Den Haag

Richard de Mos
Wethouder van Economie, Sport en Buitenruimte

040

Retouradres: Postbus 12600, 2500 DJ Den Haag

Aan de voorzitter van de Commissie Bestuur

Ons kenmerk
DSO/2018.874
RIS301527
Contactpersoon
R. Zijderveld/C. Remmerswaal
Dienst
Dienst Stedelijke Ontwikkeling
Afdeling
Economie
Telefoonnummer
14070
E-mailadres
rick.zijderveld@denhaag.nl

Datum
19 februari 2019

Onderwerp
Retailmonitor Den Haag 2017

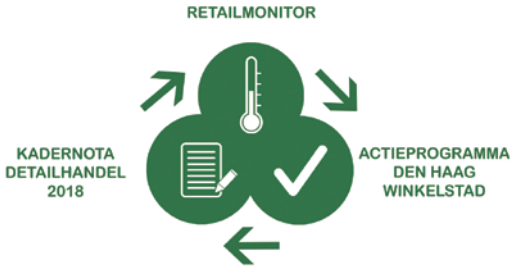
Geachte voorzitter,

Bijgaand ontvangt u ter informatie de Retailmonitor Den Haag 2017. Sinds 2006 monitort Den Haag eens in de vier jaar al haar winkelgebieden. Met de Retailmonitor brengt Den Haag op unieke en overzichtelijke wijze in beeld hoe de Haagse winkelgebieden zich in de tijd en ten opzichte van elkaar ontwikkelen. Uniek omdat er geen andere steden zijn die een vergelijkbaar instrument gebruiken. Zeer praktisch, omdat de monitor actief gebruikt wordt als naslagwerk en databron door de gemeente Den Haag zelf, maar vooral ook door private partijen! De economische crisis ligt achter ons, maar nieuwe trends en ontwikkelingen in het winkellandschap blijven onze actieve aandacht vragen.

De retailmonitor bestaat uit:
- een samenvatting met de belangrijkste uitkomsten;
- een hoofdrapport met een beschrijving van de aanpak, algemene ontwikkelingen in landelijk perspectief en overkoepelende resultaten voor Den Haag (bijlage 1) en;
- factsheets per winkelgebied met informatie en analyse over de basis kwaliteit en het economisch functioneren (bijlage 2).

Retailmonitor belangrijk onderdeel van dynamisch retailbeleid
De retailmonitor maakt deel uit van het dynamische retailbeleid van gemeente Den Haag, dat uit drie onderdelen bestaat.

Het ruimtelijk planologisch beleid ligt vast in de *Kadernota Detailhandel Den Haag* (RIS 300626). Met de *retailmonitor* wordt de hoofdwinkel-structuur vastgelegd en krijgen we een goed beeld van de afzonderlijke winkelgebieden. Deze gegevens gebruiken we om heldere keuzes te maken met betrekking tot onze inzet; waar we wel en niet investeren en faciliteren. Dit doen we door begin 2019 een nieuw *Actieprogramma Den Haag Winkelstad* op te stellen.



Het gaat beter met de Haagse winkelgebieden, maar aandacht blijft geboden!

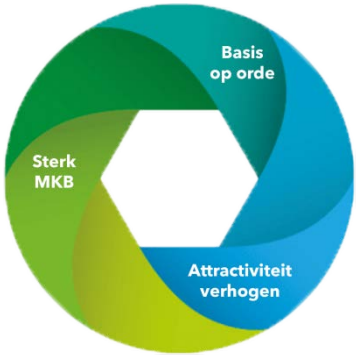
De tijd van laagconjunctuur en dalende bestedingen lijkt achter ons te liggen. De economie trekt aan, de bevolking neemt toe, de consument besteedt weer meer geld en de omzet in de retail stijgt. Tenminste, dat is wat de algemene beeldvorming van de afgelopen jaren ons doet geloven. Tegelijkertijd zijn er berichten dat de technologische ontwikkelingen en onlineontwikkelingen gestaag blijven groeien en dat online het misschien wel van offline gaat winnen. De concurrentie is toegenomen, waardoor veel winkelformules en ondernemers onder druk staan. Het gedrag van de consument is door de jaren heen veranderd en retailondernemers zullen daarop in moeten spelen. Om als ondernemer te kunnen blijven bestaan, maar ook om winkelgebieden toekomstbestendig te houden. En dat willen we (!), want retail draagt bij aan het vergroten van de leefbaarheid voor de inwoners van de stad. Daarnaast zorgt de sector voor veel banen, met name onder praktisch opgeleiden.

