

Soesterberg, Actualisatie DPO en advies invulling strategische locaties in centrum

Gemeente Soest

Eindrapport



Soesterberg, Actualisatie DPO en advies invulling strategische locaties in centrum

Gemeente Soest

Eindrapport

Rapportnummer:	203X01299.086259_10
Datum:	18 maart 2016
Opdrachtgever:	Gemeente Soest
Contactpersoon:	Dhr. M. Hamurcu
Projectteam BRO:	Jan Carel Jansen Venneboer, Daan Goos
Trefwoorden:	DPO, Soesterberg, actualisatie, toekomst, terrein hoek Kampweg en Banningstraat
Bron foto kافت:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	In dit onderzoek worden de detailhandel en overige voorzieningen van Soesterberg geanalyseerd. Dit in het kader van een actualisatie van het DPO uit 2011. Hieraan is behoefte gezien o.a. de gemeentelijke wens om het terrein hoek Kampweg en Banningstraat te ontwikkelen, inclusief ruimte voor een maatschappelijk/commerciële invulling.

BRO
Hoofdvestiging
Postbus 4
5280 AA Boxtel
Bosscheweg 107
5282 WV Boxtel
T +31 (0)411 850 400
F +31 (0)411 850 401
E info@bro.nl

Inhoudsopgave	pagina
1.INLEIDING	2
1.1 Aanleiding en vraagstelling	2
2.ACTUALISATIE AANBOD- EN VRAAGSTRUCTUUR	4
2.1 Aanbodanalyse Kern Soesterberg	4
2.2 Aanbodanalyse centrum Soesterberg	7
2.3 Trends en ontwikkelingen	10
2.4 Plannen en initiatieven	13
2.5 Draagvlak voorzieningen	14
2.6 Huidig functioneren centrum Soesterberg	15
2.7 Marktruimte in centrum Soesterberg	16
2.8 Brancheringsvoorstel centrum Soesterberg	18
3.TOEKOMSTVISIE CENTRUM SOESTERBERG	21
3.1 Positionering en algemene uitgangspunten	21
3.2 Brancheringskansen sleutel-locaties	23
4.BEANTWOORDING ONDERZOEKSVRAGEN	28
5.LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING	30
BIJLAGEN	
Bijlage 1: Trends in horeca en dienstverlening	1
Bijlage 2: Voorbeelden branches dienstverlening	4
Bijlage 3: Begrippenlijst	5

1. INLEIDING

1.1 Aanleiding en vraagstelling

Achtergrond

Soesterberg staat aan de vooravond van een bevolkingsgroei van ca. 6.300 inwoners nu tot ca. 9.000-9.500 inwoners in 2025. Deze ontwikkeling is het gevolg van de sluiting van de vliegbasis, waardoor het gebied ruimtelijk “op slot” zat. De komende jaren worden veel nieuwe woningen gebouwd. In Nederland is een dergelijke groei vrij ongebruikelijk voor een dorp van deze omvang. Dit biedt dan ook kansen voor de uitbreiding van de detailhandel en de voorzieningen in de kern.

In dit licht heeft de gemeente Soest besloten dat er een nieuw bestemmingsplan ‘Dorps-hart’ moet worden opgesteld, waarin ruimte wordt geboden aan deze uitbreiding. Binnen dit kader is tevens besloten dat het terrein hoek Kampweg/Banningstraat direct gelegen naast het centrum, wordt ontwikkeld. Er wordt ruimte ingericht voor een pleinfunctie en maximaal 900 m² voor een maatschappelijk/commerciële invulling (kaart 1.1). Met maatschappelijke invulling wordt bijvoorbeeld een bibliotheek of een ontmoetingsruimte bedoeld. Met commerciële invulling worden detailhandel, horeca/leisure en andere commerciële voorzieningen bedoeld. In het vervolg van onderhavige rapportage wordt steeds gesproken van een maatschappelijke en/of commerciële invulling. Ook wordt ruimte ingericht voor sociale en vrije sector woningen.

Sinds het laatste onderzoek naar de ontwikkelingsmogelijkheden voor detailhandel & horeca in Soesterberg (BRO, 2011) hebben zich in het centrum diverse ontwikkelingen voorgedaan. De ontwikkeling van een supermarkt op de Rademakershof is een belangrijke afwijking van de uitgangspunten voor het zogenaamde ‘haltermodel’, die in het Masterplan Soesterberg¹ aanvankelijk was voorzien. Op basis van deze veranderde situatie en een nieuw besluit over de ontwikkeling van het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat, acht de gemeente een actualisatie van het DPO noodzakelijk. Met dit onderzoek wil de gemeente duidelijkheid krijgen over de invulling van de beschreven ruimtereservering en enige andere strategische locaties in het centrum.

Doelstelling en vraagstelling

Het geactualiseerde DPO geeft ten eerste inzicht in kwantitatieve aspecten als haalbare aantallen, oppervlaktes en differentiatie in detailhandel en horeca. De marktpotentie van deze branches is evenwel vooral afhankelijk van de kwaliteit van de locatie(s) en de positie ten opzichte van concurrerend aanbod. Ten eerste wordt een bondige visie op de ruimtelijk-functionele structuur van het centrum gevraagd. Daarnaast moet het onderzoek

¹ Vastgesteld door de gemeenteraad in 2009

de kansen benoemen voor een mogelijke invulling van een nieuwe maatschappelijk/commerciële ruimte ad 900 m² bvo aan het terrein hoek Kampweg en Banningstraat.

De vraagstelling is door de gemeente Soest als volgt geformuleerd:

1. Wat is het gevolg van de recente verhuizingen van detailhandel in de Rademakerstraat en het realiseren van een nieuwe supermarkt (ontwikkelingen Rademakershof) op het DPO van 2011?
2. Hoe verhoudt zich de beoogde toevoeging van 900 m² aan maatschappelijk/commerciële ruimte tot deze recente ontwikkelingen?
3. Is het gedeelte Rademakerstraat tussen de Van der Griendtlaan en de Prof. Lorentzlaan nog wel onderdeel van het winkelhart?
4. Is er distributieve ruimte op het terrein Hoek Kampweg/Banningstraat voor max. 900 m² aan maatschappelijke of commerciële functies (detailhandel/ horeca of andere commerciële voorzieningen)?
5. Indien er ruimte is voor de ontwikkeling op het terrein hoek Kampweg/Banningstraat voor maatschappelijk of commercieel (detailhandel/horeca of andere commerciële voorzieningen) welk oppervlak kan hier dan worden gerealiseerd, ook gegeven de regionale behoefte zoals die in de Ladder voor duurzame verstedelijking wordt getoetst?

Opzet rapportage

Dit rapport bestaat enerzijds uit een actualisatie van het DPO, anderzijds uit een toekomstvisie, ten aanzien het:

- Ruimtelijk-functioneren van Soesterberg;
- Perspectief Rademakerstraat tussen Van der Griendtlaan en Prof. Lorentzlaan;
- Perspectief terrein hoek Kampweg/Banningstraat.

De opbouw van dit rapport volgt deze indeling. In het eerste deel wordt het DPO geactualiseerd en worden de meest relevante verschillen ten aanzien van de situatie in 2011 besproken. Ook worden hier de berekeningen voor het huidig en het toekomstig functioneren gemaakt. In het tweede deel wordt in een bondige toekomstvisie, aanbevelingen gedaan voor de invulling van de belangrijkste planlocaties in het centrum.

2. ACTUALISATIE AANBOD- EN VRAAGSTRUCTUUR

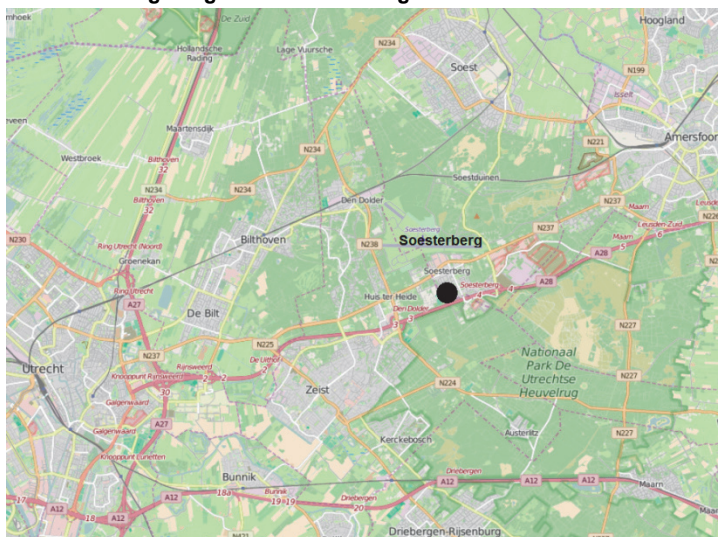
Na een ruimtelijke schets wordt ingegaan op het aanbod aan detailhandel, horeca en overige voorzieningen in de kern Soesterberg. Deze cijfers worden vergeleken met de cijfers van 2011 en afgezet tegen het gemiddelde aanbod in vergelijkbare plaatsen. Vervolgens wordt eenzelfde benchmark gemaakt voor het centrum van Soesterberg.

2.1 Aanbodanalyse Kern Soesterberg

Ruimtelijke schets en context

Het dorp Soesterberg, in de zuidpunt van de gemeente Soest, telt ruim 6.324 inwoners². Het dorp ligt centraal in de provincie Utrecht, nabij enkele sterke winkelsteden als Amersfoort en Utrecht. Gelegen nabij de A28 en de N237 is het dorp goed bereikbaar. In 2009 is de vliegbasis Soesterberg gesloten. De gemeente Soest ziet deze ontwikkeling als een kans voor een ingrijpende versterking van haar woon- en recreatiefunctie. Door een gevarieerd aanbod aan nieuwe woningen te bouwen op diverse locaties kan het inwonertal van Soesterberg uitgroeien naar het gewenste aantal van ca. 9.000 - 9.500. Een deel van de nieuwbouwplannen is beschreven in het Masterplan Soesterberg. Mede door de crisis hebben diverse woningbouwplannen vertraging opgelopen. De doelstelling om Soesterberg te laten groeien naar het gewenste inwonertal blijft echter staan. Datzelfde geldt voor het aantal te bouwen woningen op de diverse locaties.

Kaart 2.1: Omgevingskaart Soesterberg



² CBS Statline, Bevolking naar wijken en buurten, 2015

Detailhandel kern Soesterberg

In het dorp Soesterberg zijn 31 detailhandelszaken gevestigd, met een omvang van 14.490 m² wvo. Dit aanbod is sinds 2011 licht gegroeid. De huidige omvang is relatief groot in vergelijking met referentieplaatsen. Dit wordt vooral veroorzaakt door het aanbod grootschalige detailhandel op de Woonboulevard Soesterberg.

Tabel 2.1: aanbod detailhandel kern Soesterberg en vergelijking³

	Kern Soesterberg			Vergelijkbare plaatsen (5.000-7.500 inwoners)		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	10	2.173	217	8	2.121	257
w.v. supermarkt	2	1.898	949	2	1.781	890
Persoonlijke verzorging	3	200	67	2	329	144
dagelijkse artikelen	13	2.373	183	11	2.450	232
Warenhuis	-	-	-	-	-	-
Kleding en mode	1	117	117	4	863	215
Schoenen en lederwaren	0	0	0	1	140	140
Juwelier en optiek	0	0	0	1	84	84
Huishoudelijke, luxe artikelen	2	278	139	2	390	195
Antiek en kunst	-	-	-	-	-	-
Sport en spel	0	0	0	1	248	245
Hobby	0	0	0	1	58	58
Media	0	0	0	1	108	108
Dier en plant	2	149	75	3	1.399	466
Bruin- en witgoed	0	0	0	1	199	199
Fietsen en autoaccessoires	1	90	90	2	302	151
Doe-het-zelf	2	579	290	2	876	438
Wonen	9	8.829	981	4	2.389	597
Detailhandel overig	1	2.075	2.075	2	351	176
niet-dagelijkse artikelen	17	12.117	713	25	7.577	304
Totaal detailhandel	31	14.490	483	35	10.028	287
Leegstand	6	1.944	324	6	1.131	188

In de dagelijkse sector zijn 13 zaken gevestigd, sinds 2011 is het aanbod sterk gegroeid. Dit komt door de nieuwe Plus supermarkt en het feit dat de voormalige locatie nog steeds als supermarkt functioneert. Het aanbod in de dagelijkse sector blijft iets achter bij de referentieplaatsen. Soesterberg biedt 375 m² wvo per 1.000 inwoners, t.o.v. 392 m² wvo in de referentieplaatsen. De dagelijkse zaken zijn gemiddeld klein.

