



**Marktonderzoek detailhandel
en horeca Binckhorst (Den
Haag)**

22 december 2017

Eindrapport

**BUREAU
STEDELIJKE
PLANNING**

Status:

Eindrapport

Datum:

22 december 2017

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv

Silodam 1E

1013 AL Amsterdam

020 - 625 42 67

www.stedplan.nl

amsterdam@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:

Sandra Beentjes MSc.

Drs. Toine Hooft

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

In opdracht van:

gemeente Den Haag



Den Haag

De in dit document verstrekte informatie mag uitsluitend worden gebruikt in het kader van de opdracht waarvoor deze is opgesteld. Elk ander gebruik behoeft de voorafgaande schriftelijke toestemming van Bureau Stedelijke Planning BV©.

Projectnummer: 2015.A.594

Referentie: 2015.A.594 Den Haag, Binckhorst MO_180417

Inhoudsopgave

	Pagina
Inleiding	4
Samenvatting conclusies	5
1 Transformatie bedrijventerrein de Binckhorst	7
1.1 Transformatie de Binckhorst naar gemengd woon-werkgebied	
1.2 Infrastructurale aanpassingen: de Rotterdamsebaan	
1.3 SWOT-analyse locatie	
2 Marktonderzoek niet-reguliere detailhandel de Binckhorst	11
2.1 Perifere detailhandel (PDV)	
2.2 Kleinschalige detailhandel	
2.3 Hybride (vers)concepten	
2.4 Outlet	
2.5 Themacentrum	
2.6 Specificatie mogelijkheden niet-reguliere detailhandel	
3 Marktonderzoek horeca Binckhorst	27
3.1 Trends en ontwikkelingen in de horeca	
3.2 Krachtenveld: (ontwikkelingen) aanbod vraag	
3.3 Vraag c.q. behoefte horeca	
3.4 Specificatie marktmogelijkheden horeca	
Bijlage 1: Typering aanbod Nederlandse horeca (Horeca DNA)	35
Bijlage 2: Aanbod winkels Binckhorst	36

Inleiding

Ontwikkeling Binckhorst tot gemengd woon- en werkgebied

De Binckhorst is één van de grootste bedrijventerreinen in de Haagse regio. De ambitie van de gemeente is de Binckhorst organisch te ontwikkelen tot een aantrekkelijk en gemengd woon- en werkgebied. De gemeenteraad heeft daartoe op 22 december 2011 de ‘Gebiedsaanpak Binckhorst’ vastgesteld. In het collegeakkoord (2014) is € 10 miljoen vrijgemaakt voor investeringen in de buitenruimte van de Binckhorst. Initiatiefnemers worden uitgenodigd om met plannen te komen.

Pilot omgevingsplan

In het kader van de Crisis- en herstelwet (CHW) fungeert de Binckhorst als pilot voor het omgevingsplan. Dit geeft de mogelijkheid om te experimenteren met de ruimere mogelijkheden die die het uitvoeringsbesluit CHW biedt.

Mogelijkheden stedelijke voorzieningen in de Binckhorst

In de Binckhorst is al de nodige horeca en perifere detailhandel (PDV gevestigd). In de Gebiedsvisie wordt de mogelijkheid geboden voor transformatie naar en toevoeging van stedelijke voorzieningen als leisure, horeca en detailhandel. Specifiek voor detailhandel geldt dat alleen niet-reguliere detailhandel in beeld komt. Reguliere detailhandel is voorbehouden aan de Haagse hoofdwinkelstructuur, waar de Binckhorst geen deel van uitmaakt. De gemeente Den Haag heeft een onderzoek uitgezet om vast te stellen hoeveel ruimte er is voor stedelijke voorzieningen.

Bureau Stedelijke Planning heeft het onderzoek voor **niet-reguliere en kleinschalige detailhandel** en **horeca** uitgevoerd. De centrale onderzoeksvraag luidt:

Wat is (kwantitatief en kwalitatief) het gewenste en markttechnisch haalbare programma voor niet-reguliere detailhandel en horeca voor de Binckhorst?

De uitkomsten van dit marktonderzoek zijn tevens bruikbaar als onderbouwing van het programma aan de (Nieuwe) Ladder voor duurzame verstedelijking. De eerste trede van de Ladder vergt namelijk dat de behoefte – kwantitatief en kwalitatief – aannemelijk dient te worden gemaakt.

Leeswijzer

Na deze inleiding volgt de samenvatting van de conclusies. In het eerste hoofdstuk is de context van de Binckhorst geschetst: de beoogde transformatie en de infrastructurele aanpassingen komen aan bod. In het tweede hoofdstuk staat het marktonderzoek niet-reguliere detailhandel centraal, waarbij onderscheid is gemaakt naar vijf typen. In hoofdstuk drie komen de resultaten van het marktonderzoek horeca aan bod.

Samenvatting conclusies

Marktmogelijkheden niet-reguliere detailhandel¹

Momenteel is al circa 19.000 m² winkelvloeroppervlakte (wvo) aan detailhandel gevestigd (zie bijlage 2). Het zijn hoofdzakelijk woonwinkels en doe-het-zelf (in totaal circa 12.750 m²), ook wel perifere detailhandelsvestigingen (PDV)². De Binckhorst heeft een aantal sterke locatiekwaliteiten die het gebied aantrekkelijk maken voor PDV, zoals: de centrale ligging, de goede autobereikbaarheid en de beschikbaarheid van grootschalige panden en andere voorzieningen (PDV, horeca, showrooms). Dit maakt het gebied interessant voor winkels die opteren voor een eigen en aparte uitstraling, parkeren voor de deur en lage(re) huurniveaus wensen c.q. kunnen betalen.

Op basis van fair share is er een uitbreidingsruimte van circa 3.250 m² wvo (6,4% van de totale uitbreidingsruimte van 51.000 m² wvo). Overwogen kan worden de Binckhorst(laan) als PDV-concentratiegebied te bestempelen met een bepaald signatuur en maximum, waarbij:

- de positie van de Megastores niet wordt aangetast en;
- specifieke PDV-ontwikkeling aan de Binckhorstlaan wordt gestimuleerd én elders ontmoedigd.

In dat geval is er beduidend meer uitbreidingsruimte voor perifere detailhandel in de Binckhorst, mede afhankelijk van hoeveel PDV-concentratiegebieden worden aangewezen, indicatief **5.000 tot 10.000 m² wvo PDV**. Een uitbreiding van 10.000 m² wvo beschouwen we als het plafond.

Karwei Binckhorst en Piet Hein Eek Eindhoven (referentie)



Bron: Karwei en Piet Hein Eek

Naast PDV zou ruimte kunnen worden gereserveerd voor:

- **3.800 tot 4..800 m² wvo kleinschalige detailhandel** (units kleiner dan 300 m² wvo), zowel zelfstandig als gebonden aan productie, horeca en vrijetijdsfuncties. Hiermee wordt recht gedaan aan potenties vanuit de markt (7.500 inwoners en voor een deel ondergeschikt aan andere functies) en de locatie, doch voorkomen dat een nieuw winkelgebied ontstaat.

¹ PDV, hybride concepten, outlet en themacentra

² Woonwinkels, doe-het-zelf en plant&dier

- Een **hybride (vers)concept van 1.000 tot 1.500 m² vvo**. Hybride (vers)concepten zijn in opkomst, appelleren aan de hedendaagse wensen van de consument (naar verrassing, verantwoorde leefstijl) en dragen bij aan de woon- en werkomgeving. De marktkansen hangen sterk af van lokaal initiatief. Een reguliere of XL supermarkt is uitgesloten, om onnodige concurrentie en de vorming van een nieuw winkelgebied te voorkomen.

Voor een outlet- of themacentrum zien we geen mogelijkheden op de Binckhorst.

Marktmogelijkheden horeca

Veel van de huidige horeca in de Binckhorst is gericht op werkzame personen en bestaat vooral uit fastservice, voornamelijk cafetaria's. In de toekomst neemt het aantal inwoners toe, waardoor de horeca ook een functie moet gaan vervullen voor deze nieuwe groep.

Indicatief is er op basis van 5.000 inwoners in de Binckhorst ruimte voor toevoeging van circa **tien nieuwe horecavestigingen**. In totaal betreft dit ongeveer 2.750 m² bedrijfsvloeroppervlakte (bvo) of 1.650 m² verkoopvloeroppervlakte (vvo). Bij doorgroei richting 7.500 inwoners gaat om zo'n 15 horecavestigingen, 4.125 m² bvo of 2.475 m² vvo.

De toename van het inwoneraantal bepaalt in hoge mate de uitbreidingsmogelijkheden voor horeca. De functieverkleuring van het gebied vraagt uitbreidingsruimte voor andere typen horeca dan nu aanwezig. Uitbreiding met andere typen horeca voegt iets nieuws toe en draagt op die manier sterker bij aan de gebiedsontwikkeling. Een café-restaurant (daggrond geopend) of bijzondere concepten hebben daarbinnen de meeste potentie.

De Binckhorst leent zich door de gunstige ligging (centraal voor diverse doelgroepen), opzet en diversiteit in deelgebieden en objecten voor avontuurlijke horecaconcepten op bijzondere locaties. Dit past binnen de vigerende beleidslijn. Het is verstandig horeca te concentreren. De vier aangewezen locaties zijn daarvoor geschikt.

N.B.: Om (te grote) eenvormigheid te voorkomen en variëteit te waarborgen is het mogelijk:

- een onderscheid te maken naar horecacategorie en/of;
- alle aanvragen nadrukkelijk te beoordelen op onderscheidende aspecten, als type horeca, concept en locatie (voor zover ruimtelijk relevant).

McDonald's en Mama Kelly Binckhorst



Website McDonald's en Mama Kelly

1 Transformatie bedrijventerrein de Binckhorst

In dit eerste hoofdstuk worden de beoogde ontwikkelingen in de Binckhorst geschetst en welke rol detailhandel en horeca daar in spelen (paragraaf 1). In de tweede paragraaf wordt de Rotterdamsebaan behandeld. Deze infrastructurele aanpassing zorgt enerzijds voor een betere bereikbaarheid van de Binckhorst, maar anderzijds ook voor een andere doorbloeding van het gebied. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een SWOT-analyse van de locatie.

1.1 Transformatie de Binckhorst naar gemengd woon-werkgebied

Oorspronkelijk is de Binckhorst ontwikkeld als gebied voor ambachtelijke en industriële bedrijvigheid. Later zijn er ook steeds meer kantoren bijgekomen en inmiddels zijn ook de creatieve sector en IT van groot belang voor de Binckhorst. De bedrijfshuisvesting bestaat voor ongeveer de helft uit kantoren. De andere helft wordt ingevuld met werkplaatsen, retail, showrooms en industrie.³

In december 2011 is de gebiedsaanpak Binckhorst vastgesteld door de gemeenteraad van Den Haag en daarmee is het Masterplan uit 2008 definitief losgelaten. Om het gebied te kunnen transformeren naar een gemengd binnenstedelijk woon- en werkgebied moet onder andere het bestemmingsplan uit 1989 geactualiseerd worden. De wijze waarop de gemeente flexibiliteit, globale eindbeelden en een bepaalde mate van rechtszekerheid wil borgen is binnen het bestaande woud van wet- en regelgeving erg lastig te realiseren. In de toekomst zal de nieuwe Omgevingswet dit wel mogelijk maken. De Binckhorst is één van de pilotprojecten voor het omgevingsplan waarbinnen deze toekomstige regelgeving nu al toegepast mag worden. Het omgevingsplan kan via de mogelijkheden die de Crisis- en Herstelwet biedt rechtskracht krijgen.

