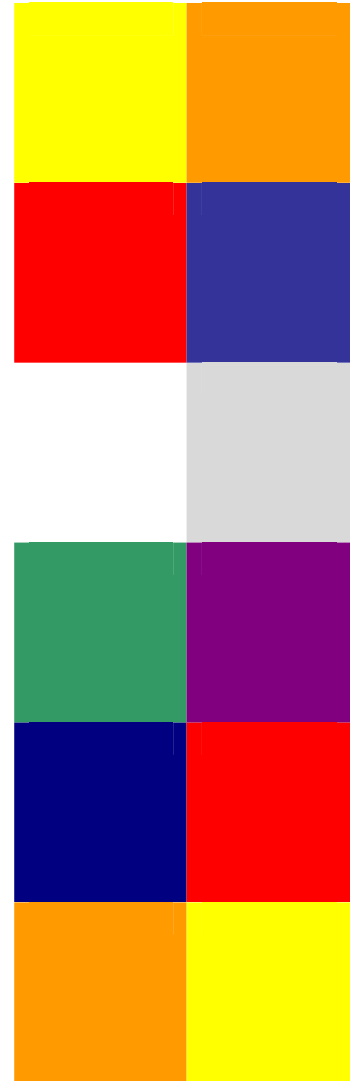




BIJLAGE 4

DISTRIBUTIE PLANOLOGISCH
ONDERZOEK



BESTEMMINGSPLAN

BABBERSPOLDER OOST



Eindrapportage

maart 2011

Een product van:

Bureau Stedelijke Planning bv
Silodam 1E
1013 AL Amsterdam
020 - 625 42 67
www.stedplan.nl
info@stedplan.nl

Team Detailhandel en Leisure:
Dorinda Nieto Pazos MSc.
Drs. Toine Hooft

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

In opdracht van:

Gemeente Vlaardingen



Gemeente Vlaardingen

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

Projectnummer: 2010.A.559

Referentie: DPO Vlaardingen-Van Hogendorpplan

Inhoudsopgave

	Inleiding	4
1	Vraag- en aanbodverhoudingen	6
	1.1 Verzorgingsgebied	
	1.2 Detailhandelsstructuur	
	1.3 Supermarktstructuur	
2	Positie en perspectief Van Hogendorp	10
	2.1 Functioneren winkelcentrum Van Hogendorp	
	2.2 Trends en ontwikkelingen	
	2.3 Vigerend beleid	
	2.4 SWOT en SWOT-confrontatie	
	2.5 Conclusies perspectief Van Hogendorp	
3	Distributieve analyse	15
	3.1 Omvang en branchering	
	3.2 Supermarkten	
4	Beantwoording onderzoeksvragen en slotconclusies	22
	4.1 Beantwoording onderzoeksvragen	
	4.2 Slotconclusies	
	Bijlage: Branchering Van Hogendorp	25
	Bijlage: Trends en ontwikkelingen	27

Inleiding

De combinatie Waterweg Wonen/Synchroon heeft plannen om het winkelcentrum Van Hogendorp laan te Vlaardingen te herontwikkelen. Van de drie winkelblokken wordt het Zuidblok gesloopt en bestemd voor onderwijsvoorzieningen en woningbouw. In het Middenblok verrijst het nieuwe winkelcentrum. Het Noordblok blijft in tact en wordt gerenoveerd.

Het totale programma voor het middendeel behelst 6.500 m² bvo. Hiervan is het grootste gedeelte, 3.500 m² bvo, gereserveerd voor zittende ondernemers en 1.500 tot 2.000 m² voor een (nieuwe) supermarkt. De netto-toevoeging bedraagt 700 m² bvo.