De inzet op minder, maar betere winkelgebieden werpt zichtbaar haar vruchten af. De werkgelegenheid is gestegen en de leegstand afgenomen. Het aantal verspreide winkels is afgenomen en de winkelgebieden worden compacter. Dat is ook binnen winkelgebieden te merken; sterke en centrale delen winnen aan kracht, randen hebben het moeilijker. Haagse winkelgebieden scoren over het algemeen goed op commerciële kwaliteit, wat inhoudt dat ze goed georganiseerd zijn, de online vindbaarheid steeds beter is en de basis is op orde (schoon, heel en veilig.

Vooruitblik op actieprogramma

Het gaat duidelijk beter met Den Haag Winkelstad maar de vlag kan nog niet uit! Herstel is sinds de crisis nog niet in alle winkelgebieden aanwezig. Voor alle winkelgebieden en ondernemers geldt dat met de veranderende behoefte van de consument, er volop moet worden geanticipeerd en geïnnoveerd. Door de veranderende markt betekent dit dat er minder behoefte is aan winkelmeters en dat we op een aantal locaties oplossingen zoeken in transformatie en krimp. Het actieprogramma zal ingaan op drie pijlers. De basis op orde, investeren in samenwerking en ondernemerschap en het verhogen van de attractiviteit.

Er moet continu worden gekeken waar behoefte aan is. Dat geldt voor ondernemers en winkelgebieden, maar evengoed voor het retailbeleid dat de gemeente Den Haag voert. Concreet geldt dat we alert zijn en blijven inzetten op betere maar minder winkelgebieden en op vernieuwende wijze inspelen op de constant veranderende toekomst. Welke keuzes worden gemaakt en hoe gaan de aankomende jaren er voor Den Haag winkelstad uit zien? Dat komt naar voren in het nieuwe Actieprogramma Den Haag Winkelstad dat begin 2019 wordt opgesteld.



Samenvatting uitkomsten retailmonitor

Deze notitie geeft aan waar we de monitor voor gebruiken en de gaat in op de belangrijkste trends en uitkomsten. Onderstaand een infographic waar de belangrijkste uitkomsten in beeld zijn gebracht. Voor meer specifieke informatie over de methode, de algemene trends en uitkomsten en de informatie per winkelgebied verwijzen we naar het hoofdrapport (bijlage 1) en de factsheets (bijlage 2).


