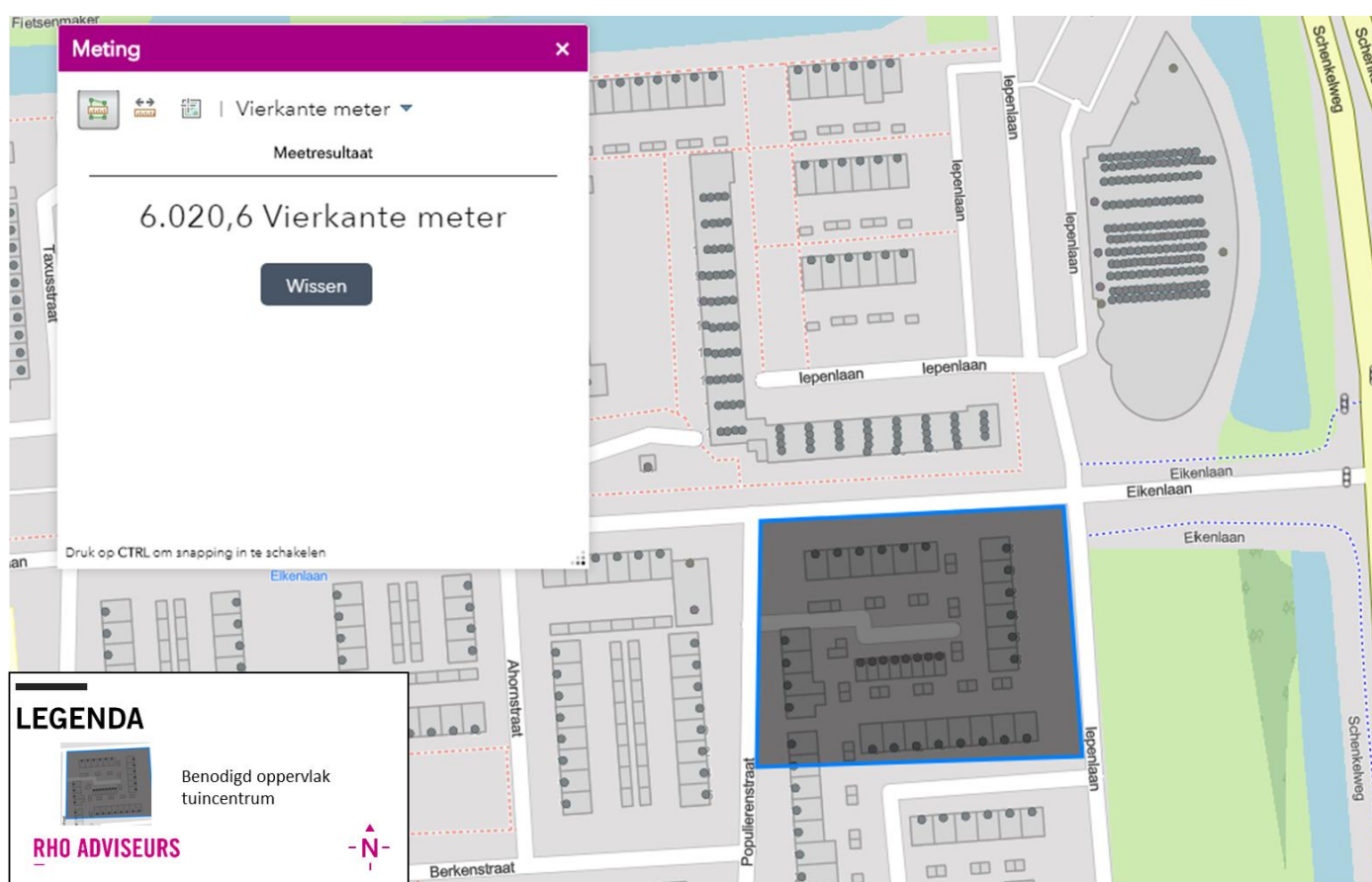
Type winkelaanbod	Branchering	Aanbod behoort primair tot verzorgingscategorie:
Doelgerichte aankopen	Plant en dier Bruin en witgoed Auto en fiets Doe-het-zelf Wonen Detailhandel overig	Perifere detailhandel concentratie: • Woonboulevard Spijkenisse Perifeer aanbod: • Iepenlaan en Oberonweg, solitaire bouwmarkten en overig