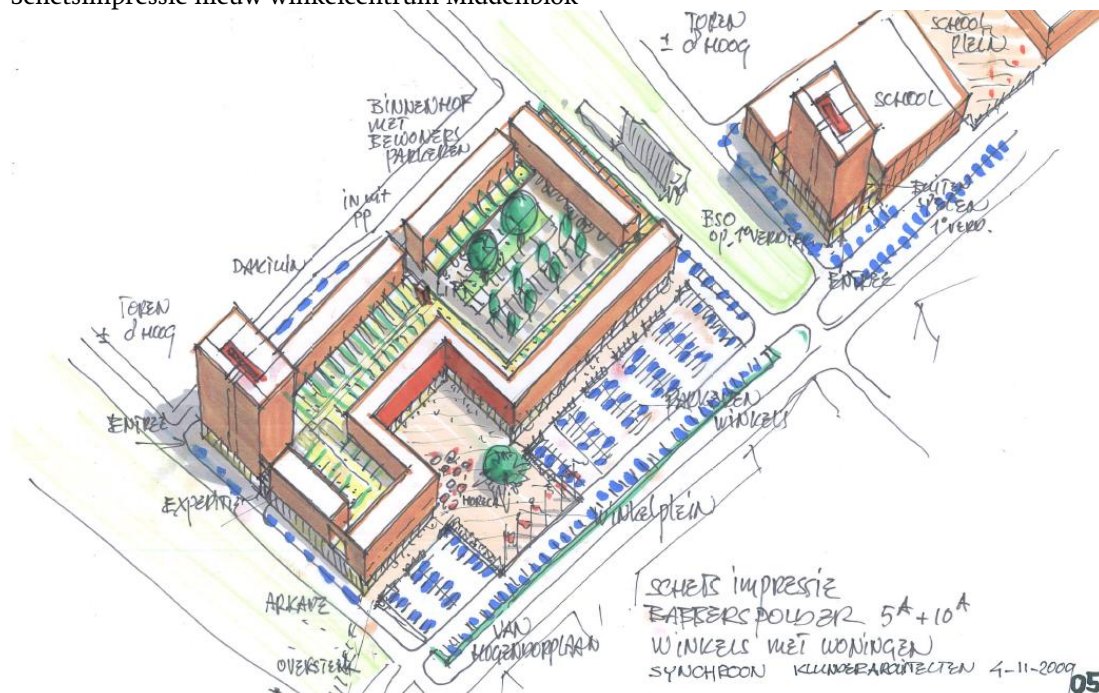
Tabel 1 Programma nieuwe winkelcentrum Van Hogendorp laan (Middenblok, concept)

	m ² bvo
Herhuisvesting bestaande ondernemers	3.450
Nieuwe supermarkt	1.500 – 2.000
Textiel-super	350
Klein warenhuis (bv. Hema)	400
Extra horeca	300
Diensten	0 - 475
Totaal	ca. 6.500

Bron: Werkwijze Brancheadviescommissie Van Hogendorp laan, 14 oktober 2010

De winkels zijn gegroepeerd rond een hof, dat het centrale ontmoetingsplek van de wijk moet worden. In het Middenblok komen ca. 400 parkeerplaatsen, waarvan ca. 300 openbaar. Het merendeel hiervan is gepland aan de voorzijde van het winkelcentrum.

Schetsimpresie nieuw winkelcentrum Middenblok



Bron: Stedenbouwkundige studie Synchroon, november 2009

Eind 2011 wordt gestart met de sloop; met de bouw van het winkelcentrum kan in 2012 worden aangevangen. Oplevering is gepland in 2013.

Doelstelling en vraagstelling

Voor de herontwikkeling is een herziening van het vigerend bestemmingsplan noodzakelijk. De gemeente heeft Bureau Stedelijke Planning bv gevraagd een distributieve onderbouwing aan te leveren ten behoeve van de bestemmingsplanwijziging.