WAT WIL DE CONSUMENT?
Boodschappen lokaal dicht bij huis of (onderweg) op makkelijk bereikbare plekken.
Grote centra met veel keuze en veel beleving.
Dankzij nieuwe technologieën zelf bepalen waar, wanneer en via welk kanaal er iets gekocht wordt.
WAT WERKT?
Compact winkelgebied met compleet aabod, die goed bereikbaar zijn.
Centrale gebieden winnen kracht. Randen sterven af.
Traffic locaties groeien. (benzinestations, ziekenhuizen)
Multifunctionele winkelgebieden ingericht als sociale omgeving.
WELKE WINKELGEBIEDEN SCOREN?
Grote Marktstraat
De Passage
Hoogstraat / Noordeinde
2
1
3
Binnenstad
Weimar straat
Frederik Hendriklaan
Theresia straat
2
1
3
Stedelijke winkelstraat
2
Den Haag 2e binnenstad van Nederland (o.b.v. internationale winkelketens).
Waldeck
De Savornin Lohmanplein
Maria hoeve
2
1
3
Wijkwinkelcentra groot
De Stede
't Hoge Veen
Hoge Veld
2
1
3
Wijkwinkelcentra klein
HOE ZIJN DE ONTWIKKELINGEN?
Licht herstel algemeen economisch functioneren. Nog niet in alle winkelgebieden.
De algemene basiskwaliteit is gelijk gebleven. Stijgende lijn ingezet in enkele gebieden.
FOR RENT
Leegstand sterk geconcentreerd. Excl. Megastores, New Babylon & Leyweg is leegstand 7,1 %. Vergelijkbaar met landelijk gemiddelde.
HAAGSE WINKELGEBIEDEN
commerciële kwaliteit
Goede online vindbaarheid
BIZ
Keurmerk Veilig Ondernemen (KVO) actief
Hoge organisatiegraad
(BIZ of winkeliersvereniging)
Verspreide winkels afgelopen 5 jaar afgenomen. Concentratie genereert beter aanbod.
MINDER MAAR BETER
m2
Lichte stijging vloeroppervlak. Daling van het aantal winkels.
Gemiddeld 3% stijging huurprijzen binnenstad. Kleine daling huurprijzen overige winkel-gebieden (gemiddeld -1%);
In deelgebieden grote uitschietsers huurprijzen.
O.a: Noordeinde (+20%), Chinatown (-10%), Willem Royaardsplein (-38%).
VREDE EN RECHT
Den Haag

Waar worden de uitkomsten van de Retailmonitor voor gebruikt?
1. als informatiebron voor de gemeente, maar ook voor private partijen, zoals onder andere retailers, beleggers, ontwikkelaars, makelaars en andere belangstellenden;
2. om heldere keuzes te maken en te bepalen welke winkelgebieden tot de hoofdwinkelstructuur behoren;
3. als input voor het Actieprogramma Den Haag Winkelstad: waar gaan we de aankomende vier jaar op inzetten? Welke gebieden hebben een steuntje in de rug nodig en waar liggen kansen?

Instrument voor bepalen van de hoofdwinkelstructuur
De Retailmonitor dient als instrument om de hoofdwinkelstructuur van Den Haag te bepalen. De gemeente voert al jaren een restrictief beleid ten aanzien van reguliere detailhandel buiten de hoofdwinkelstructuur. Hiermee kan de kwaliteit van de bestaande winkelgebieden worden behouden en worden investeringen (publiek en privaat) zoveel mogelijk geconcentreerd en daarmee effectief ingezet.

Gezien de economische realiteit is het maken van scherpe keuzes over de hoeveelheid en omvang van winkels en winkelgebieden belangrijk. Daarom zetten we al jaren in op minder, maar betere winkelgebieden. Immers niet elk winkelgebied is op termijn voldoende toekomstbestendig. Investeringen in behoud of revitalisering zullen dan geen resultaat geven. Per saldo is het aantal winkelgebieden binnen de hoofdwinkelstructuur teruggelopen tot 68 nu. In de Kadernota Detailhandel Den Haag (RIS 300626) is opgenomen dat de detailhandelsmonitor de hoofdwinkelstructuur en daarbinnen het aantal winkelgebieden bepaald. Deze wordt hiermee periodiek herijkt.

Trends en ontwikkelingen
Het inwonertal en de toeristische functie van Den Haag blijven toenemen, waarmee een goede basis is gelegd voor Den Haag als aantrekkelijke winkelstad. Het perspectief is gunstig, maar de landelijk economische ontwikkelingen en vooral de veranderingen in de markt en het consumentengedrag zorgen ervoor dat er continu aan de kwaliteit van het aanbod moet worden gewerkt.