De ambitie is de Binckhorst organisch te ontwikkelen tot een duurzaam en hoogwaardig woon-, werk- en leefgebied. De strategische ligging in Den Haag, maakt dat de Binckhorst uit kan groeien tot volwaardige stadsentree. Belangrijke anker- en speerpunten zijn:

- De drie havens: bieden volop mogelijkheden voor de ontwikkeling op het vlak van wonen, ontspanning én werk. Het water biedt unieke locatiekwaliteiten.
- Werkgelegenheid: ruimte voor startups en creatieve bedrijvigheid die de transitie naar een nieuwe economie, gebaseerd op kennis en duurzaamheid, kracht bijzetten.
- Woningbouw: volgens de huidige inzichten is er in ieder geval ruimte voor circa 5.000 woningen.

1.2 Infrastructurele aanpassingen: de Rotterdamsebaan

De Binckhorstlaan wordt tussen 2017 en 2019 heringericht om plaats te maken voor de Rotterdamsebaan. Deze nieuwe toegangsweg maakt Den Haag en de regio beter bereikbaar door de snelwegen (A4/A13: knooppunt Ypenburg) en de Centrumring van Den Haag met elkaar te verbinden. Langs de Binckhorstlaan zijn er panden gesloopt,

³ Gebiedsaanpak Binckhorst 2011

omdat er ruimte nodig is voor de Rotterdamsebaan. Daarnaast zijn er plannen om aan de even kant van de Binckhorstlaan een openbaar vervoerverbinding aan te leggen. Ook hiervoor is in de toekomst ruimte nodig. Een groot deel van het tracé van de Rotterdamsebaan is een tunnel. Ter hoogte van de Zonweg wordt dat een open tunnelbak en ter hoogte van Sint Barbaraweg ligt de weg weer op maaiveldniveau (zie figuur 2).

Figuur 1 Tracé Rotterdamsebaan ter hoogte van de Binckhorst



Rotterdamsebaan



Bron: Gemeente Den Haag, 2015

Als de Rotterdamsebaan klaar is (2019), heeft de Binckhorstlaan:

- 2 x 2 rijstroken die aansluiten op de tunnel (Rotterdamsebaan)
- 1 rijbaan (bovengronds) naar de Binckhorstbrug (Binckhorstlaan noord-zuid)
- 1 rijbaan (bovengronds) naar de Mercuriusweg (Binckhorstlaan zuid-noord)
- fietspaden en stoepen aan beide kanten
- bomen aan beide kanten van de weg en in de middenberm (entree/boulevard)

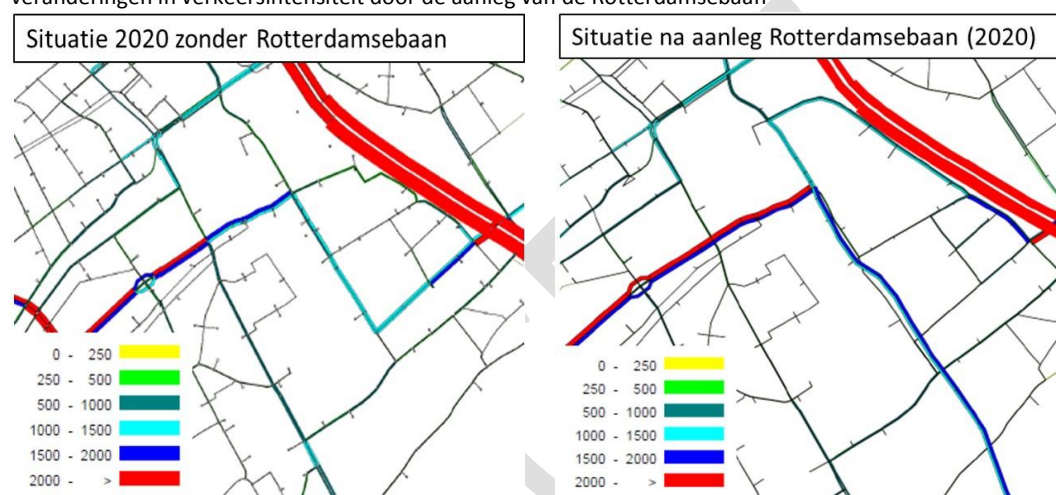
Figuur 2 Impressie toekomstige Binckhorstlaan



Bron: gemeente Den Haag, 2015

Doordat een groot deel van de auto's niet meer over de Binckhorstlaan rijdt, maar over de Rotterdamsebaan, vindt de doorbloeding van het gebied met verkeer in de toekomst op een andere manier plaats. Waar nu de zwaarte op het zuiden (Maanweg) en westen (Binckhorstlaan) ligt, is dat straks aan oostkant (Regulusweg en Wegastraat) en noordkant (Supernovastraat). De Binckhorstlaan en de Maanweg worden in de toekomst respectievelijk 70% en 80% minder intensief gebruikt. Nog meer dan nu het geval is, heeft een groot deel van het verkeer straks geen relatie met de Binckhorst. Bezoekers die wel speciaal voor de Binckhorst komen, kunnen profiteren van de verbeterde bereikbaarheid van het noordelijk deel van het gebied. Voor het gebied in de Binckhorst ten zuiden van de Mercuriusweg is de Rotterdamsebaan maar in beperkte mate een alternatief voor het gebruik van de A12/Utrechtsebaan (door ondertunneling).

veranderingen in verkeersintensiteit door de aanleg van de Rotterdamsebaan



Bron: Achtergrondrapport verkeer MER Rotterdamsebaan, 2013

1.3 SWOT-analyse locatie

Met behulp van een SWOT-analyse zijn de kansen en bedreigingen voor de ontwikkeling van detailhandel en horeca in de Binckhorst in beeld gebracht. De analyse heeft betrekking op de ligging en de locatie. SWOT is de afkorting voor Strengths (sterktes), Weaknesses (zwaktes), Opportunities (kansen) en Threats (bedreigingen). De SWOT-analyse is een veelgebruikte methode om inzicht te krijgen in het functioneren van een bedrijf of gebied. Het gaat om de relatieve positie. Zaken waar de gemeente of andere stakeholders invloed op hebben zijn te scharen onder de sterke of zwakke punten. Zaken die van 'buiten' komen en waar geen of nauwelijks invloed op kan worden uitgeoefend, vallen onder de kansen of bedreigingen.

Tabel 1 SWOT-analyse locatie

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Goede bereikbaarheid met de auto en nabij treinstation	Leegstand kantoren	Haagvliet/Trekvliet doorkruist Binckhorst (water en havens)	Herontwikkeling Megastores
Aanwezigheid van industrieel erfgoed	Uitstraling deel van de gebouwen	Investeren in de bestaande stad door leegstand te invullen	

Strengths	Weaknesses	Opportunities	Threats
Veel ruimte voor nieuwe ontwikkelingen	Opzet van het gebied (veel doodlopende straten)	Woningbouw brengt nieuwe dynamiek	
		Bereikbaarheid (Rotterdamsebaan)	

CONCEPT

2 Marktonderzoek niet-reguliere detailhandel de Binckhorst

In het Haags detailhandelsbeleid is reguliere detailhandel⁴ voorbehouden aan de hoofdwinkelstructuur, waar de Binckhorst geen deel van uitmaakt. Niet-reguliere of kleinschalige detailhandel behoort wel tot de mogelijkheden. Momenteel is al circa 19.00 m² winkelvloeroppervlakte (wvo) aan detailhandel gevestigd (zie bijlage 2). Het zijn hoofdzakelijk woonwinkels en doe-het-zelf (in totaal circa 12.750 m²), ook wel perifere detailhandelsvestigingen (PDV). Dit type niet-reguliere detailhandel ligt daarom voor de hand.

In overleg met de gemeente zijn naast perifere detailhandel (PDV, paragraaf 2.1) ook kleinschalige detailhandel (<300 m² wvo) en (verschijnings)vormen van niet-reguliere detailhandel (niet zijnde PDV) geanalyseerd, te weten:

- hybride (vers)concepten, waarbij detailhandel en horeca zijn vermengd (paragraaf 2.2)
- een outletcentrum, waar merkfabrikanten producten uit voorbije seizoenen tegen een gereduceerd tarief verkopen (paragraaf 2.3)
- een themacentrum, winkels rondom een bepaald thema als kamperen (outdoor), wonen of sport (paragraaf 2.4).

Al deze typen zijn getoetst op:

- Trends, ontwikkelingen en gemeentelijk beleid
- Markttechnische haalbaarheid en locatiewaardigheden

2.1 Perifere detailhandel (PDV)

In Perifere Detailhandelsvestigingen (PDV) worden goederen verkocht die niet in een gewoon winkelcentrum passen door de omvang/schaal van de winkels en producten die er verkocht worden. Denk aan auto's, boten en caravans (ABC) en woonwinkels, doe-het-zelfzaken en tuincentra.

Voorbeelden PDV: kampeerzaak en bouwmarkt/doe-het-zelf zaak



Bron: Vrijbouter en nu.nl

⁴ Dagelijks, Mode en Luxe en Vrije Tijd & Electro

Trends, ontwikkelingen en gemeentelijk beleid

In de branches voor perifere detailhandel spelen de volgende trends en ontwikkelingen⁵:

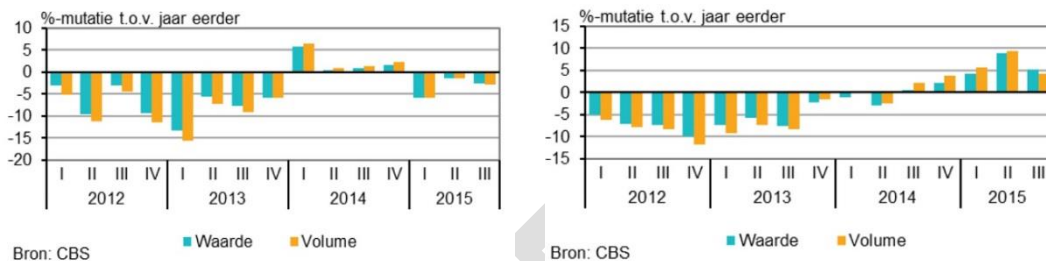
- Momenteel trekken de woningmarkt en de bestedingen in de detailhandel langzaam weer aan. De groei van de omzet in de woonwinkels kwam vooral door een sterke stijging in keukenwinkels en meubels en woninginrichting. De winkels in huishoudelijke artikelen (reguliere detailhandel) hebben de totale omzet iets gedrukt. De omzetzakking in de doe-het-zelf winkels is vooral te wijten aan een krimp in het aantal ondernemingen ten opzichte van een jaar eerder (zie figuur op pagina 14).
- Het speelveld voor bouwmarkten verandert nog steeds fundamenteel:
 - Bouwmarkten worden steeds groter en speciaalzaken verliezen terrein.
 - Online wordt het aanbod steeds groter door branchevreemde partijen als Bol.com.
 - Internationale spelers zoals Hornbach en Bauhaus betreden de Nederlandse markt met zeer grote bouwmarkten.
 - Er is sprake van toenemende branchevervaging in de doe-het-zelfsector, door concurrentie van en met woonzaken, tuincentra en online aanbieders.
- De onderlinge concurrentie tussen bouwmarkten zal hierdoor verder toenemen waarbij prijs een belangrijk instrument is om de consument in de winkel te krijgen.
- Daarnaast kunnen/moeten formules in de doe-het-zelfbranche zich onderscheiden door het leveren van meer toegevoegde waarde bij personeel (deskundig, behulpzaam), in service, assortiment (uitgebreid, uit voorraad leverbaar) en in een duidelijke doelgroepenstrategie.
- Voorbeeld van doelgroepenstrategie is verplaatsing van doe-het-zelfwinkels (en ook woonwinkels) van buitengebieden naar kleinere, binnenstedelijke vestigingen. In deze vestigingen kunnen de veelgebruikte producten direct gekocht worden en de grote zaken besteld worden via internet.
- In de woonbranche zullen unieke producten en opvallende concepten verder terrein gaan winnen op standaard producten die overal te koop zijn. Dat is nodig om te overleven, want steeds meer online aanbieders richten zich ook op het productassortiment van de woonbranche. Branchevreemde aanbieders zoals supermarktketens, bouwmarkten, tuincentra en niet-retailers bieden in toenemende mate concurrentie aan de traditionele woonondernemer. Vooral het middensegment heeft hier last van.
- Meubelboulevards kampen met leegstand, hoge huurprijzen en onvoldoende attractiewaarde; de samenwerking hier is beperkt. Vooral de eerste drie generaties woonboulevards hebben het zwaar. In totaal kunnen er vijf generaties woonboulevards onderscheiden worden⁶:
 - De eerste generatie is 'spontaan' ontstaan en gegroeid en wordt gedomineerd door grootschalige meubelzaken.
 - Meubelzaken zijn ook dominant in de tweede generatie meubelboulevards, maar deze zijn planmatig opgezet op initiatief van projectontwikkelaars, ondernemers en gemeenten.
 - De derde generatie heeft een groter aandeel aan verwante branches, zoals woningtextiel, keukens, badkamers en woonwarenhuizen. Soms zijn deze het resultaat van herontwikkeling.