De volgende vragen staan in dit rapport centraal:

1. *Is de herontwikkeling en uitbreiding van 700 m² bvo markttechnisch en distributief verantwoord?*
2. *En meer specifiek: Is de komst van een (tweede) supermarkt van 1.500 – 2.000 m² bvo te onderbouwen?*
3. *Is uitbreiding van de bestaande supermarkt verantwoord, en zo ja met hoeveel vierkante meter en onder welke condities?*
4. *Wat is de mening over de voorliggende omvang, functie, branchering en ruimtelijk-functionele opzet van het nieuwe winkelcentrum, inclusief het Noordblok?*

Leeswijzer

In het eerste hoofdstuk zijn de vraag- en aanbodverhoudingen geschetst. Wat is (de ontwikkeling van) het draagvlak en hoe is de detailhandelsstructuur? In het tweede hoofdstuk wordt ingegaan op de huidige positie van de Van Hogendorpstraat, waarbij ook een SWOT-analyse wordt gemaakt. Vervolgens wordt in het derde hoofdstuk met behulp van verschillende methoden de distributieve mogelijkheden bepaald. Tot slot zijn in hoofdstuk 4 de belangrijkste conclusies weergegeven en de onderzoeksvragen beantwoord.

1 Vraag- en aanbodverhoudingen

In dit hoofdstuk komen achtereenvolgens aan de orde:

- Afbakening, omvang en profiel verzorgingsgebied (paragraaf 1.1);
- Winkelstructuur, detailhandelsbeleid en detailhandelsplannen (paragraaf 1.2).

1.1 Verzorgingsgebied

Vlaardingen is gelegen aan de Nieuwe Maas, ten westen van Rotterdam. De stad telt circa 70.000 inwoners en wordt gekenmerkt door een enigszins vergrijsde bevolking en een hoog aandeel niet-westerse allochtonen.

De Van Hogendorpstraat is centraal gelegen in de wijk Vlaardinger Ambacht. Hieronder vallen de buurten Babberspolder (Oost, West en Noord), Oranjebuurt en 't Nieuwe Lant. Het winkellint is in omvang en functie een wijkwinkelcentrum. De Van Hogendorpstraat is de belangrijkste wijkontsluitingsweg van Vlaardinger Ambacht en takt direct aan op de hoofdinfrastructuur van Vlaardingen. De gunstige ligging aan een doorgaande weg bevordert de mogelijkheden voor toevloeiing.

De wijk wordt begrensd door de rijksweg A20 aan de noordkant, de rijksweg A4 aan de oostkant, het spoor aan de zuidkant (station Vlaardingen Oost) en het centrum aan de westkant. In tegenstelling tot de gunstige ligging, beperkt deze scherpe begrenzing de mogelijkheden voor omzettoevloeiing.

Onderstaande kaart toont de ligging van het winkelcentrum en het bijbehorende verzorgingsgebied.

Figuur 1 Van Hogendorpstraat en verzorgingsgebied (Vlaardinger Ambacht)



Bron: Google Maps, bewerking Bureau Stedelijke Planning bv

Bevolkingsprofiel

Het gehele verzorgingsgebied telt bijna 12.000 inwoners en wordt gekenmerkt door een relatief hoog aandeel 25-45 jarigen en een relatief laag aandeel 45-65 jarigen en 65-

plussers. De huishoudensgrootte is gelijk aan het Nederlandse gemiddelde, al zijn er wel relatief meer huishoudens met kinderen in Vlaardinger Ambacht. Het aandeel niet-westerse allochtonen is met 20% twee keer zo hoog als gemiddeld in Nederland en iets hoger dan Vlaardingen als geheel. Het gemiddelde inkomen per inwoner is 5% lager dan landelijk. Er is veel, deels verouderd, corporatiebezit. Op het merendeel van dit bezit rust de herstructureringsopgave sloop/ nieuwbouw. Circa 650 woningen zijn reeds gesloopt en circa 900 woningen worden op korte termijn gesloopt. Door de transformatie in het herstructureringsgebied Babberspolder-Oost worden de circa 1.550 te slopen bestaande woningen vervangen door circa 300 sociale huurwoningen en circa 650 woningen in de vrije huur- en koopsector.