³ Locatus Retailverkenner, Peildatum, februari 2015

In de niet-dagelijkse sector heeft Soesterberg relatief veel aanbod, maar dat komt door het grote aanbod in de woonbranche, i.c. op de Woonboulevard. In andere branches is het aanbod juist beperkt, met name in de hoofdbranches 'kleding en mode' en 'schoenen en lederwaren'. Ook de doelgerichte branches blijven achter, met uitzondering van de woonbranche. In deze sector zijn 17 zaken gevestigd met een totale omvang van 12.117 m² wvo. Sinds 2011 is de totale omvang van de sector licht gedaald.



Horeca en dienstverlening

Het aanbod in aantal horecazaken is ongeveer gelijk aan het gemiddelde van referentieplaatsen. De dienstensector is daarentegen duidelijk ondervertegenwoordigd, met name in de branches ambachten en particuliere dienstverlening⁴. In onderstaande aanbodtabel is gegeven de te verwachten bevolkingsgroei, ook een vergelijking gemaakt met plaatsen tussen 7.500 en 10.000 inwoners. Daar is het aanbod aanmerkelijk groter dan nu in Soesterberg.

Tabel 2.2: Aanbod vergelijking horeca en overige voorzieningen kern Soesterberg

Woonplaats	Soesterberg 2011	Soesterberg 2015	Vergelijkbare plaatsen (5.000-7.500 inwoners)	Vergelijkbare plaatsen (7.500-10.000 inwoners)
Automotive	13	12	9	12
Brandstoffen	2	2	2	3
Horeca	8	11	12	17
Cultuur	2	2	2	2
Ontspanning	1	3	1	3
Ambacht	4	4	7	10
Financiële Instel- ling	3	3	3	4
Particuliere Dienstverlening	3	1	3	4
Totaal aantal verkooppunten	36	38	39	55

⁴ Locatus Retailverkenner, Peildatum maart 2014

De leegstand in Soesterberg is qua aantal panden gelijk met de referentieplaatsen, maar de omvang is in Soesterberg groter. De leegstandspercentages voor Soesterberg bedragen 8,3% in verkooppunten en 8,2% in wvo⁵. Voor de referentieplaatsen bedragen de cijfers respectievelijk 7,3 en 7,0%. Van de zes leegstaande panden zijn er 3 gevestigd in de Rademakerstraat, 2 in de Amersfoortsestraat en 1 pand aan de Buys Ballotlaan.

Tabel 2.3: Leegstaande panden in kern Soesterberg⁶

Adres	Soort leegstand	WVO	Winkelgebied	Winkelgebiedstypering
Amersfoortsestraat 3	Langdurig	869	Bedrijfsterrein	Verspreide bewinkeling
Rademakerstraat 21	Aanvang/Frictie	165	Centrum Soesterberg	Kernverzorgend centrum klein
Buys Ballotlaan 1	Structureel	250	Bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Rademakerstraat 19	Structureel	305	Centrum Soesterberg	Kernverzorgend centrum klein
Amersfoortsestraat 15a	Langdurig	50	Buiten bebouwde kom	Verspreide bewinkeling
Rademakerstraat 17	Structureel	305	Centrum Soesterberg	Kernverzorgend centrum klein

2.2 Aanbodanalyse centrum Soesterberg

Detailhandel

Het centrum bestaat vooral uit de Rademakerstraat en haar directe omgeving. Het is een breed opgezette straat met bomen en parkeervakken aan weerszijden. Wel zijn er veel onderbrekingen in het winkelfront, door woningen, dienstverleners, een tankstation, etc. Er zijn 15 detailhandelszaken gevestigd met een gezamenlijke omvang van 2.783 m² wvo.

⁵ Berekend volgens Locatus-methode: binnen de leegstand is de verhouding tussen detailhandel en niet-detailhandel ongeveer 50/50 (aantal panden). De panden in de detailhandel zijn echter gemiddeld groter dan in andere sectoren. Om de leegstandsoppervlakte te berekenen wordt de gemiddelde grootte van de leegstaande panden berekend en als rekenfactor gebruikt. Oppervlakte leegstaande panden: verhouding detailhandel - niet-detailhandel is 2:1.

⁶ Locatusretailverkenner, Peildatum februari 2015

Tabel 2.4: aanbod detailhandel centrum Soesterberg⁷

	Centrum Soesterberg			Vergelijkbare plaatsen		
	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel	Aantal	m ² wvo	gem. wvo per winkel
Levensmiddelen	8	2.093	262	7	1.739	248
Persoonlijke verzorging	2	170	85	2	301	151
Totaal dagelijkse artikelen	10	2.263	226	9	2.040	226
Warenhuis						
Kleding en mode	1	117	117	4	784	194
Schoenen en lederwaren				1	132	132
Juwelier en optiek				1	82	82
Huishoudelijke en luxe artikelen	2	278	139	1	349	349
Antiek en kunst						
Sport en spel				1	107	107
Hobby						
Media				1	104	104
Dier en plant	1	35	35	2	275	145
Bruin- en witgoed				1	139	139
Fietsen en autoaccessoires	1	90	90	1	146	146
Doe-het-zelf				1	192	192
Wonen				2	634	317
Detailhandel overig				1	106	106
Totaal niet-dagelijkse artikelen	5	520	104	17	3.241	191
Totaal detailhandel	15	2.783	186	25	5.281	211
Leegstand	3	775	258	4	-	-

Het merendeel van het detailhandelsaanbod bestaat uit dagelijkse zaken, met totaal tien zaken. De sector bestaat uit 2 supermarkten, 2 bakkers, 2 tabakzaken, 1 apotheek en 1 drogist. Het aanbod in de niet-dagelijkse sector blijft sterk achter met dat van de referentieplaatsen. Met name het aanbod in de branches: 'kleding en mode', 'media', 'bruin en witgoed' en 'doe-het-zelf'. In de niet-dagelijkse sector zijn in het centrum 5 zaken gevestigd, waaronder onder andere 1 damesmodezaak en 1 zaak voor huishoudelijke artikelen.

Tussen 2011 en 2015 is het aanbod in de detailhandel toegenomen van 1.575 m² wvo in 2011 naar 2.783 m² wvo. In de dagelijkse sector is het aantal zaken toegenomen van 6 naar 10. Deze groei is met name verklaard door de verhuizing en uitbreiding van de Plus-supermarkt. In de niet-dagelijkse sector is het aanbod toegenomen van 485 m² wvo naar 520 m² wvo.

⁷ Locatus Retailverkenner, Peildatum, juli 2015



Horeca en dienstverlening

In het centrum zijn zes horecazaken gevestigd: 2 cafés, 2 fastfoodzaken, 1 grillroom en een 1 restaurant. Het horeca-aanbod in de kern Soesterberg is sinds 2011 met 1 zaak toegenomen tot 11 zaken. Het pannenkoekenrestaurant 'De Tuin', restaurant 'Porto Nuevo' en cafetaria 't Stekkie verdwenen. In 2015 kwamen er 3 fastfoodzaken voor terug: 'Eat & Joy', 'Chico' en 'De Rademaker'. Het aanbod in de omliggende plaatsen Zeist en Soest maar ook Utrecht en Amersfoort is aanmerkelijk groter en gevarieerder.

Tabel 2.5: Aanbod vergelijking overige voorzieningen centrum Soesterberg en vergelijkbare plaatsen⁸

Woonplaats	Centrum 2011	Centrum ² 015	Vergelijkbare plaatsen
Automotive	1	1	0
Brandstoffen	1	1	0
Horeca	6	6	7
Cultuur	1	1	1
Ontspanning	0	1	0
Ambacht	1	1	4
Financiële Instelling	1	0	1
Particuliere Dienstverlening	1	0	1
Totaal n VKP	12	11	14

Binnen het aanbod aan overige voorzieningen blijven vooral de branches ambachten en dienstverlening achter. Zo huisvest het centrum van Soesterberg bijvoorbeeld slechts 1 kapper, tegenover gemiddeld 3 in referentieplaatsen. Binnen de dienstverlening bevinden zich in de referentiecentra gemiddeld 2 makelaars, een bank en een postkantoor. In Soesterberg zijn deze zaken zich (met uitzondering van het postkantoor) niet in het centrum gevestigd.

⁸ Locatus Retailverkenner, Peildatum maart 2014

2.3 Trends en ontwikkelingen

In deze paragraaf worden de belangrijkste trends en ontwikkelingen in de detailhandel beschreven. In het kader van deze landelijke trends moet de ontwikkelingen van het centrum van Soesterberg worden gezien.

Voor de trends in horeca en dienstverlening verwijzen we naar de bijlage.

Aanbodzijde

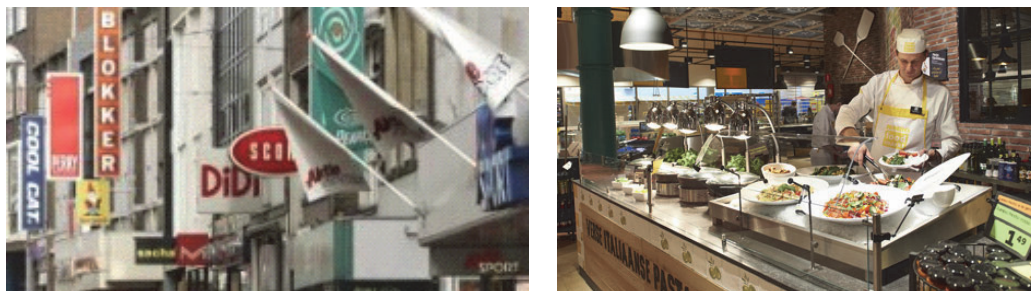
Schaalvergroting en filialisering

Deze trend zet zich in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector ook de komende jaren door. Voor een rendabel functioneren van detailhandel is een steeds groter vloeroppervlak nodig. Ook nam het aandeel filiaalbedrijven in Nederland de afgelopen 10 jaar toe van 28% naar 37% en met name ook steeds meer in kleinere winkelgebieden.



Concurrentie tussen steden en winkelgebieden intensiveert

Winkelgebieden raken steeds meer in onderlinge concurrentie als gevolg van veranderend consumentengedrag en leegstand. Het is geen automatische keuze meer om de meest nabije winkels te kiezen. Vooral ondernemers in kleine buurtstrips en op solitaire locaties hebben het daardoor moeilijk. Daarbij wil men beleving en tegen dit licht worden met name de grotere en gevarieerde binnensteden steeds populairder, ten koste van andere steden en kleinere plaatsen.



Toenemende leegstand

Landelijk concentreert de toename van de leegstand zich vooral in krimpgebieden, de centra van kleinere en middelgrote plaatsen, dorpen, buurtwinkelcentra en de randgebie-

den van grotere binnensteden. Sinds 2006 loopt de winkelleegstand geleidelijk op. De meeste experts verwachten dat deze ontwikkeling voorlopig nog wel doorzet. Naast marktomstandigheden en veranderend consumentengedrag ligt hier tevens de vergrijzing van het ondernemersbestand aan ten grondslag. In veel gevallen ontbreekt immers bedrijfsopvolging, waardoor veel zaken zullen sluiten.