MOGELIJKHEDEN VOOR INPASSING TUINCENTRUM IN PDV-GEBIED

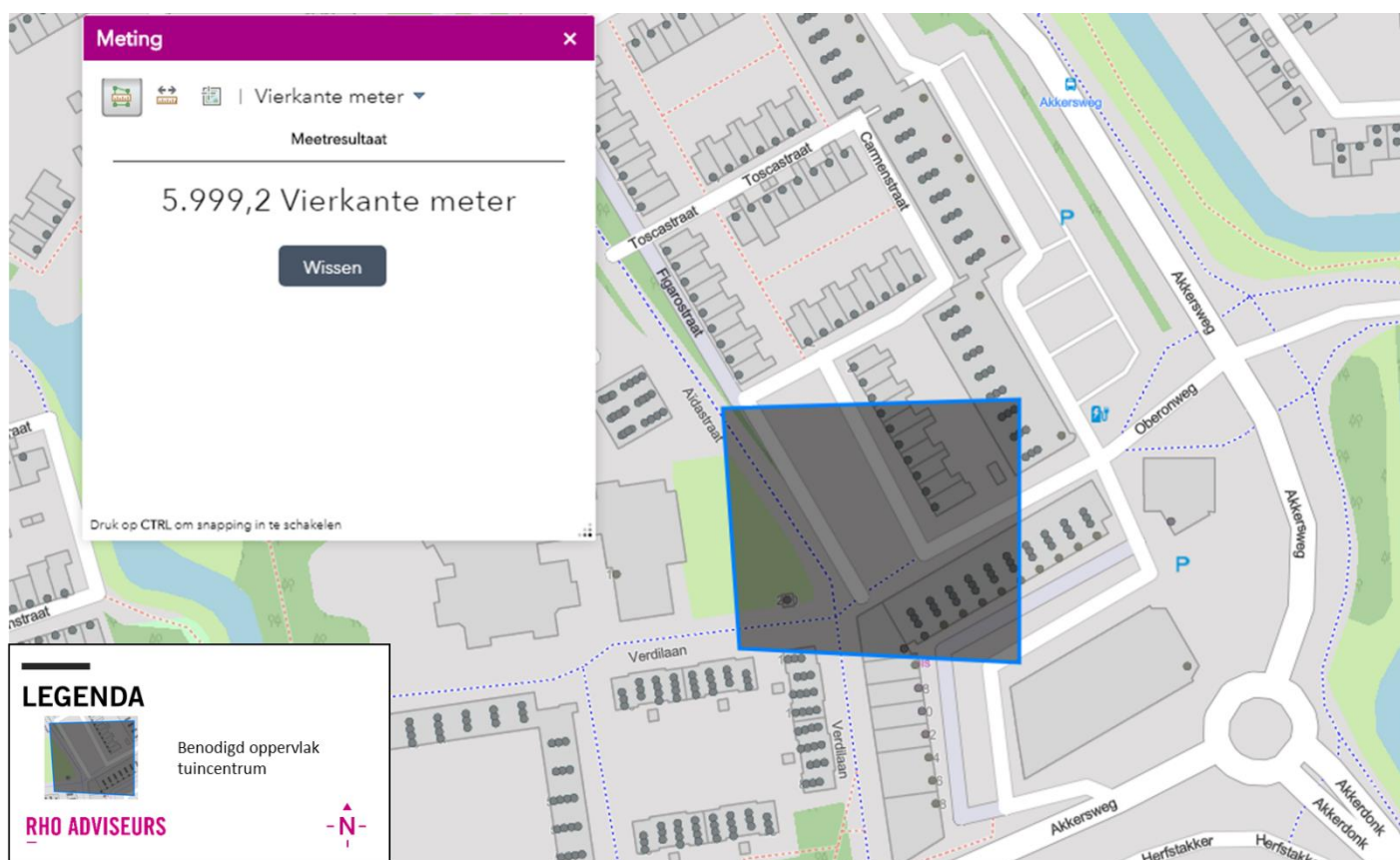
Voor perifere detailhandel wordt gestreefd naar clustering op de woonboulevard. Op de woonboulevard staan momenteel geen panden leeg. Op het bedrijventerrein Halfweg aan de westzijde van de woonboulevard staat wel een winkelpand te huur aangeboden. Dit betreft een autoshowroom met een oppervlakte van 1.655 m². Dit is niet groot genoeg voor het tuincentrum. Op het eigen terrein is ook niet voldoende ruimte voor parkeren. Ruimtelijk zijn er wel mogelijkheden om naastgelegen percelen erbij te betrekken, maar beleidsmatig is hier echter geen detailhandel toegestaan.