Tabel 2 Demografische kenmerken en inkomen in het verzorgingsgebied en Nederland

	Inw. 2010	% 0-15	% 15-25	% 25-45	% 45-65	% 65+	Gem hh-grootte	% Niet-westerse allocht.	Gem. inkomen per inw.
Vl. Ambacht	11.628	18	13	29	26	14	2,2	20	€12.600*
Vlaardingen	70.526	16	12	26	28	19	2,1	17	€13.200*
Nederland	16.574.989	18	12	27	28	15	2,2	11	€13.300

Bron: Actieplan Wonen, gemeente Vlaardingen; CBS Statline november 2010, cijfers 2010 (inkomensgegevens betreft 2007)

*De inkomens van Vlaardinger Ambacht en Vlaardingen in 2008 komen neer op respectievelijk €14.500 en €14.800. Voor Nederland is dit gegeven niet beschikbaar.

De verwachting is dat de wijk in 2015 circa 11.500 inwoners telt en dat het inwoneraantal in 2030 verder daalt naar 10.000 inwoners door een afname van de woningvoorraad¹ en een verdere gezinsverdunding en vergrijzing. Daarnaast is de verwachting dat het besteedbaar inkomen zal stijgen. In het Actieplan Wonen 2030 is het nieuwbouwprogramma tussen 2009 en 2030 voor de gehele wijk Vlaardinger Ambacht vastgesteld op 1.346 woningen. Het aantal te slopen woningen is 2.189, waardoor de netto woningafname neerkomt op -843.

Babberspolder-Oost wordt de komende 4 tot 5 jaar grootschalig geherstructureerd, waarbij zowel de woningen, als de openbare ruimte en het winkelcentrum worden aangepakt en maatschappelijke functies worden toegevoegd. In totaal worden er ca. 1.500 woningen gesloopt en worden er bijna 1.000 nieuwe woningen gerealiseerd (deels koop en deels huur). Het accent ligt op woningen voor jonge gezinnen. Een groot deel van de nieuwe woningen is opgeleverd. Oplevering van de resterende nieuwbouwwoningen wordt verwacht in 2013/2014.

Babberspolder Oost is een ruimopgezette, groene wijk. De inrichting van de openbare ruimte was van oorsprong al een opvallend kenmerk van de wijk: een waaiestructuur van rechthoekige woonvelden met daartussen langgerekte groengebieden (wiggen). De 'wiggen' worden grotendeels ontdaan van bebouwing en krijgen een groen karakter.

1.2 Detailhandelsstructuur

Vlaardingen kent een hiërarchische winkelstructuur. Het kernwinkelgebied (42.472 m² wvo) staat aan de top van de hiërarchie. Vlaardingen-Centrum is nog steeds het vierde koopcentrum van de regio Rijnmond, na Rotterdam-Centrum, Rotterdam-Alexandrium en Rotterdam-Zuidplein. De positie is de afgelopen jaren wel verslechterd: de koopkrachtbinding is gedaald, vooral in de niet-dagelijkse sector en de waardering van het aanbod is afgenomen, mede door het vertrek van V&D. Het oude pand van V&D wordt momenteel herontwikkeld met een nieuwe bioscoop als drager.

¹ Bron: Gebiedsvisie Ambacht, Actieplan Wonen. September 2010.

De ondersteunende winkelgebieden zijn:

- De wijkcentra De Loper (Holy), Wiardi Beckmansingel (Westwijk) en Van Hogendorplaan (Ambacht);
- Drie buurtcentra Holiërhoek (Holy), Hoogvliet/VOP-Zuid (Vettenoordse Polder) en Dirk de Dordelaan (Westwijk);
- De buurtsteunpunten Winkelhoeve (Holy) en Billitonlaan (Indische Buurt).

Perifere detailhandel is geconcentreerd op de locatie Hoogstad.

Vlaardingen kent in totaal een winkelaanbod van 106.965 m² wvo. Dit komt neer op een winkeldekking van 1,5 m² per inwoner en ligt hiermee iets lager dan het Nederlandse gemiddelde van 1,8 m² per inwoner.

De gemeente heeft in de detailhandelsnota 2007-2012 gekozen voor handhaving en een versterking van de fijnmazige en hiërarchische winkelstructuur.