Vraagzijde

Broos economisch herstel

De gevolgen van de economische recessie in de afgelopen jaren zijn zichtbaar in de gehele samenleving. Het consumentenvertrouwen en daarmee de koopbereidheid stijgt evenwel sinds 2014. Het vertrouwen in de woningmarkt neemt toe en de uitgaven stijgen voorzichtig. Het herstel is echter broos, met name in de internetgevoelige branches.



Veranderend consumentengedrag

Ontwikkelingen aan de aanbodzijde hebben invloed op het koopgedrag van de consumenten, maar het omgekeerde geldt ook. Door de overvloed aan informatie (internet, tv, gedrukte media) is de hedendaagse consument kritisch. In het koopgedrag wordt, naast de prijs, rekening gehouden met factoren als tijd, inspanning, gemak en plezier.

- Gemiddeld wordt minder tijd besteed aan winkelen en boodschappen doen.
- De consument bezoekt steeds vaker grotere zaken en winkelcentra (het gemak van ruime keuze).
- Door een grotere mobiliteit groeit het referentiekader van consumenten verder. Aanbodkwaliteit, keuzemogelijkheid, prijsstelling en interne (inrichting, uitstraling) en externe (omgevingskwaliteit) verschijningsvorm worden als gevolg hiervan belangrijker.
- De consument stelt, mede door de enorme keuze online, steeds hogere eisen aan de keuzemogelijkheid in winkels (volledig assortiment), maar de prijs heeft wel aan belang gewonnen. De meest prijsbewuste consument is sterk op discounters georiënteerd.
- De consument waardeert verruiming van de openingstijden. De opkomst van het 'nieuwe werken' en wisselende tijdspatronen creëren een wens naar avond- en zondagsopenstellingen. Ondernemers zullen hierin mee moeten bewegen willen ze de concurrentie met het internet aan kunnen gaan.

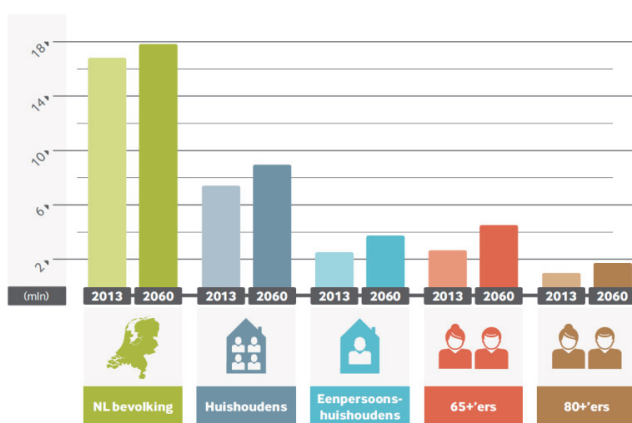
Winkelen als vrijetijdsbesteding

De consument vraagt naar beleving, vernieuwing, betekenis en vermaak. In de beperkte vrije tijd wil de consument het maximale bereiken. Multifunctionaliteit, vernieuwend aanbod en merkbeleving gaan een steeds grotere rol spelen. Winkelen staat na sport en recreatie op de derde plaats van de vrijetijdsactiviteiten⁹.

Omzetstijgingen via internet

De detailhandelsomzet via internet besloeg in 2013 ruim € 5 miljard, ofwel 6% van de totale detailhandelsomzet. De omzet van online detailhandel groeide de laatste jaren snel, met meer dan 10% per jaar tot en met 2010, en iets trager de laatste jaren. De online verkopen stijgen het hardt in de branches speelgoed, muziek/downloads en computer hardware. Een verdere stijging van de online omzet wordt verwacht.

De consument kijkt en koopt tegenwoordig wanneer dat hem het beste uitkomt en steeds vaker is dat via internet. Om hier goed op in te kunnen spelen is het aanbieden van aanbod via één kanaal, niet meer voldoende. Begin 2013 doet 91% van de onderzochte 188 retailers aan online verkoop, tegenover 80% in 2012¹⁰. Hierbij gaat het erom dat alle voor de consument relevante kanalen in samenhang worden aangeboden: winkels ('bricks'), webwinkels ('clicks'), mobiele websites ('ticks'), folders ('flicks') en sociale media ('smicks')¹¹.



Figuur 2.1: Visuele weergave demografische transitie

Demografische transitie

Een structurele factor in de ontwikkeling van winkelgebieden vormen de demografische transitie die in verschillende delen van Nederland plaatsvinden. Het gaat met name om vergrijzing, ontgroening en de toe- en afname van huishoudens- en bewonersaantallen. Deze demografische veranderingen hebben onder meer gevolgen voor de lokale werkge-

⁹ SSM Retail Platform, Look Listen Learn 2013

¹⁰ Bron: Etailtrends, uitgave 1 (2013)

¹¹ Bron: Retailtrends (2013)

legenheid en het draagvlak voor en betaalbaarheid van maatschappelijke voorzieningen¹².

2.4 Plannen en initiatieven

Relevante woningbouwplannen

Zoals vermeld zal het inwonertal in Soesterberg groeien tot ca. 9.000 à 9.500 inwoners in 2025. Hieronder worden de belangrijkste woningbouwplannen toegelicht. We gaan er in dit onderzoek van uit dat deze projecten vóór het jaar 2025 gerealiseerd zijn:

- Ten eerste bestaat het initiatief om aan de zuidzijde van het terrein hoek Kampweg en Banningstraat nieuwe woningen te realiseren.
- Er bestaat het initiatief om nieuwe appartementen te realiseren aan het huidige Dorpsplein¹³.
- In Park Vliegbasis, grenzend aan Soesterberg-Noord, wordt een nieuwe woonwijk gerealiseerd. De woningbouw is onderdeel van een integrale herontwikkeling van de voormalige vliegbasis, samen met recreatie, cultuur en natuurontwikkeling;
- Aan de Oostkant van Soesterberg, op het terrein Apollo-Noord, komt de nieuwe wijk Kontakt der Continenten.
- Op Landgoed Oude Tempel worden nieuwe woningen gebouwd.
- Aan de westzijde tegen Soesterberg aan gelegen, maar op het grondgebied van gemeente Zeist, worden woningen gebouwd op de locatie Sterrenberg (het terrein van zorginstelling Abrona). Geografisch behoort dit gebied echter wel tot het dorp Soesterberg. De inwoners zullen met name voor de dagelijkse artikelen op Soesterberg georiënteerd zijn.

Relevante detailhandelsplannen in de regio

- Winkelcentrum Zuidpromenade Soest Zuid, wordt op dit moment gerenoveerd en uitgebreid. De voormalige C-1000 supermarkt is omgebouwd tot Jumbo en er komt een lunchroom.
- Het centrum van Zeist wordt gerenoveerd om de sfeer en de bereikbaarheid van het centrum te verbeteren.
- De grotere steden in de regio zijn continu in beweging. In Utrecht zijn er tal van ontwikkelingen rondom het centraal station en het Nieuwe Vredenburg. In Amersfoort is recent het nieuwe winkelcentrum Eemplein ontwikkeld.
- Verder zijn er voor zo ver bij ons bekend geen relevante planontwikkelingen in de regio.

Er zijn in Soesterberg en directe omgeving geen plannen bekend voor nieuwe horeca of dienstverlening van enige omvang.

¹² Bron afbeelding: Platform 31; Winkelgebied van de toekomst (februari 2014).

¹³ Gemeente Soest, 2015

2.5 Draagvlak voorzieningen

Bevolkingsontwikkeling

Op 1 januari 2015 telt het dorp Soesterberg 6.324 inwoners. Zij vormen het primaire verzorgingsgebied voor het winkelaanbod in Soesterberg. De inwoners uit de directe regio (Soest, Baarn, Zeist) vormen het secundaire verzorgingsgebied. Zij zijn in heel beperkte mate ook op het centrum van Soesterberg gericht. Volgens informatie van de gemeente wordt uitgegaan van een bevolkingstoename tot ca. 9000-9.500 inwoners voor 2025. In de berekening voor het toekomstig functioneren wordt van de ondergrens van 9.000 inwoners uitgegaan.

Gemiddelde bestedingen

Het gemiddeld besteedbaar inkomen per inwoner per jaar, ligt in de gemeente Soest op een niveau van ca. € 16.900,- en verschilt daarmee ca. 12% van het landelijk gemiddeld inkomen van ca. € 15.100,- per hoofd van de bevolking¹⁴. In de distributieplanologie wordt bij afwijkingen van meer dan 5% een correctie op de bestedingen uitgevoerd. Omdat het inkomensniveau in Soesterberg evenwel iets lager ligt dan elders in de gemeente, worden in dit onderzoek bewust de (lagere) landelijke gemiddelde besteding gehanteerd: € 2.462,- aan dagelijkse artikelen en € 2.356,- aan niet-dagelijkse artikelen.

Internetbestedingen

Voor de bestedingen gaan we voor de toekomst doorgaans uit van landelijke gemiddelden. De fysieke winkel blijft veruit de populairste aankoopplaats maar verliest wel terrein ten opzichte van het internet. De impact van internetaankopen op de bestedingen in supermarkten is tot op heden nog beperkt in vergelijking met de niet-dagelijkse artikelen-sector.

De afgelopen twee jaar zijn de bestedingen in de dagelijkse sector jaarlijks met ca. 2% gestegen. De verwachting is dat de groei ook de komende jaren in bescheiden mate door zal zetten. BRO heeft in de berekeningen de toekomstige bestedingen in de dagelijkse sector echter gelijk gehouden aan de huidige bestedingen, ook om de verwachte verdere toename van de online aankopen in deze sector (met name via afhaalpunten) te verdisconteren. Dit is nadrukkelijk een behoudende aanname: hoogst waarschijnlijk zullende bestedingen verder stijgen, dat was zelfs in de recente economische recessie het geval. Voor de niet-dagelijkse sector wordt vanwege het groeiende online segment een correctie van -5% op de bestedingen toegepast.

Koopstromen

De kooporiëntatie is telkens weergegeven op het niveau van het centrum van Soesterberg, zowel voor het dagelijkse als voor het niet-dagelijkse aanbod. Dit betekent dat het verspreid gelegen aanbod en dat op Woonboulevard Soesterberg buiten beschouwing is gelaten. Aanbod in centrumgebieden realiseert doorgaans een hogere vloerproductiviteit

¹⁴ CBS, Statline, Nederland regionaal, bestedingen

dan verspreid gelegen aanbod. Dat geldt met name voor het niet-dagelijkse aanbod, zeker op perifere locaties met veelal grootschalige detailhandel. Door de koopstromen op centrumniveau weer te geven ontstaat een helder en duidelijk beeld over de ontwikkelingsmogelijkheden voor dit gebied. Koopstromencijfers specifiek voor Soesterberg zijn niet voorhanden. Op basis van o.a. het Koopstromenonderzoek Randstad¹⁵ 2011 (de meest recente cijfers) heeft BRO de actuele koopstromen ingeschat.

Voor het huidige functioneren van het dagelijkse aanbod veronderstellen we een lokale koopkrachtbinding van ca. 60%. Deze is ten opzichte van 2011 met 10% gestegen, als gevolg van de groei in het aanbod. Verondersteld wordt dat de koopkrachttoevloeiing ca. 15% van de totale omzet bedraagt. Voor het niet-dagelijkse aanbod wordt de lokale koopkrachtbinding ingeschat op ca. 5% en de koopkrachttoevloeiing op een niveau van ca. 35%. In vergelijkbare kernen zijn genoemde percentages meestal wat hoger.

Voor de niet-dagelijkse aankopen van Soesterbergers zijn vooral de centra van Soest, Amersfoort, Zeist en Utrecht belangrijk. Hier is een ruimer niet-dagelijks aanbod aanwezig dan in Soesterberg. Bovendien zijn deze centra voor de Soesterbergers relatief snel en makkelijk bereikbaar.