Als wordt gekeken naar de overige PDV-locaties, Iepenlaan en Oberonweg, dan wordt geconcludeerd dat er enerzijds geen leegstand wordt geregistreerd en anderzijds onvoldoende ruimte is voor een tuincentrum mét voldoende parkeren (figuren 5.4 en 5.5). Beide winkelgebieden bieden geen ontwikkelruimte voor een tuincentrum. Herontwikkeling van de locaties Iepenlaan en Oberonweg is geen haalbare casus omdat boven de winkelruimten wordt gewoond.

Op basis van de locatiestudie wordt geconcludeerd dat er momenteel geen ruimte is binnen de reguliere PDV-gebieden in Spijkenisse voor een tuincentrum.



Figuur 5.4 Inschatting benodigd ruimtegebruik tuincentrum i.r.t. PDV-locatie Iepenlaan



Figuur 5.5 Inschatting benodigd ruimtegebruik tuincentrum i.r.t. PDV-locatie Oberonweg

5.3 Ruimtelijke onderbouwing locatie Korte Schenkeldijk 2 Spijkenisse

In hoofdstuk 3 is onderbouwd dat er ruim voldoende marktruimte is voor een tuincentrum in Spijkenisse. Conform het vigerende provinciale -, regionale – en gemeentelijke detailhandelsbeleid zijn in paragraaf 5.2 allereerst de mogelijkheden onderzocht om een tuincentrum in te passen binnen de hoofdwinkelstructuur van Spijkenisse. Omdat een tuincentrum binnen de afwijkingsregels van de provinciale Omgevingsverordening valt, kan het tuincentrum zich buiten het bestaande winkelstructuur van Spijkenisse vestigen. Vanuit ruimtelijk – en functioneel opzicht is de Korte Schenkeldijk 2 een geschikte alternatieve vestigingslocatie voor een tuincentrum, zonder afbreuk te doen aan de reguliere winkelgebieden. Op de locatie is voldoende ruimte voor het totaalconcept.

BEREIKBAARHEID EN VERKEERSBEWEGINGEN

Wegens de aard en omvang van de goederen die verkocht worden in een tuincentrum moet een dergelijke functie goed bereikbaar zijn voor automobilisten. Daarnaast moet het parkeerterrein ruim genoeg zijn voor eventuele bezoekers met een aanhanger of bus. Deze automobilisten kunnen het tuincentrum via de Maaswijkweg bereiken en hebben aan de zuidzijde van het beoogde pand voldoende parkeervoorzieningen. In totaal worden er 208 parkeerplaatsen voorzien op het terrein, waardoor wordt voldaan aan de CROW-parkeernorm.

Naast een goede bereikbaarheid per auto, biedt de locatie ook mogelijkheden voor fietsverkeer. Fietsers kunnen het projectgebied aan de noord-/westzijde bereiken, ter plaatse van fietsknooppunt 20. Hiermee komen fietsbezoekers het terrein altijd binnen via de horecavoorziening. De combinatie van het tuincentrum en horeca met een terras zorgt voor een hoger bezoekpotentieel. Fietsknooppunt 20 is een start- en eindpunt van verschillende fietsroutes.

Met de beoogde ontwikkeling van een tuincentrum aan de Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse wordt verwacht dat het aantal verkeersbewegingen afneemt naar tuincentra buiten de gemeente. Nu rijden auto's met aanhangwagens (bijv. met planten) over de Groene Kruisweg naar andere locaties buiten de gemeente. Gelet op de verkeersproblematiek op het eiland



Voorne-Putten is dat niet gewenst i.v.m. de bruggen en de wachttijden. Binnen het verzorgingsgebied heeft de projectlocatie en gunstige ligging aan de Maaswijkgeweg, ook voor de wijken in Spijkenisse met de relatief grotere tuinen.

RUIMTELIJKE KWALITEIT

Zoals in figuur 3.1 te zien is, heeft het beoogde pand door de materialisering en het gebruik van kassen een landelijke uitstraling heeft en past het daarmee binnen het open en landelijke karakter van de beoogde locatie aan de rand van de bebouwde kom in Spijkenisse.

CONCLUSIE LOCATIEAFWEGING

De locatie Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse is een geschikte alternatieve vestigingslocatie voor een tuincentrum.