Plannen

Naast de herontwikkeling van de Van Hogendorplaan worden er in de detailhandelsnota nog enkele andere detailhandelsplannen in Vlaardingen geformuleerd:

- Centrum. Uitbreiding van het winkelaanbod is niet aan de orde, wel wordt ingezet op versterking van de historische binnenstad, het faciliteren van horeca en leisure en de verbetering van de beeldkwaliteit;
- De Loper. In het bestemmingsplan voor winkelcentrum de Loper is opgenomen dat de bestaande supermarkten mogen uitbreiden;
- Westwijk. Intentie is om de Dr. Wiardi Beckmansingel op te waarderen en de bewinkeling in de wijk hier te concentreren. Supermarkten zijn er van Albert Heijn, Bas van der Heijden en Aldi.
- Holiërhoek. Er zijn plannen om dit winkelcentrum te herontwikkelen;
- Vijfsluizen. Op deze locatie zijn plannen voor grootschalige gebiedsontwikkeling. Het eventueel te realiseren retailprogramma behelst 15.000 m² wvo.

Figuur 2 Winkelgebieden en supermarkten in Vlaardingen



Bron: Gemeente Vlaardingen, bewerking Bureau Stedelijke Planning bv

Positie Van Hogendorplaan

De Van Hogendorplaan neemt binnen de detailhandelsstructuur van Vlaardingen de positie van ondersteunend wijkwinkelcentrum in. In de wijk Vlaardinger Ambacht is

vrijwel al het detailhandelsaanbod geconcentreerd aan de Van Hogendorplaan. De nadruk ligt vooral op de dagelijkse artikelen (met als grootste trekker de MCD supermarkt) en frequent benodigde artikelen (Blokker, Bruna, et cetera). Daarnaast telt het winkelcentrum nog enkele andere niet-dagelijkse winkels en horeca en dienstverlenende functies. De belangrijkste concurrerende winkelgebieden zijn:

- Het centrum van Vlaardingen, dat op 1 kilometer van de Van Hogendorplaan is gelegen;
- De Loper, een sterk wijkcentrum met een bovenwijkse aantrekkingskracht.

1.3 Supermarktstructuur

De gemeente Vlaardingen telt een supermarktaanbod van 13.233 m² wvo. Dit komt neer op een supermarktdichtheid van 0,19 m² wvo per inwoner, wat vrij laag is in vergelijking met het Nederlandse gemiddelde van 0,22 m². Het centrum telt het grootste supermarktaanbod: Albert Heijn, Bas van der Heijden, Hoogvliet en Lidl. Het supermarktaanbod in het centrum is zeer compleet en divers en oefent een sterke aantrekkingskracht uit op Vlaardinger Ambacht.

Ook De Loper (Albert Heijn en Super de Boer) en Westwijk-Wiardi Beckmansingel (Albert Heijn, Bas van der Heijden en Aldi) hebben een vrij groot en compleet supermarktaanbod. Deze centra en supermarkten hebben ook enige bovenwijkse functie.

Tabel 3 Supermarktaanbod Vlaardingen

Wijk	Winkelgebied	Formule	Kassa's	Omvang (m ² wvo)
Centrum	Centrum Vlaardingen	Lidl	4	675
		Bas van der Heijden	8	1.291
		Albert Heijn	9	1.246
		Hoogvliet	11	1.212
Holy	De Loper	Super de Boer	6	1.178
		Albert Heijn	12	1.680
		Holiërhoek	6	798
	Winkelhoeve	Lidl	4	545
	Westwijk	W. Beckmansingel	ALDI-Markt	3
Bas van der Heijden			6	670
Albert Heijn			7	1.092
Dirk 3 Laan		MCD Supermarkten	4	950
Vlaardinger Amb.	Van Hogendorplaan	MCD Supermarkten	6	930
		Coop Codis Van Duren	1	210
Oostwijk	2 ^e Van Leijden Gaelstr.	Bakgal	2	354
				13.233

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner 2010

Het supermarktaanbod in de wijk Vlaardinger Ambacht bestaat volgens het databestand van Locatus uit de MCD (930 m² wvo) en een kleine zelfstandige supermarkt Coop Codis (210 m² wvo). De supermarktdichtheid is met 0,10 m² per inwoner zeer laag. De supermarkten zijn in aantal, omvang en formulekracht te beperkt om de koopkracht in de wijk optimaal te binden. De geringe supermarktdichtheid van Vlaardinger Ambacht is deels een verklaring voor de aantrekkingskracht van de supermarkten in het Centrum, Holy en de Westwijk op de koopkracht in Vlaardinger Ambacht. Het programma van het Middenblok biedt plaats voor een nieuwe supermarkt van 1.500-2.000 m² wvo, ofwel ca. 1.200-1.600 m² wvo (zie voor het totale programma tabel 1).