De behoefte van de consument verandert niet alleen, de consument maakt ook een scherpere keuze. Winkelen doen ze in grote centra met veel keuze en veel beleving. Boodschappen doen ze lokaal dicht bij huis of (onderweg) op 'logische' makkelijk bereikbare plekken. De winkelgebieden die daar tussen vallen slaan ze 'over'. Nieuwe media en nieuwe technologieën versnellen dit proces. De consument bepaalt zelf waar, wanneer en via welk kanaal hij zich oriënteert en aankopen doet. Slimme retailers spelen hierop in door hun offline en online aanwezigheid te combineren en elkaar te laten versterken. Ze zetten in op de zogeheten omnichannel retail.
Dankzij de ontwikkelingen ontstaat een steeds scherpere scheiding tussen succesvolle en minder succesvolle winkelgebieden. Deze tweedeling is vaak ook binnen winkelgebieden zichtbaar: het centrale deel wint aan kracht en de randen sterven af, transformeren naar andere (publieks)functies of worden experimenteerzones voor startende ondernemers.

Uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2016 komt de tweedeling van winkelgebieden ook naar voren:
- Er wordt meer besteed aan non-food in grote binnensteden en stadscentra;
- Dorpscentra en kleine wijkcentra (< 5.000 m² wvo) zien hun positie versterken doordat consumenten meer lokaal boodschappen doen;
- Voorzieningen bij locaties waar veel mensen passeren of samenkomen, zoals stations, benzinestations, ziekenhuizen, hogescholen, etc. krijgen een steeds belangrijkere rol;
- Middelgrote centra, wijk- en stadsdeelcentra (> 10.000 m² wvo) zien hun positie daarentegen juist verzwakken.

De omzetten in de non-food zijn sinds 2008 flink afgenomen. In de food-sector blijven deze gestaag toenemen, echter komt dit met name door inflatie. In dezelfde periode is het winkelvloeroppervlak in bijna alle branches gestegen. Dalende omzetten in combinatie met een stijgend oppervlak, leidt tot een afname van de vloerproductiviteit. Een belangrijke indicator voor het economisch functioneren van de retail. Sterke groei, of terugkeer daarvan, is niet vanzelfsprekend.

Haagse Retailmonitor: basiskwaliteit en functioneren winkelgebieden

De Retailmonitor geeft een positie en een ontwikkeling van de 68 winkelgebieden, die voldoen aan de definitie zoals gesteld in de Kadernota Detailhandel. De winkelgebieden zijn beoordeeld op 55 criteria met een onderscheid in twee hoofdindices: basiskwaliteit en economisch functioneren.

Onder basiskwaliteit vallen de deelindicatoren; vraag, aanbod, locatie, fysieke kwaliteit en commerciële kwaliteit. Economisch functioneren is opgebouwd door de deelindicatoren; leegstand, huurprijzen, vloerproductiviteit en de Retail Risk Index (wat is het risico op leegstand in de komende jaren).

- De basiskwaliteit is in zijn totaliteit gelijk gebleven aan 2013, maar verschilt per winkelgebied met een indexbandbreedte van 73 tot 125 (Den Haag gemiddeld = 100). De Binnenstad scoort naar verhouding hoog, vooral door het grote vraagpotentieel en een groot en divers winkelaanbod. Ook op fysieke kwaliteit scoort de binnenstad hoog. Er zijn grote investeringen gedaan, zoals in de Grote Marktstraat, De Passage, De Markies en buiten de binnenstad Hollands Spoor en Waldeck.
- Het economisch functioneren van de individuele winkelgebieden loopt meer uit een. Hier is sprake van een indexbandbreedte variërend van 61 tot 138 (Den Haag gemiddeld = 100). Tussen de type winkelgebieden zijn de verschillen wel kleiner. Vooral de wijkwinkelcentra scoren goed op economisch vlak. Over het algemeen is er een positief verband tussen de basiskwaliteit en het economisch functioneren. Dit verband is voor wijkwinkelcentra het sterkst, vooral de grotere.

Haagse Retailmonitor: hoe zijn de ontwikkelingen?