2.6 Huidig functioneren centrum Soesterberg

In deze paragraaf is een benadering gemaakt van het functioneren van de detailhandel in het centrum. Dit is gedaan door de vraag- en aanbodcijfers tegen elkaar af te zetten. Relevant voor de navolgende rekentabel is dat er een vertaalslag wordt gemaakt tussen de totale omzet in euro's enerzijds en het aanbod in m² wvo anderzijds. De link tussen beide cijfers wordt gelegd door de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit (in € per m² wvo) als indicatieve norm te hanteren.

Tabel 2.6: Huidig functioneren detailhandel centrum

	Dagelijks	Niet-dagelijks
Aantal inwoners	6.324	6.324
Bestedingen per hoofd per jaar (dagelijkse artikelen in €)	2.462	2.238
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	15,6	14,2
Koopkrachtbinding	60%	5%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	9,3	0,7
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	15%	35%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	1,6	0,4
Totale omzet (€ mln.)	11,0	1,1
Totaal m ² wvo (met en zonder 'Supermarkt Soesterberg')	2.263-1.513	520
Omzet per m ² wvo	4.875-7.275	2.100
Gemiddelde vloerproductiviteit landelijk (€ per m ² wvo)	7.467	1.819

¹⁵ Samenwerking van provincies en gemeenten, Randstad Koopstromen onderzoek 2011, door I&O Research

Functioneren dagelijkse artikelen

De dagelijkse sector functioneert goed. Bovenstaande berekening is gemaakt met en zonder toevoeging van de 'Supermarkt Soesterberg'. Hiervoor is gekozen omdat deze zaak niet als een volwaardige supermarkt functioneert. Voor de huidige situatie zijn de procentuele koopstroomcijfers, en dan met name de koopkrachtbinding (60%) relatief laag ingeschat. Naar verwachting zal de Plus-supermarkt als trekker een aanzienlijk aandeel koopkracht aan zich binden. Wanneer Supermarkt Soesterberg in de berekening wordt meegenomen, wordt de ingeschatte totaalomzet over een groter vloeroppervlak verdeeld, hetgeen resulteert in een lagere vloerproductiviteit. In dit geval bedraagt deze ca. € 4.875,- per m² wvo. De vloerproductiviteit ligt daarmee ca. 35% lager dan het landelijke gemiddelde van ca. € 7.467,- per m² wvo.

Indien de tijdelijke supermarkt niet wordt meegenomen in de berekening bedraagt de gemiddelde vloerproductiviteit ca. € 7.275,-. Dit is voor een dorp als Soesterberg een normaal omzetniveau. De detailhandel kan in kleinere kernen overigens vaak toch goed functioneren met een wat lagere vloerproductiviteit vanwege de doorgaans lagere huisvestingslasten dan gemiddeld in Nederland. Dit toont ook weer het indicatieve karakter aan van de landelijke, normatieve cijfers.

Functioneren niet-dagelijkse artikelen

In de niet-dagelijkse artikelensector ligt de vloerproductiviteit op een niveau van ca. € 2.100,- per m² wvo, en daarmee boven het landelijk gemiddelde van € 1.819,-. Dit is verklaard door het relatief kleine aanbod in de niet-dagelijkse sector.

2.7 Marktruimte in centrum Soesterberg

Toekomstig functioneren dagelijkse artikelen sector

Om uitspraken te kunnen doen over het toekomstig functioneren tot 2025, is eenzelfde berekening gemaakt als in de vorige paragraaf. Gegeven de vraagstelling voor dit onderzoek en de twee vrijkomende detailhandelslocaties (Kampweg/Rademakerstraat en pand Rademakerstraat 20), is hieronder een tweetal scenario's geschetst.

- Scenario 0, In dit scenario veranderen de structuur, omvang en branchering van het aanbod en de koopstromen niet wezenlijk.
- Scenario 1, Hier wordt er een trekkende formule, zoals een discountsupermarkt aan het aanbod toegevoegd, hetgeen naar verwachting resulteert in een hogere procentuele koopkrachtbinding. Het is echter nog ongewis welke winkelformule zich zal vestigen. Er is dan ook voor de koopkrachtbinding een bandbreedte aangehouden.

Tabel 2.7: Toekomstig functioneren (2025) dagelijkse artikelen sector centrum Soesterberg

	Scenario 0	Scenario 1
Aantal inwoners	9.000	9.000
Bestedingen per hoofd per jaar (dagelijkse artikelen in €)	2.462	2.462
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	22,2	22,2
Koopkrachtbinding	60%	65%-75%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	13,3	14,4-16,6
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	10%	Ca. 15 %
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	1,5	2,5
Totale omzet (€ mln.)	14,8	16,9- 19,1
Totaal m ² wvo	1.513	1.513
Uitbreidingsruimte in m ² wvo (afgerond)	500	600-1000

Tot 2025 wordt verwacht dat de dagelijkse artikelensector goed blijft functioneren. Er wordt in beide scenario's dan ook uitbreidingsruimte verwacht indien de landelijk gemiddelde vloerproductiviteit als norm wordt genomen. Tot 2025 wordt er tussen 500 en 1.000 m² wvo uitbreidingsruimte verwacht. Daarbij geldt nadrukkelijk de veronderstelling dat zich in het pand van 'Supermarkt Soesterberg' (750 m² wvo) na afloop van het huurcontract (november 2018) geen nieuwe dagelijkse zaak vestigt. Dit is een realistische aanname: het pand is te klein en de parkeergelegenheid onvoldoende voor een volwaardige, moderne supermarkt, ook in het discountsegment. Als er wel een supermarkt gevestigd blijft, dan draagt de netto (distributieve) uitbreidingsruimte in Soesterberg slechts maximaal 250 m² wvo.

Toekomstig functioneren niet-dagelijkse artikelen sector

Voor het niet-dagelijkse artikelenaanbod is gekozen voor eenzelfde opzet met twee scenario's. In scenario 1, wordt een stijging van de koopkrachtbinding tot ca. 15 à 20% haalbaar geacht, onder voorwaarde van versterking van het aanbod. De absolute toevloeiing wordt gelijk gehouden op ca. € 0,4 mln. Gelet op de aanwezigheid van sterke winkelsteden en -kernen in de regio, worden een hogere binding en toevloeiing niet realistisch geacht.

Tabel 2.8: Toekomstig functioneren niet-dagelijkse sector centrum Soesterberg

	Scenario 0	Scenario 1
Aantal inwoners	9.000	9.000
Bestedingen per hoofd per jaar (dagelijkse artikelen in €)	2.238	2.238
Totaal bestedingspotentieel (€ mln.)	20,1	20,1
Koopkrachtbinding	5%	15%-20%
Gebonden bestedingen (€ mln.)	1,0	3,0-4,0
Koopkrachttoevloeiing als aandeel van de omzet	25%	ca. 13%
Koopkrachttoevloeiing absoluut (€ mln.)	0,3	0,5
Totale omzet (€ mln.)	1,3	3,5-4,5
Totaal m ² wvo	520	520
Uitbreidingsruimte (in m ² wvo) afgerond	200	1.400-2.000

De uitbreidingsruimte in zowel de dagelijkse als de niet dagelijkse sector is een direct gevolg van de groei van het aantal inwoners en daarmee een groeiend draagvlak voor de detailhandelsstructuur van Soesterberg. Tot 2025 wordt zowel voor de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector uitbreidingsruimte verwacht. In de volgende paragraaf is deze uitbreidingsruimte verder uitgediept in een brancheringsvoorstel.

Marktruimte horeca en dienstverlening

Uit tabel 2.2 blijkt dat het horeca aanbod in Soesterberg met totaal elf zaken momenteel iets kleiner is dan gemiddeld. Met een groei tot 9.000 à 9.500 inwoners zou er op grond van de benchmark met vergelijkbare plaatsen in deze grootteklasse nog een extra potentieel bestaan voor zes extra zaken. Daarbij bestaan vooral vestigingsopties voor de volgende horecatypen:

- Brasserie / Grand Café;
- Koffie- en/of thee specialiteiten;
- Konditorei;
- Broodjes, panini, etc.;
- Afhaal/bezorg formule;
- Etc..

In de sector dienstverlening bestaat er op grond van de benchmark zelfs nog ruimte voor maximaal tien extra zaken. Met name in de branches ambacht en particuliere dienstverlening kan het aanbod worden uitgebreid. Voor een overzicht van de mogelijke invulsopties naar branche verwijzen we naar bijlage 2.

2.8 Brancheringsvoorstel centrum Soesterberg

Op basis van de berekende uitbreidingsruimte wordt hieronder een indicatief brancheringsvoorstel beschreven. Hierbij wordt gekeken naar het aanbod in het centrum en de kern Soesterberg en het aanbod in referentiecentra van kernen met 7.500-10.000 inwoners.

Tabel 2.9: Brancheringsvoorstel centrum Soesterberg

Branche	m ² wvo nu	m ² wvo toekomst Scenario 1
<i>Dagelijkse artikelen</i>		
Fullservice supermarkt	1.148	1.100-1.200
Discount supermarkt	-	1.000
Drogist (bijv. Kruidvat)	95	200-300
Versspeciaalzaken	195	250-300
<i>Niet-dagelijkse artikelen</i>		
Warenhuis	-	-
Textielsuper	-	200-300
Modezaak (dames/heren)	117	200-250
Optiek en gehoor	-	50-100
Huishoudelijke artikelen & speelgoed (Action, Blokker)	278	700-800
Boeken/tijdschriften (media)	-	75-125
Bloemen en planten	35	50-75
Dierbenodigdheden	-	75-125
Cadeauartikelen en woondecoratie	35	75-125
Rijwielen en accessoires	90	100-150
Doe-het-zelf (breedpakket)	-	200-300

Flexibele verdeling metrages

De bovenstaande uitbreiding naar branche is indicatief. Overschrijding van de berekende distributieplanologische uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector hoeft niet per definitie te leiden tot aantasting van de verzorgingsstructuur en/of onaanvaardbare omzetteffecten op het reeds gevestigd aanbod. Een gevarieerder aanbod leidt immers tot een grotere wervingskracht waar alle detailhandel van kan profiteren.

Voor kleinere winkelcentra zijn supermarkten de trekkers. In de referentieplaatsen zijn gemiddeld twee supermarkten gevestigd. De toevoeging van een discountsupermarkt, complementair aan de fullservice supermarkt is een belangrijke voorwaarde om de consumentenverzorging van het centrum op termijn op peil te houden (Figuur 3.2), in een plaats met de toekomstige omvang van Soesterberg.

Figuur 2.2: Supermarktpositionering (Bron: EFMI, CBL, ConsumentenTrends 2013)

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

(*) Tezamen vormen service discount en merken discount het quality discount segment

In de huidige situatie vloeit naar verwachting relatief veel koopkracht af naar Soest, Zeist en andere kernen met een ruimer en gevarieerder supermarkt-aanbod. Het discountaanbod is redelijk vertegenwoordigd in de regio en dan met name in Soest. Een toekomstbestendige discountsupermarkt heeft een omvang van ca. 1.000-1.200 m² wvo (1.400 – 2.000 m² bvo) en dit oppervlak neemt in het kader van schaalvergroting nog steeds toe. Gedacht kan worden aan een Lidl of een Aldi. Vestiging van een kleinere supermarkt in Soesterberg is in het huidige tijdsgewricht niet meer rendabel.

Ook de uitbreiding van de bestaande drogist of de vestiging van een tweede drogist behoort tot de mogelijkheden. Gedacht kan worden aan de formules Kruidvat of Etos.

Niet-dagelijkse sector

In de niet-dagelijkse sector wordt tot 2025 een distributieve uitbreidingsruimte verwacht van ca. 1.400 tot 2.000 m² wvo. Uit de aanbodtabellen en de vergelijking met de referentieplaatsen blijkt dat zowel in de kern als het centrum, de niet-dagelijkse sector achterblijft. Dit betreft met name het aanbod aan kleding en mode zaken. In Soesterberg is nu 1 mode zaak gevestigd, tegenover gemiddeld 4 zaken in referentieplaatsen. Ondanks dat deze sector in de kleinere centra onder druk staat, bestaan er in Soesterberg vestigingskansen. Opties zijn een meer traditionele kleinschalige modezaken, of aan een textielsuper zoals Zeeman of Wibra.