2 Positie en perspectief Van Hogendorplaan

In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de positie en het perspectief voor de Van Hogendorplaan.

2.1 Functioneren winkelcentrum Van Hogendorplaan

De Van Hogendorplaan is een wijkwinkelcentrum van 9.586 m² bruto vloeroppervlak (bvo)² en circa 50 verkooppunten met een gemiddelde omvang van 190 m² bvo. Belangrijke trekkers zijn de MCD Supermarkt, Blokker, DA Drogist, Pet's Place, Bruna, enkele modezaken en de woonwinkel Deco-Pro. Zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse sector hebben een vrijwel gelijkwaardig aandeel in het winkelcentrum.

Tabel 4 Detailhandelsaanbod uitgesplitst naar dagelijks en niet-dagelijks (in % van m² wvo)

Aanbod Van Hogendorplaan (%)	
Dagelijks	40%
Niet-dagelijks	41%
Leegstand	19%
Totaal	100%

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner 2010

Het winkelcentrum bestaat uit drie blokken:

- **Noord.** In het noordelijke deel van het winkelcentrum is het grootste dagelijkse cluster te vinden met onder andere de MCD supermarkt, slijter, bakker en kaaswinkel. Daarnaast is er (beperkt) aanbod aan frequent benodigde artikelen (een zeer kleine Blokker en een bloemenwinkel) en zijn er enkele modewinkels gevestigd. Ook zijn er één horecagelegenheid en een schoonheidsspecialist aanwezig. De supermarkt is met de slijterij aan de zuidkant van het blok gesitueerd.
- **Midden.** In dit blok zijn naast twee dagelijkse winkels (slijter en groente/fruit-winkel) alleen niet-dagelijkse winkels te vinden. Het aanbod aan horeca en dienstverlening is in dit blok het grootst.
- **Zuid.** Het zuidelijke blok omvat een klein dagelijks cluster (minisuper, bakker, slager, poelier en drogist), enkele niet-dagelijkse winkels en twee kappers.

Tabel 5 Metrage per blok (in m² bvo)

	Noord*	Midden	Zuid	Totaal
winkel	3.158	2.232	1.937	7.327
magazijn	36	89	564	689
leegstand	599	562	409	1.570
Totaal	3.793	2.883	2.910	9.586

Bron: Waterweg Wonen

* exclusief MCD van 1.000 m² en voormalige Hypotheker van 165 m²

De drie blokken vormen een langgerekt winkellint van 700 meter. De bewinkeling is enkelzijdig. Voorlangs zijn er circa 150 gratis maaiveldparkeerplaatsen. Langs het hele winkellint zijn er parkeerplaatsen gesitueerd. Voor het Zuidblok en Middenblok in de vorm van schuinparkeren en bij het Noordblok langsparkeren. De supermarkt heeft

² 5.188 m² winkelvloeroppervlak (wvo) volgens Locatus

tevens een extra parkeerterrein. Fietsparkeren vindt plaats op het trottoir. Het winkelcentrum dateert uit 1960.

Het winkelcentrum is sterk verouderd en de opzet (langgerekt, enkelzijdige bewinkeling, overwegend kleine units) niet meer van deze tijd. De combinatie Waterweg Wonen/Synchroon heeft plannen om het winkelcentrum te herontwikkelen. Het Zuidblok wordt gesloopt en is bestemd voor onderwijsvoorzieningen en woningbouw. In het Middenblok verrijst het nieuwe winkelcentrum. Het Noordblok blijft intact en wordt gerenoveerd.