⁵ Rabobank (2015) Rabobank Cijfers en Trends en CBS (2015) Kwartaalmonitor detailhandel

⁶ HBD(2004) Woonboulevards. Huidige positie en toekomstperspectief in: PBL (2010) De Staat van de ruimte

- De vierde generatie meubelboulevards wordt gevormd door de zogenoemde Woonmalls of GDV's⁷ (Alexandrium III in Rotterdam, Villa ArenA in Amsterdam en Megastores in Den Haag), die zijn gekoppeld aan vrijetijdsfuncties (zoals een megabioscoop of stadion).
- Op de vijfde generatie meubelboulevards verwatert het verschil tussen PDV- en GDV-branches nog verder.
- De markt voor tweedehands meubels, refurbishen en retro collecties wint terrein. Ook nieuwe concepten, waarbij consumenten online meubels kunnen customizen of direct vanuit de fabriek kunnen bestellen, worden steeds populairder. Dit kan een bedreiging vormen voor de traditionele retail.

Omzetontwikkeling doe-het-zelf (links) en woonwinkels (rechts)



Bron: CBS kwartaalmonitor, derde kwartaal 2015

Gemeentelijk beleid

- In het **detailhandelsbeleid van de gemeente Den Haag uit 2005** is opgenomen dat de gemeente ruimte wil geven aan grootschalige PDV-formules met een groot showroomaandeel in de winkeloppervlakte met behoefte aan goedkope huisvesting op bijvoorbeeld bedrijfslocaties. Door het ontbreken van 'goedkope' locaties hebben deze formules weinig vestigingsmogelijkheden in Den Haag en/of kunnen ze niet doorgroeien. Bij nieuwe aanvragen kan geen sprake zijn van regionale formules, omdat hiervoor de Megastores en de andere PDV-locaties, zoals genoemd in het Haaglandenbeleid zijn aangewezen. Het is niet makkelijk aan te geven of een PDV-formule regionaal verzorgend is, daarom wordt een maximum metrage van 2.500 m² vvo gehanteerd per formule. Dit maximum verkleint het risico aanmerkelijk dat hierdoor een regionale trekker ontstaat. Verder wordt dit beleid beperkt tot de locaties Zichtenburg, Forepark en Middenweg.
- In het **actieprogramma Den Haag winkelstad 2011** heeft de gemeente geconcludeerd dat het door het vigerende detailhandelsbeleid lastig is om de structuur te versterken (clustering verspreide bewinkeling) en ze niet voldoende in kan spelen op de dynamiek in de doelgerichte winkelbranches. Het beleid wordt daarom in dit actieprogramma geactualiseerd. Mogelijkheden voor concentraties voor perifere winkels (PDV) zijn mogelijk in nieuwe clusters en/of langs stedelijke assen: bijvoorbeeld Binckhorst(laan), Loosduinseweg/Oude Haagweg, Ypenburg/Leidschenveen en aansluitingsmogelijkheden op bestaande winkelgebieden, o.a. Leyweg en Mariahoeve. Bij herstructurering van bestaande bedrijventerreinen kan worden onderzocht of een herschikking en clustering efficiënter ruimtegebruik kan opleveren. Voor GDV-branches blijft de bestaande hoofdwinkelstructuur de aangewezen plek voor vestiging.

⁷ Grootschalige winkelconcentraties, waar ook winkels niet zijnde PDV (woonwinkels, doe-het-zelf en tuincentra) zich mogen vestigen.

- In het **actieprogramma winkelstad 2015-2018** gaat de gemeente door op de ingeslagen weg uit 2011. In de Binckhorst wordt gewerkt aan de uitwerking van een omgevingsplan, waarin ze de realisatie van een nieuw stedelijk perifere detailhandelscluster mogelijk willen maken. Hiermee gaat de Binckhorst tot de hoofdwinkelstructuur van de gemeente horen. De gemeente kiest specifiek voor de Megastores en de Binckhorst als prioriteit in dit actieprogramma voor respectievelijk GDV-concentratie (grootschalige detailhandel) en PDV-concentraties (m.n. bouwmarkten, tuincentra en woonwinkels). Het toevoegen van detailhandel in de Binckhorst is onder strikte voorwaarden toegestaan:
 - *Versterking* binnen hoofdwinkelstructuur;
 - *Vernieuwing*: onderscheidend concept wat niet in de hoofdwinkel-structuur gehuisvest kan worden en dit niet aantast, en freezones (ruimte voor experiment); en/of
 - *Verplaatsing* winkelgebied in hoofdwinkelstructuur.

Markttechnische haalbaarheid en locatiekwaliteiten

Perifere detailhandelsvestigingen in de Binckhorst hebben voor het grootste deel een verzorgende functie voor de gemeente Den Haag (ter vergelijking: De Megastores halen 61% van hun omzet uit Den Haag). Daarnaast geldt: hoe meer bijzonder de winkels, hoe groter het verzorgingsbereik van deze winkels.

Huidig aanbod Binckhorst

Momenteel is al circa 19.000 m² winkelvloeroppervlakte (wvo) aan detailhandel gevestigd (zie bijlage 2). Het zijn hoofdzakelijk woonwinkels en doe-het-zelf (in totaal circa 12.750 m²), ook wel perifere detailhandelsvestigingen (PDV). Het aanbod woonzaken bestaat onder andere uit keukens, badkamers, vloeren en verf/behang. Veel van deze winkels zijn sterk op prijsconcurrentie gericht. Overig aanbod bestaat uit tweedehands winkels, autobenodigdheden, een sportspecialzaak in skateboardspullen en overige detailhandel.

Positionering Binckhorst versus Megastores Den Haag

De Binckhorst en de Megastores hebben een verschillende positie in de winkelstructuur van Den Haag. Die verschillen komen voort uit de maatvoering, de opzet en de invulling:

- In de Megastores is momenteel ruim 47.000 m² wvo detailhandel gevestigd. Het winkelcentrum is planmatig opgezet, voor bijna 80% ingevuld met PDV en alleen met woonwinkels. Hierdoor ontstaat één geïntegreerd concept. De Megastores biedt onderdak aan ruim een derde van het totale aanbod woonwinkels in Den Haag.
- De Binckhorst heeft een veel kleiner aanbod, is ingevuld met diverse soorten PDV en de winkels zijn verspreid over verschillende delen in het gebied en het zijn losse panden met een verschillende uitstraling.

Het onderscheidend vermogen van de Megastores wordt in de toekomst nog verder vergroot. In juni 2015 is het opnieuw aan een nieuwe eigenaar verkocht. Evenals de vorige eigenaar wil deze partij het winkelcentrum herontwikkelen, waarin een nieuwe entree aan de zijde van de Van der Kunstraat een belangrijk onderdeel van is. De nieuwe eigenaar wil van de Megastores een verblijfsgebied maken met meer leisure-, food- en horecaconcepten. Onder de grootschalige winkels moet meer variëteit komen, met bijvoorbeeld alle denkbare

formules rondom wonen, in plaats van alleen meubelwinkels.⁸ De sterke focus op wonen in het algemeen maakt dat de Megastores de Binckhorst niet bijt, maar juist aanvult.

Indicatieve uitbreidingsmogelijkheden

Uit eerder onderzoek van Bureau Stedelijke Planning⁹ is gebleken dat Den Haag beschikt over circa **55.000 m² wvo** aan ontwikkelingsmogelijkheden in volumineuze detailhandel¹⁰ (branches Wonen, Doe-Het-Zelf en Plant & Dier). De mogelijkheden zijn zo groot door het grote en nog groeiende draagvlak (groei bevolkingsaantal) voor winkels en het bovengemiddelde goede functioneren van winkels in de regio. Om een sterke structuur te kunnen bewerkstelligen is een deel van de uitbreidingsruimte toegerekend aan de hoofdwinkelstructuur. Op basis van huidige verhoudingen is dat circa 25.000 m² wvo (45% van het volumineuze aanbod is gesitueerd in de hoofdwinkelstructuur¹¹, de andere 55% betreft verspreide bewinkeling).

Tabel 2 Indicatieve ontwikkelingsmogelijkheden detailhandel in de hoofdwinkelstructuur Den Haag 2025

Uitbreidingsruimte	Excl. toer. bested.	Incl. toer. bested.
a) Reguliere detailhandel *	35.000	47.500
b) Volumineus ** in hoofdwinkelstructuur (HWS)	25.000	25.000
Volumineus verspreid	30.000	30.000
Totaal	90.000	102.500

Bron: Marktruimtestudie detailhandel Zuid-Holland, 2013. De distributie planologische (dpo) berekeningen zijn gebaseerd op gemeten koopstromen uit het Koopstromenonderzoek Randstad 2011

*Betreft optelsom Dagelijks en Mode & Luxe ** betreft een optelsom van Wonen en Doe-Het-Zelf en Plant & Dier

Sinds het onderzoek van 2013 is het totale bestaande aanbod PDV met circa 4.000 m² wvo toegenomen, die van de ontwikkelingsmogelijkheden in de regio afgehaald moeten worden. Resteert nog een uitbreidingsruimte van circa **51.000 m² wvo**.

Ontwikkelingsmogelijkheden Binckhorst o.b.v. fair share

Het huidige aanbod PDV in de Binckhorst bedraagt 12.750 m² wvo: dat is 6,4% van het totale PDV-aanbod in Den Haag¹². Geprojecteerd op de uitbreidingsruimte van 51.000 m² wvo betekent dat een aandeel voor de Binckhorst in de uitbreiding van circa 3.250 m² wvo.

Ontwikkelingsmogelijkheden bij opwaardering tot PDV-concentratiegebied

Overwogen kan worden de Binckhorst(laan) als PDV-concentratiegebied te bestempelen met een bepaald signatuur en maximum, waarbij:

- de positie van de Megastores niet wordt aangetast en;
- specifieke PDV-ontwikkeling aan de Binckhorstlaan wordt gestimuleerd én elders ontmoedigd.

⁸ <http://www.vastgoedmarkt.nl/nieuws/2015/08/22/familie-meijer-zet-half-miljard-in-op-kansrijk-nederlands-vastgoed>

⁹ Bureau Stedelijke Planning (2013) Marktruimtestudie detailhandel Zuid-Holland

¹⁰ Bredere definitie dan PDV, omvat naast tuincentra ook de andere branches in de hoofdbranche Plant & Dier.

¹¹ Inclusief Megastores

¹² 199.000 m² wvo

Indien wordt gekozen voor PDV- en GDV-concentratiegebieden¹³ is het verstandig het leeuwendeel van de uitbreidingsruimte van 51.000 m² voor deze gebieden te reserveren. Ons advies is circa driekwart te reserveren voor de PDV- en GDV-concentratiegebieden, oftewel circa 40.000 m² wvo.