Ook het aanbod in huishoudelijke en luxe artikelen blijft achter. Een mogelijkheid is om een bekende landelijke formule als Blokker of Action aan te trekken. Tot slot kan ook de toevoeging van een kleinschaligere doe-het-zelf zaak met een breed aanbod tot de opties behoren. Deze zaken staan landelijk echter onder druk, door de concurrentie met bouwmarkten.

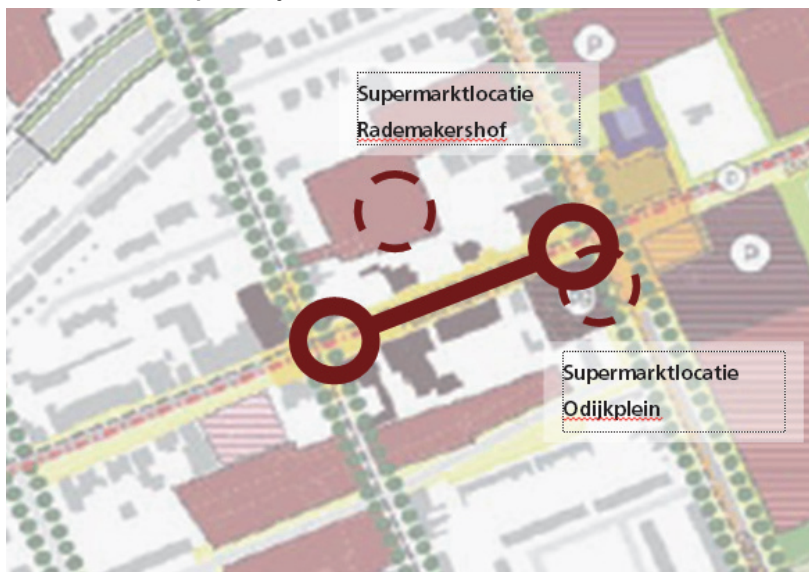
3. TOEKOMSTVISIE CENTRUM SOESTERBERG

3.1 Positionering en algemene uitgangspunten

Relevante ontwikkelingen en ruimtelijke context

Sinds 2011 hebben zich diverse ontwikkelingen voorgedaan in het centrum van Soesterberg. Zo is de Plus-supermarkt verhuisd naar een ruimer en beter bereikbaar pand aan de Rademakershof, waarmee is afgestapt van het oorspronkelijke haltermodel. In dit model was een supermarkt voorzien op beide kanten van de Rademakerstraat. Doel was om hier tussen een aantrekkelijk en aaneengesloten winkelmilieu te creëren (kaart 3.1). Met de verhuizing van de Plus-supermarkt naar de Rademakershof is dit plan niet gerealiseerd en is het kernwinkelgebied compacter geworden. Het haltermodel is nog steeds relevant, maar de westelijke trekker (Plus) is opgeschoven in oostelijke richting, waardoor de afstand met de andere (toekomstige) trekker, het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat kleiner is geworden.

Kaart 3.1: Het oorspronkelijke Haltermodel

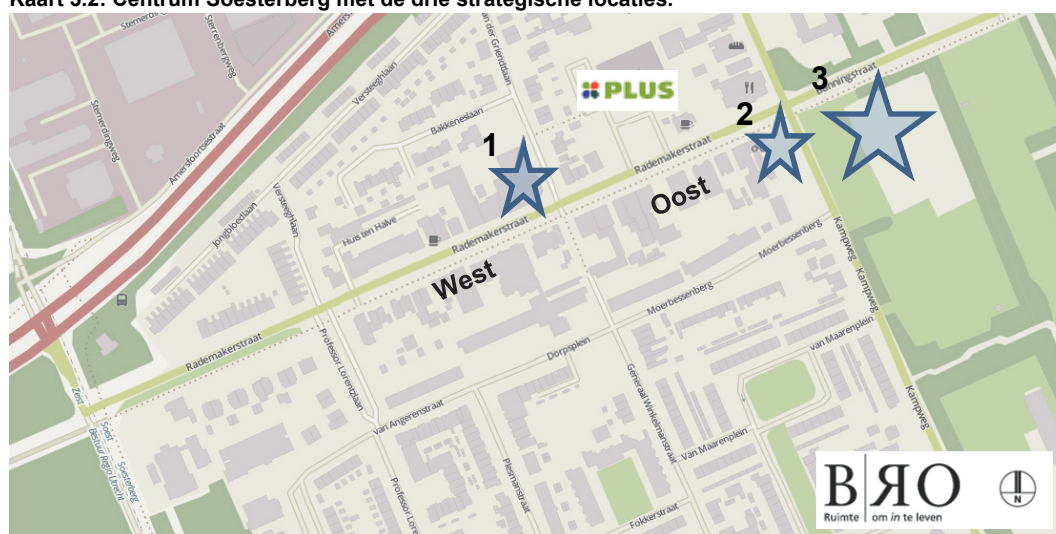


Bron: Uitwerking Masterplan Soesterberg, 4 oktober 2010, Bewerkt door BRO

De gemeente Soest heeft met het vaststellen van het Masterplan Soesterberg in 2009 besloten om een nieuw dorpshart te realiseren op de locatie van het nog te ontwikkelen terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat. Dit gebied ligt oostelijk van het winkelgebied in de Rademakerstraat (kaart 3.2). Dit plein moet gaan functioneren als een gezellig dorpsplein waar mensen graag verblijven. Mede met het oog op de verwachte bevolkingsgroei is besloten hier ruimte (max. 900 m²) te reserveren voor maatschappelijke of commerciële functies. Indien mogelijk kunnen ter ondersteuning enkele detailhandelsini-

tatieveën toegelaten worden. Op het terrein worden daarnaast woningen gerealiseerd. Het doel van de beoogde ontwikkeling is een vitaal, levendig en toekomstbestendig dorps-hart. De nog te ontwikkelen locatie Rademakerstraat/Kampweg (nu parkeerterrein) leent zich door haar strategische ligging eveneens goed voor een nieuwe vastgoedontwikkeling. Daarom doen we ook voor deze locatie aanbevelingen voor kansrijke functies. Aan de Rademakerstraat kan in principe over een lengte van max. 20 meter worden gebouwd. Dit betekent dat hier (excl. de naastliggende panden) max. ruimte is voor ca. 600 à 800 m² bvo t.b.v. nieuwe commerciële- ruimten.

Kaart 3.2: Centrum Soesterberg met de drie strategische locaties.



Goede uitgangspositie

Het centrum van Soesterberg heeft een goede uitgangspositie qua aanbod. De recent verhuisde Plus-supermarkt aan de Rademakershof is een belangrijke trekker. Deze supermarkt ligt nu op een goed bereikbare plaats met ruime 'eigen' parkeervoorzieningen. De verplaatsing is ten goede gekomen aan zowel de verkeersdoorstroming als de verkeersveiligheid van het centrum.



Toekomst: verschuiving zwaartepunt detailhandel

Met de verhuizing van supermarkt Plus is het zwaartepunt van het aanbod verschoven in oostelijke richting. Het merendeel van de detailhandel is hier inmiddels gevestigd. Ook zijn hier vier horecazaken.

De beoogde ontwikkeling van terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat biedt kansen voor een verdere concentratie en verdichting van de detailhandel en de horeca in de omgeving. Hier ontstaat een betere winkelbeleving, hetgeen leidt tot meer passanten, levendigheid en derhalve een aantrekkelijker vestigingsmilieu voor ondernemers. Compacte winkelcentra met een divers aanbod van zowel detailhandel, horeca als aanvullende voorzieningen zijn het meest toekomstbestendig, zo blijkt uit diverse onderzoeken.

De consument kiest meer en meer voor gemak en comfort. Een goede bereikbaarheid is met name voor kleinere centra met een belangrijke boodschappenfunctie als Soesterberg van groot belang. De ontsluiting en bereikbaarheid van het oostelijk deel van de Rademakerstraat is beter dan aan de westzijde. De detailhandelsfunctie van het westelijk deel van de Rademakerstraat¹⁶ zal hierdoor, maar ook door de verplaatsing van Plus en de ontwikkeling van het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat, verder afnemen, evenals de verkeersdruk. De straat en de panden lenen zich hier echter goed voor een woonfunctie en dienstverlening. Het perspectief is echter sterk afhankelijk van de toekomstige invulling van het vorige pand van de 'Supermarkt van Soesterberg'. In de volgende paragraaf gaan we hier nader op in.

3.2 Brancheringskansen sleutel-locaties

Visie op het centrum

Als direct gevolg van de bevolkingsgroei ontstaat een relatief grote distributieve uitbreidingsruimte in de detailhandel. Het toevoegen van één of enkele trekkers is wenselijk. Niet alleen om het draagvlak voor voorzieningen op peil te houden, maar ook omdat blijkt dat het detailhandelsaanbod nu reeds achterblijft bij referentieplaatsen met 5.000-7.500 inwoners. Soesterberg zal dit schaalniveau overstijgen en uitgroeien naar max. 9.500 inwoners.

Ondanks de verwachte bevolkingstoename blijft Soesterberg in de toekomst een relatief kleine kern, primair gericht op boodschappen en frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen. Enerzijds moet het streven zijn gericht op het bieden van een zo compleet en gevarieerd mogelijk pakket van detailhandel en van aanverwante publieksgerichte voorzieningen. Het in 2025 aanwezige voorzieningenpakket in het centrum moet kunnen voorzien in de primaire behoeften (dagelijkse- en niet-dagelijkse artikelen) van de lokale inwoners. In bescheiden mate is een bovenlokale functie mogelijk. Anderzijds moet een goed ondernemersklimaat worden geboden voor bestaande en eventuele nieuwe detail-

¹⁶ Dit is het gebied tussen de Prof. Lorentzlaan en de Van der Griendtlaan

handel, met voldoende ruimte voor initiatieven die inspelen op de dynamiek in de detailhandel.

Invulling strategische locaties

T.b.v. het accommoderen van nieuwe trekkers is vastgoed nodig met voldoende schaal-grootte. In dit licht zijn er drie sleutellocaties nader geanalyseerd. Locatie 1 betreft het pand Rademakerstraat 20 (nu 'Supermarkt Soesterberg', met een bestemming 'detailhandel'). Locatie 2 is de locatie hoek Rademakerstraat/Kampweg (nu parkeerterrein). Locatie 3 is het nieuw te realiseren terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat. De drie locaties zijn in onderstaande kaart weergegeven. Het pand Rademakerstraat 20 (locatie 1) heeft een omvang van 750 m² wvo en komt per 1 november 2018 waarschijnlijk vrij, al is dat niet geheel zeker. Op de locatie Rademakerstraat/Kampweg kan als vermeld max. 600 à 800 m² bvo commerciële ruimte worden gerealiseerd (uitgangspunt één laag). Aan de oostzijde ligt locatie 3, aan het toekomstig beoogde terrein aan de hoek Kampweg/Banningstraat. Hier heeft de gemeenteraad max. 900 m² bvo t.b.v. maatschappelijk of commerciële functies gereserveerd. In dit licht wordt onderzocht of hier marktruimte c.q. regionale behoefte voor aanwezig is, mede gegeven de eisen vanuit de Ladder voor duurzame verstedelijking.

Dit wordt gedaan in combinatie met een locatie-analyse van de drie strategische locaties. Hieronder worden voor de drie locaties bondig de belangrijkste sterkten en zwakten vermeld, als uitgangspunt voor detailhandel, horeca, dienstverlening of maatschappelijke functies.