5.4 Conclusie

Rekening houdend met de vigerende beleidskaders (hoofdstuk 2) zijn in dit hoofdstuk de mogelijkheden onderzocht om een tuincentrum in te passen binnen de reguliere winkelstructuur. Uit de analyse blijkt dat dit geen haalbare zaak is. Een tuincentrum heeft een groot ruimtebeslag en een grote parkeerbehoefte. Daarom geldt voor tuincentra een uitzonderingsregel, waardoor dit soort winkels zich solitair kunnen vestigen.

Vanuit ruimtelijk oogpunt is de locatie Korte Schenkeldijk 2 een geschikt alternatief. De combinatie van een tuincentrum met horeca is kansrijk vanuit het doelgerichte bezoekmotief, maar ook vanuit ruimtelijk oogpunt op de locatie Korte Schenkeldijk 2 vanwege de goede bereikbaarheid. Het ontwerp sluit aan op de landschappelijke omgeving van de projectlocatie.

6. CONCLUSIE

In deze rapportage is de beoogde ontwikkeling van het tuincentrum en de sportfunctie aan de Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse beoordeeld in het kader van de ladder voor duurzame verstedelijking en de Omgevingsverordening van de provincie Zuid-Holland.

Uit de toetsing aan het provinciaal beleid blijkt dat een tuincentrum behoort tot de uitzonderingen van detailhandel die buiten de reguliere winkelgebieden zijn toegestaan. Een tuincentrum past qua aard en omvang niet in het centrum en mag zich daardoor buiten de bestaande centra vestigen.

De gemeente Nissewaard noemt in haar detailhandelsvisie dat de ontwikkeling van nieuwe winkelmeters in het algemeen ongewenst is wegens het gebrek aan marktruimte in de niet-dagelijkse goederensector. Dit geldt echter niet voor de branches 'plant & dier' en horeca. Momenteel is nog geen volwaardig tuincentrum gevestigd binnen het marktgebied gemeente Nissewaard. De behoefte is kwantitatief onderbouwd in hoofdstuk 3 voor zowel de detailhandelsfunctie als de ondersteunende horecafunctie. Als gevolg van de ontwikkeling worden bij deze marktomstandigheden geen onaanvaardbare effecten verwacht op het woon-, leef- en ondernemersklimaat in de gemeente Nissewaard. Ook is er zowel kwalitatief als kwantitatief behoefte aan uitbreiding van het sportaanbod in de gemeente. Met de ontwikkeling van een sportschool en een judoschool kan hier een bijdrage aan geleverd worden.

Hiertoe is een uitgebreide locatieafweging gemaakt. De beoogde ontwikkeling kan momenteel niet worden ingepast binnen de reguliere winkelstructuur of de woonboulevard in Spijkenisse. In hoofdstuk 5 zijn de mogelijkheden onderzocht voor de inpassing van een tuincentrum in de reguliere winkelstructuur. Geconcludeerd wordt dat deze ruimte niet beschikbaar is. Vanuit ruimtelijk oogpunt is de Korte Schenkeldijk een geschikt alternatief. De locatie is groot genoeg voor het gewenste programma, is goed bereikbaar voor meerdere verkeersmodaliteiten en biedt ruimte aan voldoende parkeerplaatsen. Ook is de ligging strategisch binnen het verzorgingsgebied. De locatie maakt onderdeel uit van het hoofdwegennet, maar ook van de beleidsmatig gewenste recreatieve verbindingroutes. De ruimtelijke – en landschappelijke inpassing is passend bij de omgeving.

Geconcludeerd wordt dat de beoogde ontwikkeling van het tuincentrum en sportfunctie op de locatie Korte Schenkeldijk 2 in Spijkenisse voldoet aan de uitgangspunten van de ladder voor duurzame verstedelijking. Met de ontwikkeling is sprake van zorgvuldig ruimtegebruik.