In dat geval kan de Binckhorst beduidend meer uitbreiden, mede afhankelijk van hoeveel PDV-concentratiegebieden worden aangewezen. Stel dat de Binckhorst en de Megastores de enige twee PDV-concentratiegebieden zijn dan gaat de volgende redenering op. Het huidige aanbod PDV in de Binckhorst bedraagt 10.300 m² wvo: dat is bijna een kwart van het totale aanbod PDV in de twee concentratiegebieden in Den Haag. Geprojecteerd op de uitbreidingsruimte van 40.000 m² wvo voor de concentratiegebieden betekent dat een aandeel voor de Binckhorst in de uitbreiding van circa 10.000 m² wvo. Dat metrage moet als maximale uitbreidingsruimte gezien worden voor de Binckhorst. Als er meer concentratiegebieden worden aangewezen bijvoorbeeld vier in plaats van twee, neemt de ruimte ook navenant af, in dit geval geen 10.000 maar 5.000 m² wvo.

Locatiekwaliteiten Binckhorst voor PDV

- Locatie midden in de stad, waardoor het voor een grote doelgroep binnen een korte reistijd goed bereikbaar is.
- Etalagefunctie van de Binckhorstlaan, die geschikt is voor bedrijven met een showroom. Zij kunnen zich langs deze as presenteren aan de passanten naar de stad.
- Gunstige huurprijsniveaus voor dit type winkels.

2.2 Kleinschalige detailhandel

Naast perifere detailhandel is kleinschalige detailhandel een optie voor de Binckhorst. Onder kleinschalige detailhandel wordt verstaan winkels met een winkel-vloeroppervlakte (wvo) van minder dan 300 m², zowel zelfstandig als gebonden aan productie, horeca en vrijetijdsfuncties. Hiermee wordt recht gedaan aan potenties vanuit de markt en de locatie, doch voorkomen dat een nieuw winkelgebied ontstaat. Zie ook onderstaand kader.

Kleinschalige detailhandel (< 300 m² wvo)

Den Haag streeft naar een optimale detailhandelsstructuur. Dit betekent zo goed mogelijk inspelen op de behoefte en mogelijkheden als het gaat om nieuwe detailhandelsontwikkelingen. Met betrekking tot buurt- en wijkwinkelcentra komt de lat voor voldoende draagvlak steeds hoger komt te liggen. Voor een volwaardig en duurzaam buurt- of wijkwinkelcentrum, met ruim dagelijks aanbod met bijvoorbeeld minimaal twee supermarkten, zijn op de lange termijn minimaal 10.000-15.000 inwoners nodig. Hierbij moet natuurlijk ook rekening worden gehouden met omliggend aanbod. In de directe omgeving van de Binckhorst is dit op relatief korte afstand aanwezig aan de Neherkade, Lorentzplein, Oud-Rijswijk en het Koningin. Julianaplein in Voorburg. Voor ruim niet-dagelijks aanbod zijn de binnenstad en de Megastores binnen handbereik. In dit krachtenveld is het toevoegen van een regulier buurt- of wijkwinkelcentrum dan ook geen optie. Dat hoeft ook niet, beter nog, de Binckhorst verdient geen traditionele aanpak. De omgeving heeft een gevarieerd karakter, met bedrijvigheid, start-ups, incubators en in de nabije toekomst een toename van stedelijk

¹³ De gemeente onderscheidt ook thematische gebieden, waar PDV en/of GDV mogelijk is. In de Binckhorst is wel PDV maar geen GDV mogelijk.

wonen. Een gebied met een ruw randje waar ambacht, creativiteit, innovatie en experiment hand in hand gaan.

Vanuit deze invalshoek ziet de gemeente Den Haag daarom vooral kansen voor kleinschalige detailhandel. Niet alleen zelfstandig, maar vaak gebonden aan productie, horeca en vrijetijdsfuncties. Het gaat daarbij om kleinschalige detailhandel, zoals een bakker die naast zijn stedelijk productieruimte ook brood wil verkopen, of de brouwerij die het eigen gebrouwen bier wil verkopen in combinatie met horeca. De mogelijkheden en variaties zijn bijna oneindig, maar voorop staat kleinschaligheid, creativiteit en innovatie, maar vooral de klant die hier een unieke en andere ervaring kan beleven.

Het beoogde programma in het Omgevingsplan moet dit mogelijk maken door in de Binckhorst in totaal 2.000 – 3.500 m² wvo te reserveren voor deze potentiële ontwikkelingen. Om de kleinschaligheid te borgen, gaan we uit van maximale unitmaten van 300 m² wvo.

Bron: Gemeente Den Haag

Trends & ontwikkelingen

De retailsector bevindt zich in de volwassenheidsfase. De technologische ontwikkelingen zorgen echter voor een nieuwe disruptieve levensfase. Een groot aantal (traditionele) retailers bevindt zich in een dalende tendens. Veel winkelgebieden hebben hierdoor te maken met leegstand. Een drietal bewegingen zal moeten worden ingezet of versneld¹⁴:

- Van 'centraal' naar 'lokaal' ('one size offer fits all' kan niet meer);
- Van 'kanalen' naar 'grenzeloos' (grenzen vervagen en kanalen bestaan niet meer);
- Van 'massa aanbod' naar 'maatwerk' (producten die overal te koop zijn volstaan niet meer).

Kennis over de klant, zijn koopgedrag en smaakvoorkeuren is daarom cruciaal, evenals de vaardigheid om deze kennis ('big data') om te zetten in nieuwe, relevante, op maat gesneden proposities ('smart data').

Kleinschalige detailhandel

Schaalvergroting is een dominante trend in de detailhandel. Echter, schaalverkleining lijkt een belangrijke tegentrend te vormen, passend binnen de hiervoor geformuleerde hoofdtrends. Kleinschalige detailhandel kan zijn:

- Zelfstandig, veelal specifiek geënt op bepaalde doelgroepen als buurtpotentieel en traffic.
- Gebonden aan productie, horeca en vrijetijdsfuncties. Denk hierbij aan combinaties van:
 - Sport en detailhandel, verkoop en 'try & buy' van sportartikelen bij sportvoorzieningen.
 - Hotel, restaurant, productie (stadslandbouw) en verkoop rondom een thema als healthy city;
 - Groothandel, productie en verkoop. Steeds vaker verkopen productiebedrijven de producten, die zij voorheen alleen leverden aan tussenhandel en winkels, ook rechtstreeks aan consumenten. Denk aan een bakkerij waar een klein deel is ingericht als winkel, een bierbouwer die ook zijn bieren verkoopt in de brouwerij

¹⁴ Rabobank Cijfers & Trends Een visie op branches in het Nederlandse bedrijfsleven. 40e jaargang editie 2016/2017

of een meubelmaker waar je een aantal voorgeselecteerde meubels direct kunt kopen.

- Horeca en detailhandel.

Referentie ondergeschikte detailhandel: Piet Heijn Eek Eindhoven

De winkel van Piet Hein Eek, wereldberoemd meubelontwerper, is te vinden in een pand van 10.000 vierkante meter op Strijp-R in Eindhoven. In dit pand zijn verschillende activiteiten onder één dak samengevoegd. De werkplaatsen zitten in dit pand, met daaromheen de kantoren, showroom, winkel, galerie, het restaurant, de opslag en de verhuurde ateliers. Piet Hein Eek maakt unieke producten van waardeloos materiaal, namelijk afval materiaal uit de industrie en de natuur.



Bron: website Piet Heijn Eek en Youropi

Markttechnische haalbaarheid en locatiekwaliteiten

Dergelijke mengvormen zijn vernieuwend, appelleren aan de behoefte van de hedendaagse consument en ondernemer. Ze zijn veelal niet geschikt of inpasbaar binnen bestaande winkelgebieden, maar juist wel in gemengde woon-werkmilieus als de Binckhorst. (Zelfstandige) kleinschalige detailhandel fungeert als cement tussen andere functies in het gebied en zorgt ook voor sociale cohesie, faciliteert lokaal ondernemerschap en verbetert de afzetkansen.

Ontwikkelingsmogelijkheden

In onderstaande tabel is het winkelaanbod in Den Haag opgesplitst naar kleinschalig (< 300 m² wvo per unit) en meer grootschalig (> 300 m² wvo per unit). Ongeveer 35% van het aanbod is kleinschalig. Voor de dagelijkse sector is deze iets hoger dan de niet-dagelijkse.

Tabel 3 Aanbod winkelvloeroppervlakte (wvo) per 1.000 inwoners in gemeente Den Haag

Winkelomvang	Dagelijks	Niet-Dagelijks	Totaal
< 300 m ² wvo per unit	132	308	440
> 300 m ² wvo per unit	192	543	736
Totaal	325	851	1.176

Bron: gemeente Den Haag, 2016; bewerking Bureau Stedelijke Planning

Op basis van deze kengetallen kan een inschatting worden gemaakt van de behoefte aan kleinschalige detailhandel bij het aantal inwoners in de Binckhorst. Bij 7.500 inwoners is dat zo'n 3.300 m² wvo.

Tabel 4 Kwantitatieve behoefte kleinschalige detailhandel (< 300 m² wvo) bij aantal inwoners op basis van gemiddelde Den Haag

Sector	Bij 1.000 inwoners	Bij 5.000 inwoners	Bij 7.500 inwoners
Dagelijks	130	660	990
Niet-dagelijks	310	1.540	2.300
Totaal	440	2.200	3.300

Bron: Bureau Stedelijke Planning

Naast deze meer generieke behoefte is er een afgeleide behoefte vanuit andere functies die in de Binckhorst landen: productie, horeca en vrijetijdsfuncties. Deze behoefte is op voorhand lastig vast te stellen, maar schatten we in op 500-1.500 m² wvo. Het totaal komt daarmee op **3.800 – 4.800 m² wvo**.

2.3 Hybride (vers)concepten

Hybride concepten ('blurring') waar horeca wordt gecombineerd met detailhandel zien we in verschillende vormen terugkomen en toenemen aan populariteit: duurzame (streek)producten gecombineerd met het gemak van catering, een plek waar horeca, supermarkt en versspecialzaak worden gecombineerd. De consument kan er terecht voor losse ingrediënten of voor een al bereide maaltijd. Bij dergelijke plekken staat 'foodbeleving' centraal. Het zijn plekken die een waardevolle versterking kunnen zijn voor de beleving en het verblijfsklimaat van een winkel- of centrumgebied. Voorbeelden zijn EMTÉ 3.0 in Den Bosch (voorheen Van Heinde, de Foodhallen in Amsterdam en de Markthal in Rotterdam).



Bron: Bureau Stedelijke Planning

Trends, ontwikkelingen en gemeentelijk beleid

Hybride (vers)concepten worden gestuwd door trends en ontwikkelingen in de samenleving, technologische veranderingen en omzetonwikkelingen in de detailhandel¹⁵:

- De nieuwste generatie (stedelijke) consumenten denkt niet in termen van (de traditionele) aankoopkanalen, maar denkt en handelt vanuit de behoeften die ze op dat moment en op die specifieke plek hebben.
- (Mobiel) internet maakt een veel grotere markttransparantie mogelijk voor het standaard (houdbare) assortiment, waardoor onderscheid in herkomst, vers, ambachtelijkheid, smaak en service aan belang toeneemt. Nieuwe food-aanbieders weten dat ze alleen met goed eten (in termen van kwaliteit of gemak) tegen een eerlijke prijs een plek op de zeer competitieve voedingsmarkt kunnen verwerven.
- Het is bekend dat de omzetten en marges in de reguliere foodretail al enige jaren fors onder druk staan, zeker in vergelijking met de decennia ervoor. Dat noopt aanbieders tot het maken van keuzes die omzet en marges positief beïnvloeden. Vers(bereide) producten en maaltijdoplossingen zijn dat bij uitstek.