	Sterk	Zwak
Locatie 1 Voormalige Plus supermarkt	<ul style="list-style-type: none"> • Relatief veel fysieke ruimte • Enige eigen parkeergelegenheid • Enige locatie waar bestemmingsplanmatig een supermarkt vestiging mogelijk is. 	<ul style="list-style-type: none"> • Afzijdig van kerngebied detailhandel • Bereikbaarheid per auto matig • Pand heeft in huidige situatie weinig uitstraling. • Pand is i.c.m. parkeervoorziening ongeschikt voor een moderne supermarkt.
Locatie 2 Hoekpand Rademakersstraat / Kampweg	<ul style="list-style-type: none"> • Relatief veel fysieke ruimte • Nabij kerngebied detailhandel • Goed bereikbaar per auto • Parkeergelegenheid nabij 	<ul style="list-style-type: none"> • Uitstraling pand nu matig • Herontwikkeling pand noodzakelijk
Locatie 3 Terrein op de hoek Kamp- weg/Banningstraat	<ul style="list-style-type: none"> • Relatief veel fysieke ruimte • Goed bereikbaar per auto • Parkeergelegenheid nabij • Ligging aan populaire recreatieve fietsroute • Door nieuwbouw maatwerk mogelijk 	<ul style="list-style-type: none"> • Afzijdig van kerngebied detailhandel • Combinatie met woonfunctie kan bepaalde functies (bijv. horeca met avondfunctie) belemmeren

Het ontwikkelingsperspectief voor de drie locaties, zoals dat voortkomt uit het uitgevoerde onderzoek en de ruimtelijk-functionele visie op het centrum, wordt hieronder beschreven.

Locatie 1:

Het pand beschikt over relatief veel fysieke bedrijfsruimte en enige eigen parkeergelegenheid, hoewel de bereikbaarheid per auto minder is dan elders in het centrum. Door de verdere concentratie van het detailhandelsaanbod in het oostelijk deel van de Rademakerstraat en ontwikkeling van het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat, zal deze locatie steeds minder in de loopstroom komen te liggen. Hierdoor wordt dit pand minder aantrekkelijk als vestigingslocatie voor de meeste detailhandelsbranches of impulsgerichte horeca.

De beste ontwikkelingsopties voor de locatie zijn:

- Mode en textiel algemeen assortiment, eigen trekkracht (textielsuper);
- Huishoudelijke artikelen, warenhuis met autonome trekkracht (Action, Blokker, Marskramer, etc.);
- Detailhandel primair doelgericht (woninginrichting, rijwielen, doe-het-zelf, etc.);
- Restaurant met zowel dag- als avondfunctie;
- Eerstelijnskliniek (huisarts, tandarts, apotheek, fysiotherapie, etc.);
- Herontwikkeling met woningbouw.

Dit is in Soesterberg bestemmingsplanmatig de enige locatie waar momenteel een supermarkt wordt toegelaten. Voor een moderne supermarkt met eigen parkeergelegenheid is de fysieke ruimte, conform de actuele ruimtelijk-fysieke eisen van supermarkten en in combinatie met de matige bereikbaarheid per auto, niet toereikend. Dit geldt nadrukkelijk ook voor een complementaire discountsupermarkt.

Locatie 2:

Deze locatie op de hoek van de Rademakersstraat en de Kampweg is in het centrum van Soesterberg een zeer strategische locatie voor met name detailhandel of horeca. Het komt immers met de ontwikkeling van het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat, aan de belangrijkste entree van het centrum te liggen, is goed bereikbaar per auto en ligt bij een recreatief fietsknooppunt. Daarbij beschikt deze locatie over parkeergelegenheid voor de deur. Een invulling met enige uitstraling (representativiteit) heeft de voorkeur.

Op basis hiervan is deze locatie vooral geschikt voor:

- Mode en textiel (modezaak, textielsuper, schoenenzaak, etc.);
- Huishoudelijke artikelen, warenhuis (Action, Blokker, Marskramer, etc.);
- Boeken, lectuur, overige media (Bruna, Primera, Read Shop, etc.);
- Cadeauartikelen, design, etc.;
- Drogist;
- Laagdrempelige horecazaak met tenminste een dagfunctie en een representatieve uitstraling (brasserie, grand café, lunchroom, koffiespecialiteiten), buitenterras.

Voor een complementaire (discount)supermarkt met voldoende eigen parkeergelegenheid is ook deze locatie ruimtelijk-fysiek ontoereikend. Alleen in combinatie met naastgelegen vastgoed en/of gronden kunnen wellicht ontwikkelingsmogelijkheden ontstaan.

Locatie 3:

In het stedenbouwkundige ontwerp voor het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat is een pleinfunctie met mogelijk ondersteunende maatschappelijke of commerciële functies ingericht, met het front in westelijke richting. Dit gebied is relatief goed bereikbaar en er is voldoende ruimte voor parkeren. Met 900 m² bvo ontstaat er een relatief ruime bedrijfsruimte.

Evenals locatie 1 sluit deze ruimte evenwel niet direct aan op het kernwinkelgebied en de passantenstroom die daarbij hoort. Mensen zullen de locatie vooral doelgericht bezoeken. Uitzondering zijn recreatieve fietsers; een doelgroep die sinds de opening van het Nationaal Militair Museum snel in omvang is toegenomen. Ter plekke van het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat bevindt zich bovendien een fietsknooppunt. De functionele invulling moet aansluiten op dit profiel, maar mag niet hinderlijk zijn voor de bovenliggende woonappartementen. De woonfunctie kan bijvoorbeeld conflicterend zijn met avondhoreca of kinderopvang.

Functies die goed passen binnen dit profiel van het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat (locatie 3) zijn:

- Persoonlijke verzorging (kapsalon, schoonheidssalon, zonnestudio, etc.);
- Daghoreca (lunchroom, ijssalon, koffie/theespecialiteiten, etc.) met terras;
- Dienstverlening met zakelijk karakter (makelaar, financieel advies, verzekeringen, computerservice, etc., zie ook bijlage 2);
- Zakelijke diensten algemeen (notaris, bedrijfsadvies, webdesign, etc., zie bijlage 2.);
- Eerstelijnskliniek (huisarts, tandarts, apotheek, fysiotherapie, etc.);
- Bibliotheek.

Zorgvuldige inpassing complementaire supermarkt essentieel

Vestiging van een tweede, complementaire supermarkt is essentieel voor de wervingskracht en doorontwikkeling van het centrum op termijn. Uitgangspunt is een goed bereikbare locatie met een goede ruimtelijk-functionele aansluiting op het kernwinkelgebied en voldoende fysieke ruimte voor de zaak, parkeren en ontsluiting.

Een toekomstbestendige discountsupermarkt heeft een bedrijfsomvang van ca. 1.000-1.200 m² vvo (1.400 – 2.000 m² bvo). In grote lijnen komt daar hetzelfde oppervlak bovenop t.b.v. parkeren, bevoorrading en ontsluiting. In totaal moet de kavel dus 3.000 à 4.000 m² bvo omvatten, op een goed bereikbare locatie. Als locatie is de omgeving van het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat in principe het meest geschikt voor een complementaire supermarkt. We constateerden reeds dat de locaties 1 (voormalige Plus supermarkt) en 2 (hoekpand Rademakersstraat/Kampweg) in de huidige situatie onge-

schikt zijn voor een nieuwe supermarktontwikkeling. Alleen in combinatie met naastgelegen vastgoed en/of gronden kunnen wellicht ontwikkelingsmogelijkheden ontstaan.

4. BEANTWOORDING ONDERZOEKSVRAGEN

In dit hoofdstuk worden de onderzoeksvragen uit hoofdstuk 1 concreet en kernachtig beantwoord. Voor de achterliggende motivering verwijzen we naar het beschreven onderzoek.

1. *Wat is het gevolg van de recente verhuizingen van detailhandel in de Rademakerstraat en het realiseren van een nieuwe supermarkt (ontwikkelingen Rademakershof) op het DPO van 2011?*

Het belangrijkste gevolg is dat het zwaartepunt van de detailhandel in oostelijke richting is verschoven. Het zogenaamde Haltermodel als beschreven in het DPO uit 2011 is niet meer van toepassing. De 'Supermarkt Soesterberg' kan in de huidige vorm niet als trekker worden beschouwd. Het haltermodel is nog wel relevant, maar is opgeschoven in oostelijke richting, waardoor de afstand met de andere (toekomstige) trekker, het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat, kleiner is geworden. Deze kortere afstand sluit beter aan op de actuele economische omstandigheden. Centra primair gericht op boodschappen als Soesterberg moeten bovenal compact en goed bereikbaar zijn.

2. *Hoe verhoudt zich de beoogde toevoeging van max. 900 m² (terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat) aan maatschappelijk en/of commerciële ruimte tot deze recente ontwikkelingen?*

Realisatie van het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat, inclusief een commercieel/maatschappelijke functie van enige omvang ter plekke versterkt de beschreven verschuiving van het zwaartepunt in oostelijke richting, ook t.b.v. de vrijetijds- en horecafunctie. Overigens speelt de relatief goede bereikbaarheid per auto en de ligging bij een recreatief fietsknooppunt hier ook een rol.

3. *Is het gedeelte Rademakerstraat tussen de Van der Griendtlaan en de Prof. Lorentzlaan nog wel onderdeel van het winkelhart?*

De hier gevestigde speciaalzaken zijn in hun functioneren sterk afhankelijk van de trekkracht van supermarkten, wat met name geldt voor de dagelijkse speciaalzaken. In de huidige centrumstructuur maken zij feitelijk geen deel meer uit van het 'winkelhart'. Aangezien de kans klein is, dat zich nog een volwaardige (complementaire) supermarkt zal vestigen in het voormalige pand van Plus (te klein, matig bereikbaar, beperkte parkeergelegenheid) is het toekomstperspectief voor het genoemde straatdeel matig tot slecht. De synergie met andere potentiële detailhandelsformules in

Rademakerstraat 20 (bijvoorbeeld huishoudelijke artikelen, warenhuis) is voor de gevestigde dagelijkse speciaalzaken beduidend kleiner dan met een supermarkt.

4. *Is er ruimte op het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat voor max. 900 m² detailhandel en/of horeca?*

Het centrum van Soesterberg is primair een boodschappencentrum. Daarbij bestaat ook in de toekomst nog een beperkte ruimte voor aanvullende branches, maar deze detailhandel is in hoge mate afhankelijk van de synergie met andere zaken (combinatiebezoeken). Concentratie van de detailhandel in de Rademakerstraat is essentieel om voldoende 'massa', passantenstromen en levendigheid te creëren. Bovendien is in deze straat sprake van een relatief grote leegstand, die bij voorkeur eerst moet worden ingevuld. Detailhandel op het terrein aan de hoek Kampweg/Banningstraat leidt tot een te grote spreiding van het aanbod in het centrum en vermindert de huidige leegstand zeker niet. Voor daghoreca met terras zien we op deze locatie wel perspectief. Voorbeelden zijn een lunchroom, ijssalon, koffiezaak, etc. (zie par. 3.2).

5. *Indien er marktruimte is voor de ontwikkeling van maatschappelijk of commercieel (detailhandel/horeca en leisure andere commerciële voorzieningen, welk oppervlak kan dan worden gerealiseerd op het terrein op de hoek Kampweg/Banningstraat?*

Voor detailhandel achten wij de locatie als vermeld minder kansrijk c.q. wenselijk. De omvang van een horecazaak als omschreven zal maximaal ca. 200-250 m² bvo omvatten. Voor de resterende maatschappelijk/commerciële ruimte is een invulling met bijvoorbeeld persoonlijke verzorging (kapsalon, etc.), dienstverlening met een zakelijk karakter, eerstelijns kliniek of maatschappelijke functies denkbaar.

Het centrum van Soesterberg heeft een relatief beperkte verzorgingsfunctie, primair gericht op boodschappen. Er is in de Rademakerstraat bovendien relatief veel leegstaand vastgoed beschikbaar voor nieuwe ontwikkelingen. Wij adviseren dan ook om pas tot realisatie van de resterende maatschappelijk/commerciële ruimte (650 à 700 m² bvo) over te gaan als zich een huurder of koper voor deze ruimte heeft aangevend en contractueel verbonden. Ontwikkeling t.b.v. de vrije markt is gegeven het marktperspectief en het beschikbare vastgoed in bijvoorbeeld de Rademakerstraat niet wenselijk in Soesterberg.