Voor het economisch functioneren is vooral de positie van het winkelgebied in het lokale krachtenveld doorslaggevend. Koopstroomgegevens geven inzicht in het economisch functioneren van een winkelgebied. Ook huurniveau en leegstand(ontwikkeling) zijn goede indicatoren voor het functioneren van een winkelgebied. Goed functionerende winkelgebieden kennen weinig leegstand en een opwaartse druk op huren: andere winkeliers willen zich hier ook graag huisvesten. Bij slecht functionerende winkelgebieden treedt een tegengesteld effect op: de leegstand loopt op en het huurniveau staat onder druk.

Koopstromen³

De koopkrachtbinding vanuit de wijk aan de Van Hogendorpstraat is tussen 2000 en 2006 sterk afgenomen, zowel voor de dagelijkse als de niet-dagelijkse artikelen. De inwoners zijn, voor zowel de dagelijkse als niet-dagelijkse segment, meer georiënteerd op het centrum, De Loper of op omliggende gemeenten. Rotterdam is voor niet-dagelijkse aankopen een sterk alternatief.

De huidige koopkrachtbinding in Vlaardinger Ambacht is zeer laag: voor het dagelijkse segment komt deze neer op 28% en voor het niet-dagelijkse segment op 6%. Ook de oriëntatie vanuit de rest van Vlaardingen is summier: 6% (dagelijks) en 1% (niet-dagelijks). Er is sprake van grote afvloeiing vanuit de wijk naar het centrum: 40% voor zowel het dagelijkse als het niet-dagelijkse segment.

Huurniveaus

Het gemiddelde huurniveau bedraagt € 90,- per m² bvo per jaar voor de winkels en € 65,- per m² bvo voor de opslagruimte. Dit is extreem laag voor een wijkwinkelvoorziening. Dit duidt op sterke veroudering en het feit dat het winkelcentrum aan het einde van de levenscyclus is. In nieuwbouwsituaties zijn de huurniveaus fors hoger.

Leegstand

Bijna 20% van het totale winkelcentrum staat leeg. Dit is bijna drie keer zoveel als het landelijk gemiddelde. De hoge leegstand is te verklaren uit het feit dat leegkomende units niet meer worden verhuurd, nu herontwikkeling aanstaande is.

³ Bron: Detailhandelsnota 2007-2012, Gemeente Vlaardingen

Van Hogendorplaan



Bron: Google Streetview 2010

2.2 Trends en ontwikkelingen

Een aantal trends en ontwikkelingen zijn direct van invloed op het functioneren van buurt- en wijkwinkelcentra, zowel aan de vraagkant als aan de aanbodkant. In de bijlage is een overzicht van de belangrijkste trends weergegeven. In deze paragraaf wordt ingegaan op de gevolgen van deze trends voor (de herontwikkeling van) de Van Hogendorplaan.