Gemeentelijk beleid

De gemeente Den Haag geeft aan dat er dynamiek ontstaat door nieuw ondernemerschap: veel vernieuwende winkel- en horecaconcepten worden gestart en uitgebouwd, waarbij de grenzen tussen winkel en horeca (mengfuncties) en tussen food en non-food steeds meer vervagen. Hoe zij hier op in (gaan) spelen geven zij in de notitie¹⁶ nog niet aan.

Markttechnische haalbaarheid en locatiekwaliteiten

Hybride concepten kunnen op verschillende manieren vorm krijgen. Detailhandel kan worden gecombineerd met horeca, maar ook met cultuur, dienstverlening of zelfs een combinatie van deze vier vormen. Een hybride concept kan worden ingevuld door één aanbieder, maar ook door verschillende aanbieders. In dat laatste geval is er iemand nodig die alles bij elkaar brengt. Een conceptstore waar verschillende soorten aanbieders een 'klein' winkeltje kunnen huren biedt een betaalbaar platform voor

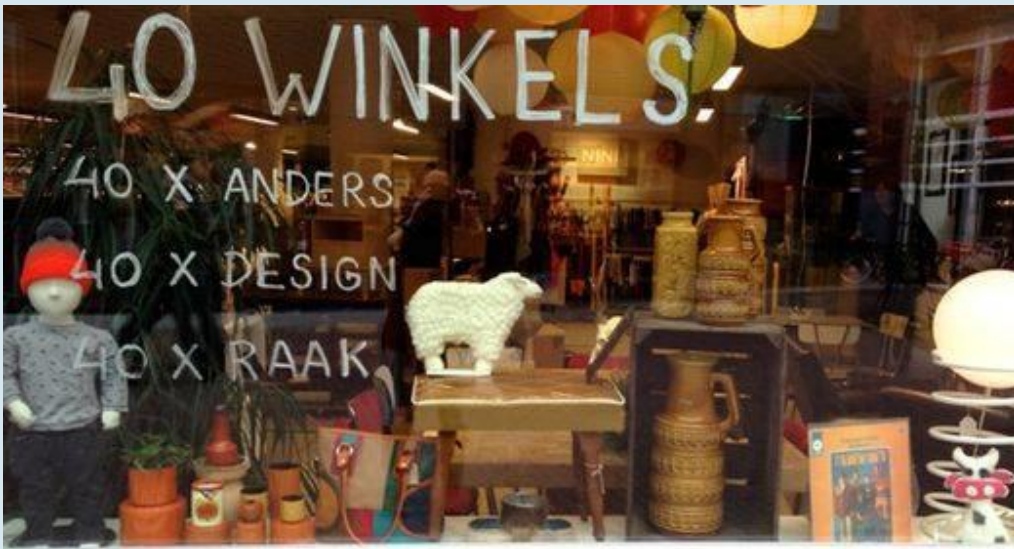
¹⁵ Bureau Stedelijke Planning & Lexence (2015) Blurring, over vervagende grenzen in de food retail en de beperkingen in de ruimtelijke ordening

¹⁶ Gemeente Den Haag (2011) Den Haag Winkelstad 2015-2025

ondernemers uit de stad. Anders dan in onderstaande referentie, die in de binnenstad van Haarlem is gevestigd, is de Binckhorst meer een locatie voor grote en bijzondere producten in de woonsfeer (niet-reguliere detailhandel). Denk hierbij bijvoorbeeld aan bijzondere tafels, stoelen, kasten, en dergelijk van kunstenaars/ondernemers uit Den Haag.

Referentie: Raaks Halle Haarlem

De conceptstore Raaks Halle (1.200 m²) biedt een breed assortiment aan en bestaat uit productgroepen die niet direct aan elkaar verbonden zijn. Het assortiment van de gehele winkel wordt samengesteld door de 30-40 deelnemende ondernemers. Elke ondernemer heeft een eigen winkeltje, van (kinder)kleding tot meubels, LP-platen, stripboeken, en fair trade-producten. De winkel heeft ook een koffiehoeke en in de kelder is een kunstgalerie gevestigd. Elke zondag proberen ze evenementen te organiseren, zoals workshops, lezingen, demonstraties, livemuziek etc. Elke ondernemer dient een dag per week aanwezig te zijn en de producten worden bij een centrale kassa afgerekend.



Locatiekwaliteiten Binckhorst voor hybride (vers)concepten

- Een versconcept heeft een relatief groot bereik dat de Binckhorst overstijgt. Dat is ook nodig, omdat de Binckhorst in beginsel onvoldoende direct potentieel heeft om een eigen concept te dragen. Een dergelijk concept ontbreekt nog in Den Haag en vormt een welkome aanvulling. De Binckhorst is een optie.
- Aanbieders van versconcepten zoeken bijzondere panden en locaties met een sterke aantrekkingskracht, maar wel met aantrekkelijke huurprijzen. Dat is vaak oudbouw met een 'rauw' industrieel randje of aansprekende cultuurhistorische locaties.
- De Binckhorst heeft diverse van deze type panden en locaties die een scala aan mogelijkheden bieden. De combinatie met horeca en terrassen (aan het water) maken het concept extra bijzonder, waardoor het samen in staat is ook mensen van buiten de Binckhorst te trekken.
- Het is daarom een aantrekkelijk optie om een dergelijk concept te faciliteren, te meer omdat reguliere (winkel)gebieden deze specifieke kenmerken (vaak) niet hebben.

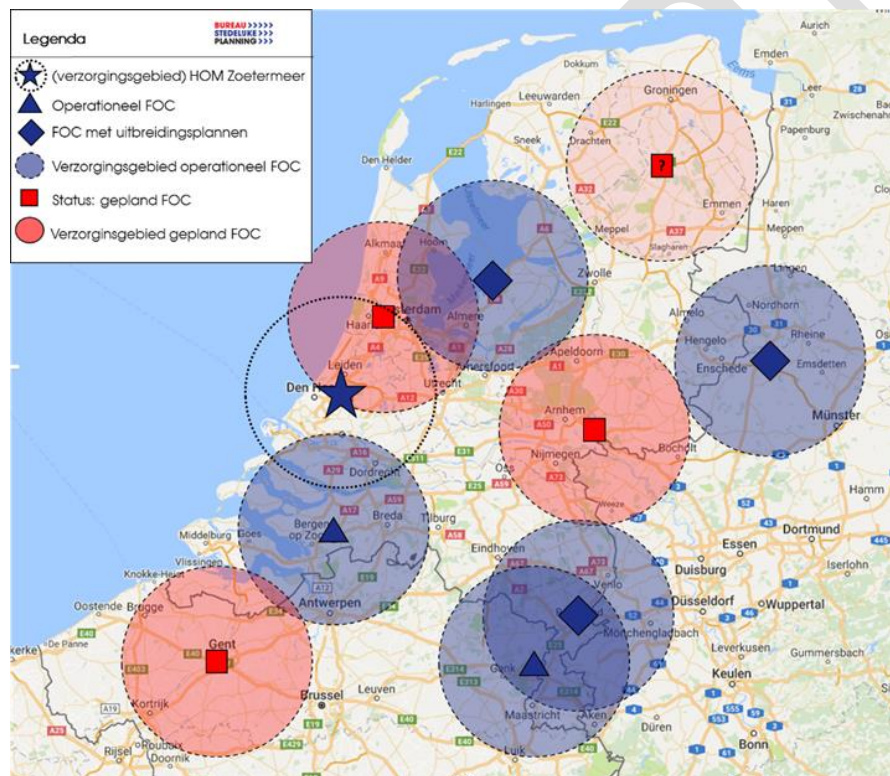
2.4 Outlet

In een outlet verkopen merkfabrikanten producten uit vorige seizoenen (> drie maanden oud), producten met productiefoutjes en overtollige voorraden direct aan de consumenten. De verkoop vindt plaats tegen gereduceerde prijzen en liggen minimaal 25% lager dan in de reguliere detailhandelskanalen. Bekendste outletcentra in Nederland zijn de Factory Outlet Centers waar verschillende merken voornamelijk (sport)kleding verkopen. Andere voorbeelden zijn de outlet stores gericht op één merk zoals de Nike Factory Store in Amsterdam-Osdorp en winkels in de woonbranche die zichzelf profileren als outlet door lage prijzen te hanteren.

Trends, ontwikkelingen en gemeentelijk beleid

- De drie bestaande Factory Outlet Centers in Nederland groeien nog steeds in oppervlakte, waardoor hun reikwijdte groot is.
- Daarnaast zijn er verschillende initiatieven in alle delen van Nederland.

Figuur 3 FOC's in Nederland en omgeving





Bron: Rosada en De Jong Reclame

De gemeente zet in haar detailhandelsbeleid voor de binnenstad in op een hoogwaardig, internationaal winkelmilieu. Het centrum is het stadsdeel met de meeste ontwikkelingsmogelijkheden, vooral op het gebied van Mode & Luxe. Het toevoegen van Mode & Luxe buiten de binnenstad draagt niet bij aan de visie van de gemeente om de Beste Winkelstad te zijn en te blijven, maar ondermijnt deze visie eerder.

Markttechnische haalbaarheid en locatiekwaliteiten

- Nederland heeft momenteel drie operationele FOC's (zie figuur 5). Dichtstbijzijnde alternatief voor inwoners van Den Haag is Rosada in Roosendaal (reistijd van circa een uur). Daarnaast zijn er diverse plannen in het land om een FOC te openen.
- Belangrijkste initiatief in de regio Den Haag is de functieverandering van Woonhart Zoetermeer. Dit winkelgebied is nu circa 23.000 m² groot en er zijn (vergevoerde) plannen om het winkelgebied te herstructureren, uit te breiden (+7.000 m²) en er een FOC van te maken. De Holland Outlet Mall zou eind 2019 open moeten gaan en voor die tijd moet het bestemmingsplan nog worden aangepast om de ontwikkeling mogelijk te maken.¹⁷
- Om een FOC te kunnen realiseren zoals bijvoorbeeld in Lelystad, moet een deel van de gebouwen worden herontwikkeld, wat ten koste gaat van het bestaande en toekomstige aanbod bedrijven, woningen en andere winkels.
- Voor een outletcentrum zien we door de verschillende bestaande aanbieders in Nederland en de locatiekwaliteiten van de Binckhorst geen mogelijkheden.

2.5 Themacentrum

In een themacentrum is een aantal winkels gevestigd rond een bepaald thema, bijvoorbeeld kamperen (outdoor), wonen of sport en soms ook in combinatie. Winkels kunnen samen in een pand gevestigd zijn (als overdekt winkelcentrum) of het betreft een aantal winkels die vlak bij elkaar gevestigd zijn in een straat. Voorbeelden in Den Haag zijn de Megastores (clustering woonwinkels met aanvullend grootschalig aanbod), The Globe, met onder andere een grote winkel van Bever, bij Holland spoor en de winkels die artikelen voor watersport verkopen in de Haven van Scheveningen.

¹⁷ <http://www.ad.nl/ad/nl/1012/Nederland/article/detail/4218949/2016/01/05/Nieuw-outletcenter-gaat-eind-2019-open.dhtml>

Voorbeelden: Themacentrum Bever Den Haag en Megastores Den Haag



Bron: Bever & Smit Westerman Ingenieursbureau

Trends, ontwikkelingen en gemeentelijk beleid

- Woonboulevards hebben het zwaar: het aanbod is groot en de concurrentie daardoor groot. Woonwinkels weten pas sinds de tweede helft van 2014 een positieve omzetontwikkeling laten zien: daarvoor was die ontwikkeling zes jaar negatief.
- Het thema sport wordt steeds vaker in een grote winkel op een goed bereikbare locatie vervat. Grote naam is Decathlon die voor een grote hoeveelheid sporten zowel kleding, schoenen, materialen en accessoires verkoopt. De keten heeft momenteel zes vestigingen, opent er dit jaar twee en heeft nog voor twee locaties concrete plannen. Aan de andere kant opent Decathlon ook stadswinkels: voorbeeld is de winkel die in de kelder van het voormalige V&D pand in de Haagse Binnenstad geopend wordt.