Er ontstaat de komende jaren in Soesterberg geleidelijk marktruimte voor een moderne discountsupermarkt, wat een belangrijke extra trekker kan worden voor het centrum. Het plan voor de locatie hoek Kampweg/Banningstraat biedt met 900 m² bvo echter onvoldoende ruimtelijke mogelijkheden hiervoor.

5. LADDER VOOR DUURZAME VERSTEDELIJING

Inleiding

In dit laatste hoofdstuk wordt de toekomstige invulling van een commercieel/maatschappelijke functie op het terrein hoek Kampweg/Banningstraat op hoofdlijnen getoetst aan de Ladder voor Duurzame Verstedelijking. Het betreft nadrukkelijk een globale toets. Normaliter wordt de Ladder namelijk als toetsingsinstrument gebruikt voor een concreet planologisch vastgelegd initiatief. Bijvoorbeeld een inpassing van een supermarkt met een bepaald vloeroppervlak. Aangezien er in dit geval nog geen concreet programma wat betreft branchering en omvang bekend is, kan niet specifiek op de effecten worden ingezoomd. Nadat een nadere branchering is vastgesteld voor de locatie kan de Ladder nader worden uitgewerkt.

Voor het achterliggende onderzoek en de uitgangspunten verwijzen we naar de hoofdstukken 2 en 3.

De Ladder toegelicht

In verband met bestemmingsplanwijzigingen is een gedegen ruimtelijk-functionele onderbouwing gewenst, mede omdat binnen de ruimtelijke ordening de nadruk ligt 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 projectafwijkingbesluiten die een 'nieuwe stedelijke ontwikkeling' mogelijk maken. Voor een meer uitgebreide toelichting is verwezen naar de bijlage.

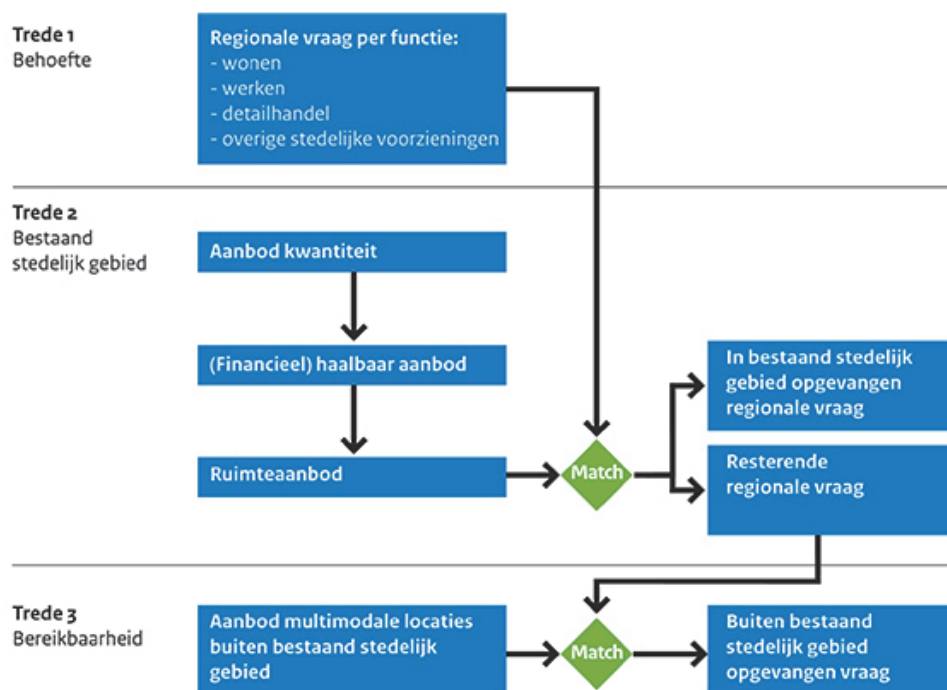
Bij de toepassing van de Ladder dienen de volgende treden doorlopen te worden:

Er wordt beschreven dat de voorgenomen stedelijke ontwikkeling voorziet in een actuele regionale behoefte.

- 1. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 1, blijkt dat sprake is van een actuele regionale behoefte, wordt beschreven in hoeverre in die behoefte binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan worden voorzien door benutting van beschikbare gronden door herstructurering, transformatie of anderszins.*
- 2. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel 2, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld.*
- 3. Indien uit de beschrijving, bedoeld in onderdeel b, blijkt dat de stedelijke ontwikkeling niet binnen het bestaand stedelijk gebied van de betreffende regio kan plaatsvinden, wordt beschreven in hoeverre wordt voorzien in die behoefte op locaties die, gebruikmakend van verschillende middelen van vervoer, passend ontsloten zijn of als zodanig worden ontwikkeld”.*

De Ladder toegepast

Navolgend worden de drie treden doorlopen waarbij onderscheidt wordt gemaakt in detailhandel, horeca en dienstverlening en een maatschappelijke invulling.



Trede 1: Actuele regionale behoefte

Zowel in kwantitatieve als kwalitatieve zin bestaat er in Soesterberg een actuele regionale behoefte aan uitbreiding van het detailhandelsaanbod. Dit vanwege de te verwachten, relatief grote groei van het inwonertal in de komende jaren, waardoor ook het draagvlak voor detailhandel toeneemt. Er wordt uitbreidingsruimte verwacht in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector. De te verwachten omzeteffecten van een ontwikkeling van de locatie hoek Kampweg/Banningstraat zijn lastig te ramen, omdat in deze specifieke casus de nogal brede groepen 'dagelijks' en 'niet dagelijks' zijn geanalyseerd. Met name onder het niet-dagelijkse aanbod wordt een aantal uiteenlopende branches geschaard die deels hun eigen doelgroepen en marktsegmenten bedienen en verschillende effecten kunnen hebben. De gemaakte marktberoeeningen geven dus enkel een indicatie van het functioneren van de detailhandel. Wel kunnen we nu al concluderen, dat op basis van deze marktberoeeningen in de meeste branches vooralsnog geen onaanvaardbare omzeteffecten worden verwacht van ontwikkeling van extra detailhandel voor het gevestigd aanbod. Dit overigens met uitzondering van de detailhandelsbranche Wonen, die in Soesterberg momenteel kwantitatief sterk is vertegenwoordigd. De vraag is wel gerechtvaardigd of de locatie hoek Kampweg/Banningstraat ruimtelijk-functioneel de beste locatie is voor nieuw detailhandelsaanbod (zie hoofdstuk 2 t/m 4).

Ook voor horeca en dienstverlening is een actuele regionale behoefte aangetoond. Uit de gemaakte marktanalyse blijkt dat het aanbod in de huidige situatie reeds iets kleiner is dan gemiddeld. Door de verwachte bevolkingsgroei neemt de regionale behoefte (markt-ruimte) en daarmee het omzetspotentieel voor Soesterberg verder toe. Vooral voor dag-horeca met terras zien we perspectief op de planlocatie. Voorbeelden zijn een lunch-room, koffiezaak, etc. Uitbreiding van de sector de dienstverlening biedt eveneens mogelijkheden, gegeven het extra draagvlak door de bevolkingsgroei. Voorbeelden van passende vormen van dienstverlening in het centrum van Soesterberg zijn makelaardij, financieel advies, verzekeringen, computerservice, etc.

De inpassing van maatschappelijke functies (cultuur, zorg, onderwijs, ontmoeting, etc.) is ruimtelijk-fysiek eveneens goed mogelijk op de locatie hoek Kampweg/Banningstraat. Er bestaan vanuit dat oogpunt op de locatie vooral potenties voor een eerstelijns kliniek (combinatie huisarts, tandarts, fysiotherapie, apotheek, etc.).

De sector maatschappelijke functies is door haar veelzijdigheid in samenstelling en doelgroepen te breed om op dat niveau adequaat te kunnen bepalen of er een regionale behoefte bestaat. De sector is i.t.t. bijvoorbeeld detailhandel, horeca en dienstverlening bovendien slechts in beperkte mate afhankelijk van economische marktwerking. Vaak worden initiatieven en financiering van realisatie en exploitatie vooral gestuurd vanuit politiek-maatschappelijke overwegingen. De kans op onaanvaardbare ruimtelijke effecten of leegstand elders wordt bij dergelijke besluitvorming veelal terdege meegewogen, ook vanuit financiële overwegingen.

De regionale behoefte voor maatschappelijke functies is in dit kader niet geraamd, maar gegeven de verwachte bevolkingsgroei in Soesterberg met ca. +42% tot 50% in 2025 t.o.v. de huidige situatie, zal de behoefte aan diverse maatschappelijke functies relatief fors toenemen voor een dorp van deze omvang.

De conclusie van de eerste trede is dat in elk geval voor commerciële voorzieningen en dienstverlening voldoende regionale behoefte kan worden aangetoond in Soesterberg. Voor specifieke maatschappelijke functies kan een uitwerking nodig zijn, ook gericht op de (ruimtelijke) effecten.

Trede 2: Aandacht voor leegstand en transformatie

De realisatie van een nieuw dorpshart heeft effecten op het functioneren van het huidige centrum. De recente verplaatsing van de Plus-supermarkt heeft het zwaartepunt van de detailhandel in oostelijke richting verschoven. Onderhavige rapportage heeft aangetoond dat wanneer het terrein hoek Kampweg/Banningstraat zou worden ingevuld met detailhandel, het zwaartepunt hiervan verder verschuift naar het oosten. Tevens is betoogd dat een dergelijke verschuiving het economisch functioneren van het centrum kan aantasten, met negatieve ruimtelijke effecten.

Relevant is dat niet zozeer de uitbreiding van de detailhandel tot onaanvaardbare omzetteffecten kan leiden; er is in Soesterberg immers relatief veel marktruimte voor uitbreiding. Wel kan de geografische versnippering van het aanbod negatieve ruimtelijke effecten genereren. Juist centra met primair een boodschappenfunctie, zoals Soesterberg, moeten streven naar een compact en goed bereikbaar winkelcentrum. Vestiging van detailhandel op de locatie hoek Kampweg/Banningstraat kan leiden tot minder passanten in het kerngebied van het centrum (omgeving Plus supermarkt), met mogelijk opheffing van zaken en leegstand als gevolg.

Indien gekozen wordt voor horeca en dienstverlening op de planlocatie wordt de centrumfunctie van Soesterberg verbreed, zonder wezenlijk effect op de detailhandel in het centrum. Ditzelfde geldt voor de invulling van maatschappelijke voorzieningen. We gaven al aan dat de hoek Kampweg/Banningstraat vooral gunstig is gesitueerd voor recreatieve bezoekers aan het centrum en met name fietsers.

Derde trede: Niet binnen bestaand stedelijk gebied

De beoogde ontwikkeling bevindt zich binnen bestaand stedelijk gebied. Weliswaar betreft het een nu braak liggend terrein aan de rand van het centrum, met de bestemming 'wijk-groen', maar een invulling als aangegeven betreft een verdichting van, en geen uitbreiding van het bestaand stedelijk gebied.

Conclusie

Op basis van onderhavige rapportage en een globale toets aan de Ladder is te verwachten dat indien het terrein Kampweg/Banningstraat met detailhandel (niet zijnde een moderne discountsupermarkt) wordt ingevuld dit negatieve effecten zal hebben op de detailhandelsstructuur. Immers het zwaartepunt verschuift in oostelijke richting en daarmee verslechtert mogelijk het functioneren van het westelijk deel. Dit effect is overigens wel sterk afhankelijk van de branche, winkelformule en omvang.