Bijlage 1 Branche-indeling Locatus

Branche-indeling Locatus

Groep

00-Leegstand

Hoofdbranche

00.000-Leegstand

Branche

00.000.000-Leegstand

Groep

11-Dagelijks

Hoofdbranche

11.010-Levensmiddelen

Branche

11.010.005-Diepvriesart

11.010.012-Groente/Fr

11.010.111-Bakker

11.010.112-Vlaaien

11.010.120-Buitenl Ov

11.010.123-Toko

11.010.132-Chocola

11.010.137-Koffie/Thee

11.010.141-Delicatessen

11.010.261-Kaas

11.010.309-Minisuper

11.010.350-Nachtwinkel

11.010.399-Poelier

11.010.423-Reform

11.010.471-Slagerij

11.010.477-Slijter

11.010.519-Supermarkt

11.010.522-Tabak/Lect

11.010.555-Tabak speciaalzaak

11.010.588-Vis

11.010.657-Zoetwaren

11.010.912-Ziekenh Wink

11.010.950-Levensmid Ov

Hoofdbranche

11.020-Persoonlijke Verzorging

Branche

11.020.024-Apotheek

11.020.156-Drogist

11.020.393-Parfumerie

11.020.395-Haarproducten

11.020.950-Pers Verz Ov

Branche-indeling Locatus

Groep

22-Mode & Luxe

Hoofdbranche

22.030-Warenhuis

Branche

22.030.618-Warenhuis

Hoofdbranche

22.040-Kleding & Mode

Branche

22.040.072-Beenmode
22.040.093-Bont
22.040.114-Bruidskled
22.040.135-Damesmode
22.040.138-D&H Mode
22.040.216-Herenmode
22.040.258-Kindermode
22.040.324-Leermode
22.040.330-Lingerie
22.040.360-Modeaccess
22.040.495-Sportkleding
22.040.543-Textielsuper
22.040.546-Modewarenh

Hoofdbranche

22.050-Schoenen & Lederwaren

Branche

22.050.321-Lederwaren
22.050.453-Schoenen

Hoofdbranche

22.060-Juwelier & Optiek

Branche

22.060.252-Juwelier
22.060.570-Uurwerken
22.060.770-Optiek

Hoofdbranche

22.070-Huishoudelijke- & Luxe Ar

Branche

22.070.207-Glas/Aardew
22.070.240-Huishoud Art
22.070.243-Huish linnen
22.070.264-Cadeau-Art
22.070.288-Kookwinkel
22.070.301-Rotan/Rietw

Hoofdbranche

22.080-Antiek & Kunst

Branche

22.080.021-Antiek
22.080.312-Kunsthandel

Branche-indeling Locatus

Groep

35-Vrije Tijd

Hoofdbranche

35.100-Sport & Spel

Branche

35.100.125-Buitensport
35.100.444-Ruitersport
35.100.486-Speelgoed
35.100.487-Modelbouw
35.100.492-Sportzaak
35.100.591-Hengelsport
35.100.627-Watersport
35.100.950-Sport Spec

Hoofdbranche

35.110-Hobby

Branche

35.110.165-Electronica
35.110.189-Foto/Film
35.110.227-Handvaardigh
35.110.228-Wol/Handwerk
35.110.366-Munten/Postz
35.110.372-Muziekinstr
35.110.375-Naaimachines
35.110.510-Stoffen

Hoofdbranche

35.120-Media

Branche

35.120.090-Boekhandel
35.120.091-Stripboeken
35.120.129-Beeld/Geluid
35.120.180-Softwr/Games
35.120.276-Kantoorart
35.120.411-Poster/Kaart
35.120.750-Boek&Kantoor
35.120.760-Inktvullers

Groep

37-In/Om Huis

Hoofdbranche

37.130-Plant & Dier

Branche

37.130.027-Aquariums
37.130.087-Bloem/Plant
37.130.147-Dibevo
37.130.555-Tuinartikelen
37.130.558-Tuincentrum
37.130.559-Tuinmeubelen

Hoofdbranche

37.150-Bruin & Witgoed

Branche

37.150.117-Radio & Tv
37.150.130-Computers
37.150.231-Huishoud Ond
37.150.537-Telecom
37.150.639-Witgoed
37.150.642-Electro

Hoofdbranche

37.160-Auto & Fiets

Branche

37.160.039-Automaterialen
37.160.043-Car HiFi
37.160.177-Rijwielen

Hoofdbranche

37.170-Doe-Het-Zelf

Branche

37.170.096-Bouwmarkt
37.170.099-Bouw materiaal
37.170.100-Sauna/Zwembad
37.170.102-Deur/Kozijn
37.170.108-Breedpakket
37.170.237-Hout
37.170.249-IJzerw&Gereed
37.170.280-Sanitairmat
37.170.576-Verf/Behang

Branche-indeling Locatus

Hoofdbranche

37.180-Wonen

Branche

37.180.054-Babywoonwinkel
37.180.066-Slaapkam/Bed
37.180.291-Keukens
37.180.348-Meubelen
37.180.350-Woonwarenh
37.180.381-Oost Tapijten
37.180.440-Keukens/Badk
37.180.447-Badkamers
37.180.579-Verlichting
37.180.630-Parket/Lamin
37.180.635-Tegels
37.180.645-Woninginr
37.180.648-Woningtext
37.180.651-Woondecorat
37.180.663-Zonwering