Toename multifunctionaliteit winkelgebieden
Als reactie op de genoemde ontwikkelingen zien we een geleidelijke daling van het aantal winkels en een vrijwel stabiel blijvend winkelvloeroppervlak. Het aandeel winkels in de winkelgebieden is met 5% afgenomen van 58% in 2013 tot 53% nu. De daling wordt deels opgevangen door her-invulling met andere voorzieningen, zoals horeca en diensten en deels door omvorming tot woningen of andere functies. De rol van winkels in de winkelgebieden verandert. De gebieden worden meer multifunctioneel en worden ingericht als sociale omgeving. Dit geldt voor alle typen winkelgebieden.

Schaalvergroting; minder maar gemiddeld grotere winkels (totale oppervlakte blijft stabiel)
De trend van schaalvergroting is ook zichtbaar in Den Haag. Het aantal winkels is tussen 2013 en 2017 met 5% afgenomen. Deze daling doet zich in nagenoeg alle typen winkelgebieden voor. Het winkelvloeroppervlak is iets toegenomen met 2%. Dit komt vooral voor rekening van de in april 2017 geopende Hornbach bouwmarkt. Zonder deze ontwikkeling is het oppervlak stabiel. Er is daarmee sprake van een geleidelijke schaalvergroting van het aanbod. Het aantal winkels neemt af terwijl het totale oppervlak gelijk blijft. Gemiddeld gaat het om 5%. In de kleine wijkwinkelcentra is de schaalvergroting 10%.

Daling verspreide winkels; concentratie in hoofdwinkelstructuur
Winkels die buiten de hoofdwinkelstructuur liggen noemen we verspreide bewinkeling. Het beleid van de gemeente is erop gericht de verspreide bewinkeling terug te dringen, om zodoende de winkelgebieden aan kracht te laten winnen. Het aantal verspreide winkels is in de afgelopen 5 jaar daadwerkelijk teruggedrongen, van 1.026 naar 962.

Leegstand hoofdwinkelstructuur laag; voor 60% geconcentreerd op drie locaties
Het leegstandpercentage van Den Haag in 2017 lag rond de 9,4%. Dit percentage is gecorrigeerd op leegstaande panden van dienstverlening en ambachten binnen de winkelgebieden. Het percentage ligt hoger dan het landelijke gemiddelde, maar wel gelijk aan het leegstandsniveau van Rotterdam en Utrecht. Den Haag kent drie locaties waar leegstand sterk geconcentreerd is; de Leyweg, de Megastores en New Babylon. Exclusief deze drie locaties komt het leegstandpercentage van Den Haag in de hoofdwinkelstructuur op 4,9%.

Sterke concentratie winkels in binnenstad Den Haag; tweede binnenstad van Nederland
Net als in 2009 en 2013 is de Haagse binnenstad, gerekend naar het aantal internationale winkels, na Amsterdam de tweede binnenstad van Nederland. Naar oppervlak is het de derde binnenstad, dan is ook Rotterdam iets groter. Het aanbod in de gemeente is sterk geconcentreerd in de binnenstad en speelt zo in op het consumentengedrag, waarbij mensen behoefte hebben aan sterke grote binnensteden met veel keuze en beleving. Dit is de kracht van de Haagse binnenstad.

Totaal aanbod winkels relatief klein; weinig winkelmeters per inwoner
Het totale winkelaanbod in Den Haag is daarentegen relatief klein. Zowel in de dagelijkse als in de niet-dagelijkse sector is het oppervlak per inwoner het laagst van de vier grote steden in Nederland. Dit wordt mede veroorzaakt door de aanwezigheid van belangrijke winkelcentra in de agglomeratiegemeenten die ook een functie hebben voor delen van de Den Haag.

Wijkwinkelcentra scoren hoog op locatiekwaliteit
De wijkwinkelcentra, en dan met name de grote wijkcentra, scoren goed op locatie kwaliteit. Het zijn centra die centraal gelegen zijn in het primaire verzorgingsgebied, goed bereikbaar, goed parkeren, goed zichtbaar, etc. Bij de stedelijke winkelstraten blijft dit negatief scoren. Veelal inherent aan de ruimtelijke stedelijke omgeving zijn vooral de bereikbaarheid en parkeermogelijkheden voor de auto beperkt.