In het licht van de verwachte bevolkingsgroei is in kwantitatieve zin voldoende actuele ruimtelijke behoefte aangetoond voor een invulling van het terrein met horeca, dienstverlening of maatschappelijke functies. Betoogd is dat deze functies, door de functieverbreding van het centrum, per saldo ook positieve effecten kunnen hebben op de detailhandelsstructuur en de leegstand, die in Rademakerstraat reeds aanzienlijk is.

Het is aan de gemeente om een keuze te maken in de invulling van het gebied. Voor een horeca-ontwikkeling van maximaal ca. 200-250 m² bvo zien we goede perspectieven. Het advies is om pas tot realisatie van de resterende maatschappelijk/commerciële ruimte (650 à 700 m² bvo) over te gaan, als zich een huurder of koper voor deze ruimte heeft aangediend en contractueel verbonden. Ontwikkeling t.b.v. de 'vrije markt' is gegeven de huidige en verwachte toekomstige marktontwikkeling niet wenselijk.

De omgeving Kampweg/Banningstraat is in principe een goede en wellicht de enige geschikte locatie voor een moderne discountsupermarkt in het centrum van Soesterberg. Daarvoor ontstaat op termijn voldoende behoefte (marktruimte). De ruimtelijke mogelijkheden in het plan zijn met 900 m² bvo evenwel onvoldoende voor een dergelijke trekker.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Trends in horeca en dienstverlening

1. Trends in de horecasector

Er hebben zich de afgelopen jaren veel ontwikkelingen voorgedaan in de (restaurantieve) horeca, zowel aan de vraag- als de aanbodzijde.

Horeca verlevendigt gebieden

Er zijn in Nederland ruim 42.000 horecazaken, waaronder ruim 17.000 drankverstrekkers, ruim 10.500 fastservice-zaken (snackbars, etc.), ruim 11.000 restaurants. In 2013 realiseerde de restaurantieve horeca (dus excl. hotels) een omzet van **9,8 miljard euro** (excl. btw). Wel staat de sector de afgelopen jaren economisch onder druk, door kritische consumenten, de opkomst van alternatieve aankoopplaatsen (zondagopening supermarkten), stijgende kosten en nieuwe wet- en regelgeving. Met name zaken die zich niet goed weten te profileren of onderscheiden ondervinden negatieve effecten. Toch zijn er ook anno 2015 nog legio kansen voor de sector, mits zaken zich sterk en onderscheidend profileren. Opvallend is de recente opkomst van (soms grootschalige) buffetrestaurants en tapasformules.

Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig wel eens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. In toenemende mate wordt het **economisch en sociaal-maatschappelijk belang** van een sterke horecasector erkend, ook door overheden. Horeca richt zich steeds meer op **vermaak en beleving** en moderne zaken zijn actief bezig met productontwikkeling, marketing en organisatie van activiteiten en arrangementen. Sterke horeca zet een gebied op de kaart, ook voor bovenlokale bezoekers.



Dit heeft ook effecten op de ruimtelijke eisen en structuur van de sector. De belangrijkste zijn:

- **Multifunctionaliteit:** horecabedrijven bieden een steeds bredere menukeuze, met per dagdeel verschillende doelgroepen. Ook worden vaker culturele en recreatieve activiteiten georganiseerd.
- **Hoofdfunctie vervaagt:** traditioneel baseerden bestemmingsplannen zich primair op hoofdfuncties als verstrekken van alcoholvrije dranken dan wel bereide kleine etenswaren. Mede door de toenemende multifunctionaliteit zien we steeds meer combinatievormen (lunchroom, konditorei, Bagels&Beans).

- **Schaalvergroting:** zaken worden groter, vanwege de gewenste multifunctionaliteit en/of omzeteisen.
- **Vervlechting horeca en detailhandel:** In steeds meer zaken kun je iets eten of drinken. Vooral dagelijkse zaken ontplooiën steeds meer horeca-activiteiten; belegde broodjes, snacks, koffie/thee, verse sappen, etc. Andersom wenst de horeca ook producten die zij serveert te verkopen; olie, wijn, receptenboek, etc. Cross-selling heeft de toekomst.
- **Industrieel erfgoed:** De robuuste, ongepolijste en 'stoere' uitstraling, beschikbare ruimte en parkeerruimte bieden bijzondere kansen voor horeca en aanverwante activiteiten. Ook wel gekenschetst als 'Nouveau Ruig'.
- **Opkomst specialistische koffieformules:** opvallende ketenvorming, met ook op lokaal niveau veel initiatieven. Bekende spelers zijn Starbucks en Coffeecompany. Voor jongeren en ZZP-ers hebben deze zaken vaak een belangrijke ontmoetingsfunctie.

2. Trends in dienstverlening

De dienstverlening is een gevarieerde sector met veel dynamiek en een sterke groei van het aanbod. De sector is in te delen in een aantal hoofdgroepen: publieksgericht, zakelijk (B2B) en ambacht. De schaalvergroting in de sector is relatief beperkt, de ontwikkelingen zijn nogal onvoorspelbaar.

- De dienstverlening is de sector met het grootste aandeel startende ondernemers. Ruim 60% van de starters in Nederland begint in de dienstverlening. Het zijn vaak eenpersoonsbedrijven (startups).
- Innovatiekansen en onderscheidend vermogen nemen toe wanneer ondernemers uit cultuur, dienstverlening, horeca, recreatie en detailhandel samenwerken.
- Binnen de dienstverlening is vooral in de branches kappers, kinderopvang, make-lars en uitzendbureaus een opkomst van formules en aantal vestigingen zichtbaar.



- Het aantal vestigingen in de *uitzendbranche* groeit nog steeds fors. Bedrijfsleven en overheid blijven streven naar flexibilisering van arbeid. Dit biedt extra kansen voor de uitzendbranche. Wel is het gebruik van internet (vacaturesites, social media) zeer populair, wat op termijn een bedreiging kan vormen voor de fysieke vestigingen.

- Bij *kapsalons* is een uitbreiding van het dienstenpakket met schoonheids- en nagelverzorging, visagie en zonnebanken, maar vooral ook combinaties op het gebied van lifestyle en mode zichtbaar. Er is meer aandacht voor service op maat.
- Het aantal kapsalons neemt toe, terwijl het aantal kappersbezoeken daalt. Het aantal grootschaligen (zowel franchise- als filiaalbedrijven), maar ook het aantal zelfstandige ondernemers neemt toe. Dit leidt tot een sterkere lokale concurrentie, de ‘kapper op de hoek’ komt hierdoor steeds meer in de knel. Voor kapsalons is een duidelijke en herkenbare keuze voor de bediening van een specifieke doelgroep belangrijk.
- In de *schoonheidsverzorging* is een duidelijke verschuiving merkbaar naar het gespecialiseerde bedrijf. De consument zoekt steeds gericht naar specialistische behandelingen. Dit gaat gepaard met een afname van het aantal aan huis gevestigde bedrijven en een toename van de vestigingen in bedrijfspanden.
- De grootste toename van het aantal ondernemers in de *ambachtelijke* sector heeft plaatsgevonden in de uiterlijke verzorgingsbranche (o.a. kapsalon, schoonheidsspecialist).
- De *kledingreparatie* en -aanpassing laat een duidelijke groei zien, door een toename van de vraag. Bijna twee derde van de bedrijven is in of bij een woonhuis gevestigd, hetgeen het imago van de branche weinig goed doet en ten koste kan gaan van de omzet. Het is met name om het professionele imago te versterken en de klandizie de verwachting dat de bedrijven zich meer en meer gaan vestigen in bedrijfspanden in en rond centra. Vaak betreft dit goed bereikbare entreegebieden c.q. aanloopstraten van grotere winkelcentra
- In *financiële dienstverlening* valt op dat het aantal ‘reguliere’ bankvestigingen afneemt, maar tegelijkertijd is nog steeds groei zichtbaar in niet-bankgebonden hypotheek- en verzekeringsadvies.
- Het aantal *makelaars* zal de komende jaren naar verwachting afnemen. Deels wordt dit gecompenseerd door de opkomst van bureaus die bemiddelen bij de verhuur van moeilijk verkoopbare woningen.
- In de *gezondheids- en welzijnszorg* is een sterke opkomst van commerciële formules zichtbaar. Deze zijn er in alle soorten en maten en soms gevestigd in aanloopstraten. Ook de verbreding van huisartspraktijken (eerstelijnszorg) tot soms zelfs kleine klinieken is opvallend.
- Steeds meer grote formules ontwikkelen fysieke *afhaalpunten* voor producten die online zijn besteld. Ruimte en bereikbaarheid zijn belangrijke eisen.
- In de primair *zakelijke dienstverlening* (business-to-business) heeft recent veel schaalvergroting plaatsgevonden. Het is echter een dynamische sector, waar continue nieuwe dienstverleningsconcepten worden ontwikkeld, tegenwoordig vooral op het vlak van ICT en webdesign.

Bijlage 2: Voorbeelden branches dienstverlening

Voorbeelden branches dienstverlening

Particuliere dienstverlening

Videotheek	Kinderopvang
Reisbureau	Dierentrimsalon
Uitzendbureau	Uitvaartverzorging
Bellen, internet	Etc.

Ambachtelijke activiteiten, reparatie

Schoenreparatie/sleutels	Reparatie electro, uurwerken, etc.
Kledingreparatie, kleermaker	Drukwerk, kopieershops
Edelsmid	Fotograaf
Stoffeerderij, meubelmakerij	Stomerij, wassalon
Pottenbakker	Etc.
Lijstenmaker	

Persoonlijke verzorging

Kapsalon	Fitnesscentrum
Schoonheidssalon, pedicure	Sauna
Tattoo/Piercing	Zonnebankstudio
Massagesalon	Etc.

Financiële dienstverlening

Bank	Verzekeringen
Financieel intermediair	Etc.

Handel onroerend goed

Makelaardij	Etc.
-------------	------

Zakelijke diensten

Advocatenkantoor	Accountant
Adviesbureau-klein (max. 15 werknemers)	Reclamebureau
Adviesbureau-groot (min. 16 werknemers)	Webdesign
Notaris	Ontwerp, grafisch design
Callcenter	Etc.
Architectenbureau	

Bijlage 3: Begrippenlijst

BVO/WVO

- Bruto verkoop vloeroppervlak: zowel de voor het publiek toegankelijke ruimten als de ruimten die alleen voor het personeel toegankelijk zijn.
- Winkelverkoop vloeroppervlak: alleen de voor het publiek toegankelijke ruimten

Detailhandel (als activiteit)

Het bedrijfsmatig te koop aanbieden, waaronder de uitstalling ten verkoop, verkopen en/of leveren van goederen aan de uiteindelijke gebruiker of verbruiker.

Dagelijkse artikelen

Voedings- en genotmiddelen (vgm) en artikelen op het gebied van persoonlijke verzorging. In de praktijk gaat het hierbij om supermarktaanbod, aanbod in vgm-speciaalzaken, drogisterij- en parfumeriezaken

Bestedingspotentieel

Totaal aan winkelbestedingen die door de inwoners van een bepaald gebied gedaan kunnen worden. Gebaseerd op inwoneraantal en gemiddelde (landelijke) toonbankbesteding per hoofd van de bevolking. Groepering daarvan noemt men bestedingsvolumes.

Winkel verkoopvloeroppervlak (wvo)

Winkelruimte die voor de consument toegankelijk is (dus exclusief magazijn, kantoor, etalage, etc.)

Vloerproductiviteit

Gemiddelde omzet in gevestigde winkels per m² verkoopvloeroppervlak (wvo).

Koopkrachtbinding

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun bestedingen verrichten bij winkels die in dat gebied gevestigd zijn.

Koopkrachtafvloeiing

Mate waarin inwoners van een bepaald gebied hun detailhandelsbestedingen plaatsen bij gevestigde winkels **buiten** dat gebied.

Koopkrachttoevloeiing

Mate waarin inwoners van **buiten** een bepaald gebied detailhandelsbestedingen plaatsen bij winkels die **in** dat gebied gevestigd zijn (aandeel omzet van buiten).