Gemeentelijk beleid

De Gemeente Den Haag ziet thematische winkelgebieden als 'specifieke locaties die zijn aangewezen voor perifere winkels (m.n. bouwmarkten, tuincentra en woonwinkels) en grootschalige detailhandel (GDV)'.¹⁸ De gemeente heeft aangegeven dat GDV is uitgesloten op de Binckhorst.

Markttechnische haalbaarheid en locatiekwaliteiten

- Winkels in een themacentrum worden doelgericht bezocht en combinatiebezoek tussen winkels wordt alleen gedaan als het aanbod van de winkels uitwisselbaar is.
- De Megastores vervullen in Den Haag al de functie van winkelcentrum voor het thema wonen. The Globe doet dat voor het thema (outdoor) sport en de haven van Scheveningen voor het thema watersport.
- Ook wil Decathlon graag een nieuwe winkel openen in Forepark en vervult daarmee een rol in het thema sport.
- Concluderend kunnen we stellen dat er weinig ruimte overblijft voor een algemeen themacentrum dat echt iets toe kan voegen aan het aanbod in Den Haag. Mogelijkheden zijn er misschien in nichemarkten. Een winkel met een specifiek aanbod die veel ruimte vraagt kan goed passen op de Binckhorst.

Locatiekwaliteiten Binckhorst voor themacentrum

- De Binckhorst is een goed bereikbare locatie midden in het stedelijk gebied.

¹⁸ Den Haag (2015) Actieprogramma Den Haag Winkelstad 2015-2028

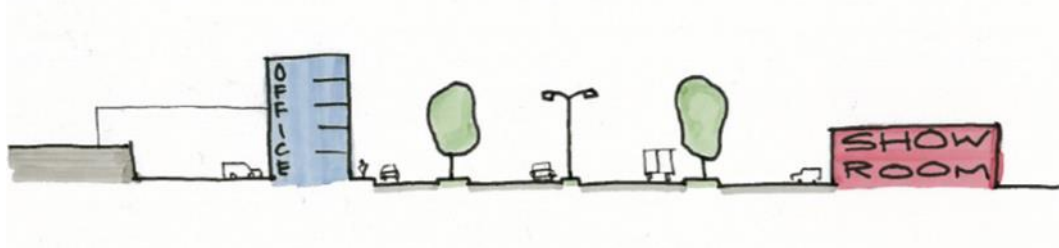
- De Binckhorstlaan fungeert als etalage voor winkels waar ze zichzelf kunnen presenteren

2.6 Specificatie mogelijkheden niet-reguliere detailhandel

Perifere detailhandel (PDV)

De marktmogelijkheden voor PDV in dit marktonderzoek zijn vastgesteld op basis van fair share in de totale uitbreidingsruimte van Den Haag. In het geval dat gekozen wordt voor het opwaarderen van de Binckhorst tot PDV-locatie (cluster) is het redelijk een groter aandeel van de uitbreidingsruimte van Den Haag toe te wijzen aan de Binckhorst. Dit vraagt om heldere beleidskeuzes (wat mag wel en wat mag niet). Nieuwe ontwikkelingen mogen niet ten koste gaan van de Megastore. De Binckhorst dient daarvoor duidelijk afwijkend gepositioneerd te worden van de Megastores. De vergelijking met Woonmall Alexandrium en Capelle XL gaat op. De keuze voor de Binckhorst als nieuw cluster voor niet-reguliere detailhandel impliceert ook dat terughoudend wordt omgegaan met PDV-ontwikkelingen buiten de hoofdwinkelstructuur.

Voorbeeld van etalagefuncties langs de Binckhorstlaan



Tabel 5 Mogelijkheden perifere detailhandel (PDV)

	M ² wvo	Opmerkingen
PDV	5.000 – 10.000	Op basis van fair share is er een uitbreidingsruimte van circa 3.250 m ² wvo. Meer is alleen mogelijk indien de Binckhorst wordt aangewezen als een van de PDV-concentratiegebieden.

Kleinschalige detailhandel (< 300 m² wvo)

(Zelfstandige) kleinschalige detailhandel fungeert als cement tussen andere functies in het gebied en zorgt ook voor sociale cohesie, faciliteert lokaal ondernemerschap en verbetert de afzetkansen.

Mengvormen van productie, horeca en vrije tijdsvoorzieningen zijn vernieuwend, appelleren aan de behoefte van de hedendaagse consument en ondernemer. Ze zijn veelal niet geschikt of inpasbaar binnen bestaande winkelgebieden, maar juist wel in gemengde woon-werkmilieus als de Binckhorst.

De kwantitatieve ontwikkelingsmogelijkheden voor kleinschalige detailhandel hangen sterk samen met a) de aanwas van het aantal inwoners en b) de specifieke behoefte vanuit (nieuwe) productiebedrijven, horeca en vrije tijd.

Tabel 6 Mogelijkheden kleinschalige detailhandel

	M ² wvo	Opmerkingen
Kleinschalige detailhandel	3.800 – 4.800	Een afgeleide behoefte van zelfstandige detailhandel van circa 3.300 m ² wvo uitgaande van 7.500 inwoners in de Binckhorst + specifieke behoefte vanuit (nieuwe) productiebedrijven, horeca en vrije tijd van 500-1.500 m ² wvo.

Overig: hybride versconcepten en tijdelijke invulling

Het toevoegen van overige vormen van niet-reguliere detailhandel, zoals hybride (vers)concepten of tijdelijk invulling is een optie. Een dergelijk concept ontbreekt nog in Den Haag en vormt een welkome aanvulling. Hybride (vers)concepten zijn vooral van waarde voor het gebied en de stad als het een verrassend, bijzonder en/of vernieuwend concept betreft, op een bijzondere locatie. De Binckhorst leent zich hier voor. Door het totale metrage van (vers)concepten te maximeren op 1.500 m² wordt voorkomen dat grote spelers bijvoorbeeld een foodmarkt openen.

Tabel 7 Mogelijkheden overige niet-reguliere detailhandel

	M ² wvo	Opmerkingen
Hybride (vers)concepten	1.000 - 1.500	Concepten waar horeca wordt gecombineerd met detailhandel ('blurring'). Detailhandel kan zowel food als non-food betreffen.

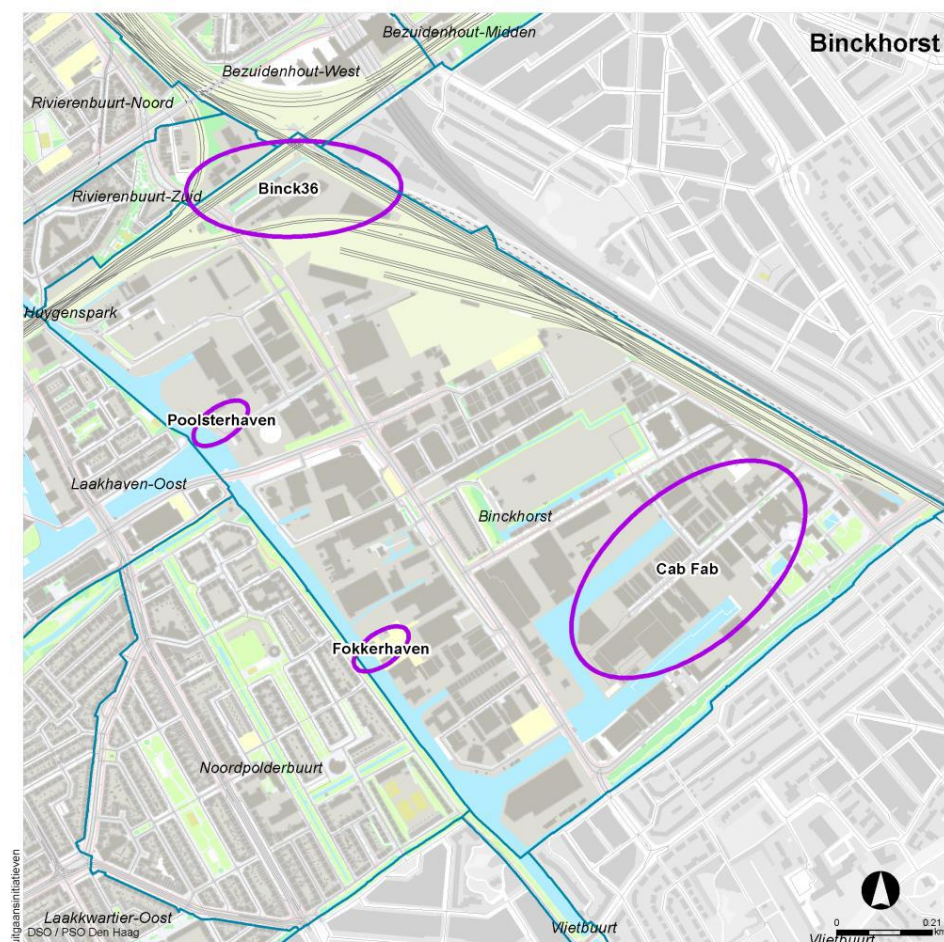
3 Marktonderzoek horeca Binckhorst

Naast niet-reguliere detailhandel zijn ook de marktmogelijkheden voor horeca in de Binckhorst geanalyseerd. We onderscheiden drie typen horeca¹⁹:

- Restaurantsector, zoals (café-)restaurant en bistro
- Drankensector, zoals een café, coffee corner en kiosk
- Fastservicesector, bijvoorbeeld cafetaria, lunchroom en fastservicerestaurant

In het uitwerkingsplan bij het nieuwe horecabeleid van de gemeente Den Haag is de Binckhorst opgenomen en staat het volgende: *‘[...] Avontuurlijke horecaconcepten op bijzondere locaties versterken de dynamische en creatieve sfeer in de Binckhorst. Gebieden rondom de Caballero Fabriek, Binck36, het KPN-gebied en de drie havens worden hiervoor als een geschikte omgeving aangemerkt. Vanzelfsprekend worden initiatieven voor horeca op deze plekken getoetst op hun specifieke meerwaarde voor dit gebied. Dit blijft altijd maatwerk. Omdat de kracht van het gebied nu juist zit in de variatie aan verschillende functies, is het niet de bedoeling om van de Binckhorst een nieuwe horecaconcentratie te maken.’*

Figuur 4 Voorkeursgebieden horeca Binckhorst



Bron: gemeente Den Haag, Uitwerkingsplan horeca 2016-2019

¹⁹ Indeling Horeca DNA, Voor de volledige verdeling zie bijlage 1

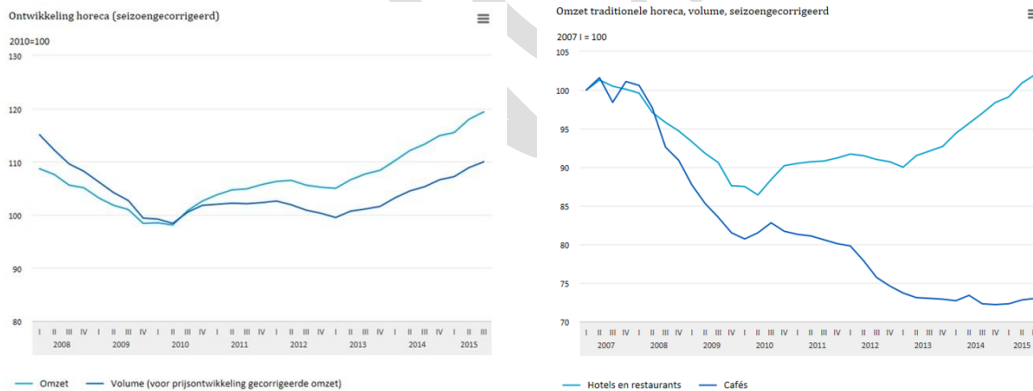
In dit hoofdstuk komen aan bod:

- Trends en ontwikkelingen (paragraaf 3.1)
- Ontwikkelingen in het aanbod (paragraaf 3.2)
- De vraag c.q. behoefte naar horeca (paragraaf 3.3)
- De confrontatie en marktkansen (paragraaf 3.4)

3.1 Trends en ontwikkelingen in de horeca

- Toenemende branchevervaging- en vervlechting: door opkomst van nieuwe ‘horeca’-aanbieders zoals warenhuizen, supermarkten en sportaccommodaties.
- De totale omzet in de horeca is de afgelopen twee jaar onafgebroken gestegen. Hierbij bestaat wel een onderscheid tussen hotel en restaurants (die beide groeien) en cafés, die pas sinds het begin van 2015 weer licht groeien. In 2015 is 5,7% meer omgezet dan een jaar eerder.
- Restaurants hebben in 2015 de grootste groei doorgemaakt: zij zetten 7,3% meer om. De hotels hebben 6,1% meer omgezet. Ook café zijn met 2,9% weer iets gegroeid: maar dat kwam vooral door de prijsstijging van 2%.
- De Rabobank verwacht voor 2016 gemiddeld 2,5% groei, veroorzaakt door hogere consumentenbestedingen, een aantrekkelijke zakelijke vraag en meer inkomend toerisme. De sterke groeicijfers moeten wel genuanceerd worden. De concurrentie is moordend; niet alleen in de sector zelf groeit het aanbod jaar op jaar. Ook vanuit branchevreemde aanbieders, zoals de foodretail, AirBnB en thuisbezorgformules.

Omzet horeca totaal en naar sector



Bron: CBS, 2015

3.2 Krachtenveld: (ontwikkelingen) aanbod vraag

Op dit moment zijn er zes zelfstandige horecavestingen op de Binckhorst. Het aanbod varieert van bekende fastservice formules tot local heroes en van een cafetaria tot een cultuurpodium.

Tabel 8 Horeca aanbod in de Binckhorst

Naam	Type	Adres	Opmerkingen
Mama Kelly	Restaurant	Saturnusstraat 100	In het Ketelhuis van voormalige Caballero fabriek (lunch en diner)



Naam	Type	Adres	Opmerkingen
Capriole	Restaurant	Fokkerkade 18	
De KOMPAAN Beer Bar	Café	Saturnusstraat 55	Biedt ook slow cook BBQ gerechten aan
PIP	Cultuurpodium	Binckhorst 36	
McDonald's	Fastservice-restaurant	Binckhorstlaan 121	
Subway	Lunchroom	Maanweg 278	

Bron: Inventarisatie Bureau Stedelijke Planning

Figuur 5 Aanbod horeca Binckhorst



Bron: Inventarisatie Bureau Stedelijke Planning

Naast de genoemde horecabedrijven zijn er ook vier horecagerelateerde bedrijven. Dat zijn twee snackbars in kioskvorm en een ondersteunende coffeecorner.

Tabel 9 Kleinschalig horeca aanbod (<50 m²) in de Binckhorst

Naam	Type	Adres	Opmerkingen
De Trekvliet	Cafetaria	Trekvlietplein 30	Kiosk snackbar
Marc's Snackbar	Cafetaria		Kiosk snackbar
Espressobar	Coffeecorner	Regulusweg 5	Ondersteunende horeca
De Maan	Cafetaria	Maanweg 23	Snackbar

Referentie: Strijp-S Eindhoven

Strijp-S in Eindhoven ondergaat sinds 2004 een transformatie van bedrijventerrein van Phillips naar een gemengd woon-werkterrein met diverse voorzieningen. In 2012 zijn de eerste mensen er komen wonen en op 1 januari 2015 woonden er 689 mensen. Ook het aantal werkzame personen is sterk toegenomen van 220 in 2010 tot 1.500 in 2014. Het betreft voornamelijk kleine bedrijven.

Het horeca-aanbod is in vergelijking met de Binckhorst hoogwaardiger. Het aanbod op de Binckhorst wordt gedomineerd door fastservice, met name cafetaria's. Het aanbod in Strijp-S bestaat naast fastservice (coffeecorner, lunchroom ,ijssalon) uit meer restaurants, waarvan sommige een bijzonder aanbod bieden en/of in een bijzondere ambiance gegeten kan worden. De horecavestigingen hebben daarmee een grotere reikwijdte dan Strijp-S alleen.



Bron: Radio Royaal

3.3 Vraag c.q. behoefte horeca

De vraag naar horeca in de Binckhorst kan worden uitgesplitst naar twee doelgroepen:

1. Direct potentieel (inwoners en werkzame personen)
2. Overig (traffic, doelbestemming, afgeleide van andere functies)

Ad 1. Direct potentieel (inwoners en werkzame personen)

Het direct potentieel in de Binckhorst bestaat uit inwoners en werkzame personen in het gebied.

Inwoners

In de Binckhorst wonen nu nauwelijks mensen. In de Gebiedsaanpak is ingezet op transformatie naar onder andere wonen. Uit het behoefteonderzoek voor wonen is gebleken dat er in ieder geval ruimte geboden kan worden voor 5.000 woningen (vermoedelijk 7.5000 inwoners op basis van 1,5 persoon per huishouden; gelijk aan de huidige huishoudensgrootte in de Binckhorst). Toekomstige demografische en economische ontwikkelingen zullen bepalen hoeveel woningen en andere functies er uiteindelijk wenselijk en mogelijk zijn.

Voor een indicatie van de mogelijkheden voor horeca in de Binckhorst is gebruik gemaakt van de gemiddelde horecadichtheid in Den Haag, die 33 horecazaken per 10.000 inwoners bedraagt. Omdat een deel van de horeca in Den Haag ook een functie heeft voor toeristen, is in de tweede kolom de horecadichtheid berekend exclusief toeristische bestedingen (die op een kwart van de totale bestedingen in de horeca zijn geschat). Uit tabel 9 blijkt dat Den Haag een bovengemiddeld aanbod horeca heeft ten opzichte van het Nederlandse gemiddelde.

In Den Haag is er **op elke 400 inwoners één horecazaak** (exclusief toerisme). In tabel 9 is de horecadichtheid naar sector per 10.000 inwoners voor Den Haag en Nederland opgenomen. De horeca in Den Haag heeft ook een functie voor werknemers en bezoekers.

Tabel 10 Horecadichtheid per 10.000 inwoners

Sector	Den Haag	Den Haag excl. toerisme	Nederland
Dranken	13,5	10,1	9,9
Fastservice	9,8	7,4	6,8
Restaurant	9,7	7,3	6,6
Totaal	33,0	24,8	23,3

Bron: Horeca DNA, 2016

Op basis van het gemiddelde van Den Haag (exclusief toerisme) kunnen indicatieve uitspraken gedaan worden over de kwantitatieve behoefte (aantal vestigingen) in de Binckhorst. Wanneer de volledige 5.000 woningen gerealiseerd worden en de gemiddelde huishoudensgrootte op de huidige 1.5 personen blijft liggen, heeft de Binckhorst in de toekomst 7.500 inwoners. In dat geval is er ruimte voor bijna 18 (extra) horecagelegenheden (zie tabel 10).

Tabel 11 Extra vraag bij aantal inwoners op basis van gemiddelde Den Haag (excl. toerisme)

Sector	Bij 1.000 inwoners	Bij 5.000 inwoners	Bij 7.500 inwoners
Dranken	1,0	5,1	7,6
Fastservice	0,7	3,7	5,1
Restaurant	0,7	3,7	5,0
Totaal	2,4	12,5	17,7

Bron: Horeca DNA, 2016

Op basis van de verwachte doelgroep (kleine, jonge huishoudens) in de Binckhorst en de bijbehorende gemiddelde horecabesteding per inwoner kan een hogere horecadekking dan verwacht worden dan op basis van het gemiddelde van Den Haag.²⁰ Echter, toekomstige bewoners kunnen ook gebruik maken van het huidige aanbod horeca, dat nu functioneert op basis van werkzame personen in de buurt en doelbezoekers. Dit tempert dus de extra vraag.

²⁰ Van Spronsen & Partners (2015) concept update horeca-onderzoek Den Haag marktstudie

Naast vraag van inwoners is er ook vraag vanuit werkenden, passanten en bezoekers, maar kunnen concepten ook hun eigen vraag aanboren (en worden een doelbestemming).

Werkzame personen

- Op de Binckhorst werken nu bijna 10.900 personen. Ook het aantal werkzame personen is afhankelijk van de transformatie die het bedrijventerrein ondergaat. De visie is dat de Binckhorst in de toekomst schone bedrijven huisvest voornamelijk actief in de creatieve sector (gebiedsaanpak, 2011).
- Net als bij inwoners verschilt ook het horecabezoek en de bestedingen in de horeca (sterk) per type werknemer. Uit het onderliggende onderzoek²¹ voor het horecabeleid van de gemeente blijkt dat 'creatief werkenden' en bovenal expats meer dan gemiddeld te besteden in de horeca. Niet alleen het type werkzame persoon is van invloed op het horecabezoek, ook de grootte van een bedrijf en het type bedrijf zorgt voor verschillen in het horecagebruik. Grote bedrijven hebben vaker een eigen kantine of bedrijfsrestaurant, waar het personeel veel gebruik van maakt. Werknemers van kleine bedrijven consumeren meer buitenshuis.
- We hebben geen reden aan te nemen dat het (huidig en toekomstig) profiel van werknemers in de Binckhorst wezenlijk afwijkt van het Haags gemiddelde. Derhalve is de gepresenteerde horecadedkking ook voor de Binckhorst maatgevend.

Ad 2 Overig (traffic, doelbestemming, afgeleide van andere functies)

- De Binckhorst vervult op twee manieren een **belangrijke functie voor passantenstromen**: door middel van de Rotterdamsebaan/Binckhorstlaan. De Rotterdamsebaan verbetert de bereikbaarheid voor de delen van de Binckhorst ten noorden van de Mercuriusweg (Spoorboogzone en omgeving Plutostraat). Voor het gebied in de Binckhorst ten zuiden van de Mercuriusweg is de Rotterdamsebaan maar in beperkte mate een alternatief voor het gebruik van de A12/Utrechtsebaan.²² Doordat een groot deel van de Rotterdamsebaan ondertunneld is verwachten we met uitzondering voor de McDonald's geen extra trafficfunctie.
- **Sommige (bijzondere) horecaconcepten zijn in staat om voor een groot deel hun eigen vraag te genereren.** Momenteel zijn McDonald's, Mama Kelly en De KOMPAAN Beer Bar daar goede voorbeelden van. De locatie- en pandkwaliteiten van de Binckhorst maken de locatie aantrekkelijk voor bijzondere horecaconcepten.
- De gemeente Den Haag heeft een beperkte functielijst opgesteld als het gaat om leisurevoorzieningen voor de Binckhorst: kartcentrum, lasergame, fitness (lokaal), sauna (lokaal), indoor speelparadijs, skate- en skeelercentrum en indoor klimcentrum. Aan deze functies wordt in veel gevallen een vorm van horeca gekoppeld, denk aan een restaurant voor lunch bij een sauna, een kantine bij een skate- en skeelercentrum en een keuken voor 'patat en pannenkoeken' bij een indoor speelparadijs. Deze horeca is in veel gevallen niet toegankelijk voor personen die geen bezoek brengen aan het leisureconcept. Dit heeft geen gevolgen voor de totale kwantitatieve behoefte.