Groep

38-Detailh Overig

Hoofdbranche

38.200-Detailhandel Overig

Branche

38.200.003-2Eh Diversen
38.200.013-2Eh Kleding
38.200.033-2Eh Boeken
38.200.140-Automatiek
38.200.153-Partijgoed
38.200.154-Legerdump
38.200.174-Feestartikel
38.200.225-Paramedisch
38.200.226-Hoortoestel
38.200.433-New Age
38.200.451-Growshop
38.200.468-Erotica
38.200.501-Sportprijzen
38.200.610-Souvenirs
38.200.905-Odd-Shops
38.200.910-Haarden/Kach
38.200.920-Natuursteen
38.200.950-Non-Food Ov

Branche-indeling Locatus

Groep

45-Transp&Brand

Hoofdbranche

45.203-Automotive

Branche

45.203.020-Autosloperij
45.203.045-Carparts
45.203.126-Caravans/Aanh
45.203.128-Boten
45.203.242-Autodealer
45.203.243-Autoruiten
45.203.269-Autoschade
45.203.270-Garagebedr
45.203.365-Motorfietsen

Hoofdbranche

45.205-Brandstoffen

Branche

45.205.528-Tankstation
45.205.535-Brandstoffen

Groep

59-Leisure

Hoofdbranche

59.210-Horeca

Branche

59.210.123-Café
59.210.127-Koffiehuis
59.210.150-Discotheek
59.210.155-Seks/Nachtclubs
59.210.171-Fastfood
59.210.180-Bezorg/Halen
59.210.215-Grillroom/Sh
59.210.234-Hotel
59.210.235-Hotel-Rest
59.210.246-IJssalon
59.210.333-Lunchroom
59.210.392-Pannenkoeken
59.210.430-Café-Restaurant
59.210.434-Restaurant
59.210.465-Partycentrum
59.210.950-Horeca Ov

Hoofdbranche

59.220-Cultuur

Branche

59.220.075-Bibliotheek
59.220.081-Bioscoop
59.220.198-Galerie
59.220.318-Kunstuitleen
59.220.369-Museum
59.220.549-Theater

Branche-indeling Locatus

Hoofdbranche

59.230-Ontspanning

Branche

59.230.018-Amusementhal
59.230.020-Attractiepark
59.230.028-Casino
59.230.070-Beurs/tentoonstelling
59.230.078-Biljart/Pool
59.230.080-Binnenspeeltuin
59.230.102-Bowling
59.230.150-Dierentuin
59.230.200-Fitness
59.230.265-Kartbaan
59.230.285-Kegelen
59.230.290-Klimwand
59.230.295-Kunstijsbaan
59.230.310-Lasergame
59.230.570-Sauna
59.230.590-Skibaan
59.230.600-Wedkantoor
59.230.660-Zonbank
59.230.700-Zwembad
59.230.950-Amusement Ov

Groep

65-Diensten

Hoofdbranche

65.250-Verhuur

Branche

65.250.033-Videotheek
65.250.048-Autoverhuur
65.250.111-Rijwielverhuur
65.250.204-Gereeds Verh
65.250.950-Verhuur Ov

Hoofdbranche

65.260-Ambacht

Branche

65.260.213-Edelsmid
65.260.222-Schoenrep/sleutels
65.260.230-Kapper
65.260.235-Tatoe/Pierc
65.260.240-Schoonheidss
65.260.294-Kledingrep
65.260.301-Stoffeerderij
65.260.336-Kleermaker
65.260.431-Pottenbakker
65.260.445-Electro Rep
65.260.462-Druk/Copy
65.260.465-Foto-ontwik
65.260.501-Dierentrimsalon
65.260.630-Lijstenmaker
65.260.950-Ambacht Ov

Hoofdbranche

65.280-Financiële Instelling

Branche

65.280.030-Finan Interm
65.280.050-Verzekeringw
65.280.063-Bank
65.280.410-Postkantoor

Branche-indeling Locatus

Hoofdbranche

65.290-Particuliere Dienstverlen

Branche

65.290.073-Bellen-Internet

65.290.195-Fotostudio

65.290.340-Makelaardij

65.290.427-Autowasserij

65.290.428-Autopoetsbedrijf

65.290.430-Fietsenstalling

65.290.624-Stomerij/Wassalon

65.290.865-Reisburo

65.290.878-Uitzendburo

65.290.930-Uitvaart

65.290.950-Diensten Ov

65.290.960-Dienstencheque