Fysieke kwaliteit; investeren in openbare ruimte werpt vruchten af
We investeren in Den Haag veel in de openbare ruimte, maar moeten hier continu aandacht voor blijven houden. Bij fysieke kwaliteit gaat het om onderwerpen als gevelbeeld en -onderhoud en de inrichting van de openbare ruimte met groen/blauwe elementen, objecten en verlichting. In de binnenstad en in de bijzondere winkelgebieden is dit goed op orde. In de wijkwinkelcentra kan dit nog verder worden verbeterd. De stedelijke winkelstraten scoren op dit vlak het laagst. Vooral de sfeer verhogende elementen ontbreken in deze winkelstraten.

Hoge score Haagse winkelgebieden op commerciële kwaliteit
De winkelgebieden in Den Haag scoren over het algemeen hoog op het vlak van commerciële kwaliteit. Hierbij gaat het om online vindbaarheid van winkelgebieden (social media, website) en om organisatiegraad, eigendomssituatie (en vereniging daar van) en KVO (keurmerk veilig ondernemen). De hoge organisatiegraad springt hier in positieve zin boven uit. 23 winkelgebieden hebben één eigenaar en in de winkelgebieden met meerdere eigenaren is er in 20 daarvan een BIZ of een winkeliersvereniging actief. Vooral stedelijke winkelstraten scoren op het vlak van organisatie hoog. Datzelfde geldt voor de online vindbaarheid van deze straten.

Huurprijzen in Den Haag stabiel; wel grote verschillen tussen winkelgebieden
Voor Den Haag in zijn totaliteit is het huurprijsniveau nauwelijks veranderd. In de periode 2013 tot 2017 zijn de winkelhuren met 0,14% gestegen. Tussen de typen winkelgebieden kunnen drie ontwikkelingen onderscheiden worden:

- Een stijging van de huurprijzen in de binnenstad van gemiddeld +3%.
- Een kleine daling van de huurprijzen in stedelijke winkelstraten (-1%), grote winkelwinkelcentra (-2%) en kleine wijkwinkelcentra (-1%).
- Een stabilisatie van de huren in de overige winkelgebieden.

De echt grote verschillen liggen tussen de individuele winkelgebieden. In de binnenstad zijn er bijvoorbeeld grote verschillen tussen deelgebieden. In sommige deelgebieden is er een sterke stijging, zoals Hoogstraat/Noordeinde (+20%) of De Passage (+14%). In sommige is er juist een scherpe daling, zoals Haagsche Bluf (-20%) en Chinatown (-10%). Buiten de binnenstad zien we vooral grote verschillen in de stedelijke winkelstraten. Sommige straten plussen met 40%, andere zijn stabiel. Er is een aantal gebieden met een flinke huurdaling. Uitschieters zijn Willem Royaardsplein (-38%) en Neherkade/Laakweg (-20%).

Winkelgebieden Ranglijst; voorhoede tekent zich steeds duidelijker af
Er tekent zich een duidelijke voorhoede af van gebieden die consequent hoog scoren op een groot aantal indicatoren. In de binnenstad zijn De Passage, Grote Marktstraat en Hoogstraat/ Noordeinde gebieden die het jaar in jaar uit goed doen. Als stedelijke winkelstraat scoort Fredrik Hendriklaan al jaren goed. Theresiastraat en vooral Weimarstraat zijn flink gestegen ten opzichte van 2013 en scoren nu ook goed. Bij de wijkwinkelcentra scoren De Savornin Lohmanplein en Waldeck (beide grote wijk-winkelcentra) en ’t Hoge Veen, De Stede en Hoge Veld (kleine wijkwinkelcentra) al meerdere jaren hoog.

Met vriendelijke groet,
Richard de Mos