²¹ Van Spronsen & Partners (2015) concept update horeca-onderzoek Den Haag marktstudie

²² Gemeente Den Haag (2013) MER Rotterdamsebaan - Achtergrondrapport verkeer

3.4 Specificatie marktmogelijkheden horeca

In onderstaand tabel zijn de marktmogelijkheden voor horeca gespecificeerd. De mogelijkheden hangen nauw samen met de (verwachte) groei van het inwoneraantal. Het huidige aanbod van zes horecavestigingen en vier kleinschalige horecavestigingen heeft momenteel alleen een functie voor de werkzame personen en de doelbezoekers. In de toekomst kunnen inwoners ook gebruik maken van deze horeca. We gaan ervan uit dat deze tien bestaande vestigingen de helft (dus vijf) al voorziet in de behoefte van de nieuwe inwoners.

Tabel 12 Uitbreidingsmogelijkheden horeca in aantal vestigingen

	Aantal	Opmerkingen
Direct potentieel	0 - 13	Werkenden in het gebied maken voornamelijk gebruik van de huidige lunchrooms / fastfood; voor hun overige behoefte kunnen ze gebruik maken van de horeca die primair op de inwoners gericht is.
1.000 inwoners	-	Extra vraag a.g.v. inwoneraanwas van 3 minus 5 bestaand die in behoefte voorzien van nieuwe bewoners
5.000 inwoners	8	Extra vraag a.g.v. inwoneraanwas van 13 minus 5 bestaand die in behoefte voorzien van nieuwe bewoners
7.500 inwoners	13	Extra vraag a.g.v. inwoneraanwas van 18 minus 5 bestaand die in behoefte voorzien van nieuwe bewoners
Overig potentieel	1 - 3	
	1-16	

Veel van de huidige horeca is gericht op de werkzame personen in de Binckhorst. In de toekomst zal voornamelijk het aantal inwoners toenemen, waardoor de nieuwe horeca ook een functie zal moeten gaan vervullen voor deze nieuwe groep (naast de werkzame personen). Indicatief is er op basis van 5.000 inwoners en het overige potentieel in de Binckhorst ruimte voor toevoeging van circa **tien nieuwe horecavestigingen**. In totaal betreft dit ongeveer 2.750 m² bedrijfsvloeroppervlakte (bvo; op basis van 275 m² bvo per vestiging; bron: HorecaDNA) 1.650 m² verkoopvloeroppervlakte (vvo; op basis van 165 m² vvo per vestiging; bron: HorecaDNA).

Bij doorgroei richting 7.500 inwoners gaat om zo'n 15 horecavestigingen, 4.125 m² bvo of 2.475 m² vvo.

Naast de kwantitatieve behoefte (aantal vestigingen) zijn ook ruimtelijk-kwalitatieve aspecten van belang. Het volgende is relevant:

- **Locatie.** De Binckhorst leent zich door de gunstige ligging (centraal voor diverse doelgroepen), opzet en diversiteit in deelgebieden en objecten voor avontuurlijke horeaconcepten op bijzondere locaties. Dit past binnen de vigerende beleidslijn. Het is verstandig horeca te concentreren. De vier aangewezen locaties zijn daarvoor geschikt. Deze plaatsen hebben unieke omgevingskwaliteiten (water en industriële

uitstraling), de panden op deze locaties zijn geschikt en beschikbaar en er is al horeca aanwezig waardoor geclusterd kan worden.

- **Segment en concept.** Het huidige aanbod in en nabij de Binckhorst bestaat vooral uit fastservice, voornamelijk cafetaria's. Uitbreiding met andere typen horeca voegt iets nieuws toe en draagt op die manier sterker bij aan de gebiedsontwikkeling. Bijzondere concepten zijn niet bij voorbaat in te delen onder restaurant, dranken of fastservice. Maatgevend is in eerste instantie dan ook niet het type horeca, maar het concept en de beoogde locatie. Bijzondere en verrassende concepten op de door de gemeente beoogde horecalocaties zijn waardevolle aanvullingen op het bestaande aanbod. Zogenaamde 'dagronde horeca' het meest wenselijk. Ruime openingstijden (indicatief van 10 uur 's morgens tot 10 uur 's avonds) zorgen ervoor dat alle doelgroepen optimaal bediend kunnen worden. Met het aanbieden van zowel lunch, borrel als diner (zowel een snelle hap als een uitgebreid diner) worden niet alleen de inwoners aangesproken, maar ook werknemers en bezoekers van de Binckhorst.

N.B.: Om (te grote) eenvormigheid te voorkomen en variëteit te waarborgen is het mogelijk:

- een onderscheid te maken naar horecacategorie;
- initiatieven nadrukkelijk(er) op ruimtelijke relevante aspecten als geluid, luchtkwaliteit, externe veiligheid, leegstand, parkeren en verkeer te beoordelen en;
- aanvragen te wegen op onderscheidende aspecten, als type horeca, concept en locatie (mits vastgelegd in beleid en het om ruimtelijk relevante criteria gaat).

Bijlage 1: Typering aanbod Nederlandse horeca (Horeca DNA)

De Nederlandse horeca omvat de volgende sectoren:

- Drankensector
- Fastservicesector
- Restaurantsector
- Hotelsector.

Verder wordt ook de partycatering als een afzonderlijke groep tot de horeca gerekend. Elke sector bestaat weer uit een aantal deelsectoren.

Drankensector

- Café/bar
- Discotheek
- Coffeecorner (ook tearoom, koffiehuis, coffeeshop)
- Kiosk
- Horeca bij recreatiebedrijf
- Horeca bij sportaccommodatie
- Strandbedrijf
- Ontmoetingscentrum
- Zalen-/partycentrum (ook congrescentrum zonder logies)

Fastservicesector

- IJssalon
- Cafeteria (ook snackbar)
- Fastservicerestaurant
- Shoarmazaak (ook grillroom)
- Lunchroom
- Pannenkoekenrestaurant (hieronder vallen ook de crêperies en poffertjeszaken)
- Restauratie
- Spijsverstrekker n.e.g. (Hieronder vallen met name afhaalbedrijven die (beperkt) zijn ingericht voor verbruik ter plaatse. Denk hierbij aan toko's en afhaalchinezinnen.)

Restaurantsector

- Bistro (ook petit-restaurant, pizzeria)
- Restaurant
- Café-restaurant
- Wegrestaurant

Hotelsector

- Hotel-garni
- Hotel-café
- Hotel-restaurant
- Hotel-café-restaurant
- Pension (ook bed & breakfast)

Bijlage 2: Aanbod winkels Binckhorst

Tabel 13 aanbod Binckhorst

hoofdbranche	branche	naam	adres	m ² wvo	PDV ?
Sport & Spel	Sport Speciaalzaak	Sickboards	Maanweg 24	35	Nee
Doe-Het-Zelf	Bouwmarkt	Karwei	Binckhorstlaan 176	2.761	Ja
Doe-Het-Zelf	Sanitairmaterialen	Sani-Dump	Wegastraat 25	645	Ja
Doe-Het-Zelf	Verf/Behang	De Profs	Maanweg 64	842	Ja
Doe-Het-Zelf	IJzerwaren	De Beeldhouwwinkel	Maanweg 68	n.b.	Ja
Wonen	Keukens	Keuken Kampioen	Maanweg 22	962	Ja
Wonen	Keukens	Nell & Stutterheim BV	Binckhorstlaan 305	430	Ja
Wonen	Keukens/Badkamer	Brugman	Binckhorstlaan 113	1.068	Ja
Wonen	Keukens/Badkamer	Het Koenehuis	Maanweg 62	1.003	Ja
Wonen	Parket/Laminaat	Laminaat en Parket.nl	Jupiterkade 8c	610	Ja
Wonen	Parket/Laminaat	Top Vloeren	Binckhorstlaan 170	927	Ja
Wonen	Woningtextiel	Carpentryright	Binckhorstlaan 168	1.589	Ja
Wonen	Slaapkamer/Bed	Matrasdirect	Binckhorstlaan 168	368	Ja
Subtotaal PDV				11.240	
Detailhandel Overig	Tweedehands	Kringloop Randstad	Binckhorstlaan 151	2.558	Nee
Detailhandel Overig	Tweedehands	De Haagsche Bazaar	Melkwegstraat 12	1.168	Nee
Detailhandel Overig	Tweedehands	Hebbes Kringloop	Melkwegstraat 8	1.013	Nee
Detailhandel Overig	Haarden/Kachels	Houweling en Westenberg	Maanweg 58	914	Nee
Plant & Dier	bloemen/planten	Bloemenkiosk Barbara	St. Barbaraweg 6	n.b.	Nee
		Nb	Binckhorstlaan 401-403	172	Nee
		Nb	Saturnusstraat 59	1.421	Nee
		Nb	Siriusstraat 9	259	Nee
Totaal				18.745	

Bron: bedrijfsvestigingen Binckhorst, 2017; inventarisatie Bureau Stedelijke Planning

Detailhandel in volumineuze goederen

In het vigerende Bestemmingsplan Binckhorst-Noord is onder de bestemmingen: Bedrijf-1, Bedrijf-2, Bedrijf-3 en Gemengd-2 is **perifere detailhandel in volumineuze goederen** toegestaan. Het gaat hier om detailhandel in personenauto's, motoren, caravans, boten, grove bouwmaterialen en landbouwwerktuigen. Indien perifere detailhandel wordt uitgeoefend, mag tevens maximaal 20% van het bedrijfsoppervlakteoppervlakte gebruikt worden voor de verkoop van nevenassortiment²³.

Groothandelsbedrijven Jongeneel aan de Poolsterstraat 30 en PontMeyer aan de Mercuriusweg 40 hebben respectievelijk de bestemming Bedrijf-1 en Bedrijf-2. Het huidige gebruik betreft groothandel en voor een deel ook verkoop aan consumenten (perifere detailhandel). Deze verkoop is ondergeschikt aan de functie groothandel. We gaan uit van een maximaal percentage van 20% van de totale bedrijfsvloeroppervlakte. Voor beide bedrijven samen gaat het om 1.875 m² bvo (zie tabel 14). Omgerekend naar winkelvloeroppervlakte betreft het maximaal 1.498 m² wvo. Opgeteld bij het overige PDV aanbod op de Binckhorst gaat het om **12.750 m² wvo perifere detailhandel**.

²³ Bestemmingsplan Binckhorst-Noord, Artikel 24 Algemene gebruiksregels: bij detailhandel in volumineuze goederen is het voeren van nevenassortiment toegestaan, mits het netto vloeroppervlak van het nevenassortiment niet meer bedraagt dan 20% van het totale vloeroppervlak van het bedrijf en het nevenassortiment past bij het hoofdassortiment.

We beschouwen alleen dit ondergeschikte deel van verkoop aan consumenten als PDV. Het overige deel beschouwen we niet als relevante plancapaciteit om twee redenen:

1. Het feitelijk gebruik is geen detailhandel, maar groothandel. De bedrijven zijn niet opgenomen in de Locatus Verkooppunt Verkenner: in deze database zijn alle detailhandelsvestigingen van Nederland opgenomen.
2. Er is geen reden om aan te nemen dat binnen afzienbare termijn één van deze exploitanten de deuren op deze locatie gaat sluiten en de locatie geheel wordt ingevuld met perifere detailhandel in volumineuze goederen.

Tabel 14 aanbod ondergeschikte PDV Binckhorst

Naam	Adres	M ² bvo	Max 20% PDV (van m ² bvo)	Indicatie m ² wvo PDV (80% van m ² bvo)
Jongeneel	Poolsterstraat 30	4.180	836	667
PontMeyer	Mercuriusweg 40	5.193	1.039	831
		9.373	1.875	1.498