- Voldoende draagvlak. Waar vroeger 5.000 inwoners toereikend waren, is nu minimaal 7.000 tot 10.000 inwoners vereist en enige bovenwijkse functie nodig om te kunnen floreren. Hieraan voldoet Vlaardinger Ambacht;
- Schaalvergroting. Kleinschalige (buurt)winkel- en dorpscentra maken plaats voor wijkvoorzieningen met een compleet aanbod aan dagelijkse en frequent benodigde voorzieningen. Ook de gemiddelde omvang per verkooppunt neemt sterk toe. De gemiddelde unitgrootte van 190 m² bvo is laag, net zoals de gemiddelde winkelgrootte (127 m² wvo). Met nieuwbouw kan in meer diversiteit van unitgroottes worden voorzien;
- Boodschappenfunctie centraal. Nog meer dan nu het geval is zullen buurt- en wijkvoorzieningen zich toeleggen op de boodschappenfunctie. De tendens is dat aanbod aan dagelijkse en frequent benodigde voorzieningen in absolute en relatieve zin toeneemt ten koste van het overige niet-dagelijkse aanbod;
- Volwaardige full-service supermarkt fungeert als drager. Zonder een volwaardige full-service supermarkt met dito omzet zijn andere winkels niet levensvatbaar. De gemiddelde winkelvloeroppervlakte van supermarkten in Nederland is de laatste jaren flink toegenomen, evenals de totale winkelvloeroppervlakte. De meeste full-service supermarktformules hanteren nu een ondergrens van 1.200 tot 1.300 m² wvo en beschouwen 1.500 tot 1.600 m² wvo als een ideale maat. Een hard discounter (Aldi of Lidl) vraagt in de regel tussen de 1.000 en 1.100 m² wvo. De huidige supermarkt is met 930 m² wvo duidelijk te klein om als moderne volwaardige full-service supermarkt en drager van het winkelgebied te functioneren;
- Subtrekkers noodzakelijk. Voor een volwaardig wijkwinkelcentrum zijn naast een full-service supermarkt ook een aantal subtrekkers noodzakelijk. Dit kunnen zijn een tweede full-service supermarkt of (soft) discounter, een HEMA en een grotere Blokker;
- Combinatie met andere voorzieningen. De combinatie van winkels met andere (publieks)voorzieningen, zoals onderwijs, naschoolse opvang, medische voorzieningen, horeca en/of bibliotheek maken het winkelgebied tot 'hart' van de wijk en zal combinatiebezoeken stimuleren. Bij de ontwikkeling van de Van Hogendorplaan wordt hier op ingespeeld door een deel van het Zuidblok te bestemmen voor sociaal-maatschappelijke functies;

- Functionaliteit is essentieel. Een logische ligging in de infrastructuur, uitstekende auto- en fietsbereikbaarheid en parkeren, een eenvoudige ruimtelijk-functionele opzet zijn van belang voor het welslagen van een (boodschappen)centrum, waar gemak en efficiency centraal staan. De Van Hogendorplaan heeft een gunstige ligging aan de doorgaande weg. Van belang is dat de Van Hogendorplaan van een langgerekt lint wordt hervormd tot compact centrum met een moderne uitstraling.

2.3 Vigerend beleid

De gemeente omarmt in de detailhandelsnota 2007-2012 de herontwikkeling van de Van Hogendorplaan. Beleidslijn is dat de herontwikkeling van de Van Hogendorplaan moet resulteren in een compact, compleet en comfortabel winkelcentrum, gericht op de consument in de wijk (en niet conflicterend met het centrum). De volgende punten zijn van belang:

- Uitbreiding van het supermarktareaal zal de koopkrachtbinding vergroten;
- Voor de toekomst is een evenredige verhouding in het dagelijkse en niet-dagelijkse aanbod gewenst, qua omvang passend bij de functie en koopkracht in het verzorgingsgebied;
- De winkelunits moeten voldoen aan de huidige eisen van de consument en ondernemer;
- Modernisering is noodzakelijk en schaalvergroting is van belang;
- De ligging en aanrijroute voor het parkeren moeten het huidige bereikbaarheidsniveau waarborgen.

Daarnaast is het Actieplan Wonen 2030 van belang, waarbij er een gebiedsvisie voor Ambacht is opgesteld. Hierin is een nieuwbouwopgave van 1.346 woningen voorzien tussen 2009 en 2030. Het aantal te slopen woningen komt neer op 2.189.

Horecabeleid

Het Noordblok heeft een avondhorecavestiging (horeca type 2), die ook na de renovatie zal worden gehandhaafd. Voor het nieuwe Middenblok moet de nadruk op winkelondersteunende horeca/dagzaak (horeca type 1) komen te liggen. In de Horecanota 2010 is aangegeven dat voor het nieuw te ontwikkelen winkelcentrum aan de Van Hogendorplaan naast een snackbar/fastfood, plaats is voor meer winkelondersteunende horeca, in de vorm van bijvoorbeeld een lunchroom. Een kwaliteitsimpuls voor deze straat is gewenst.

2.4 SWOT en SWOT-confrontatie

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. Een voorbeeld hiervan is de parkeergelegenheid. Dat wil zeggen dat het punt sterk of zwak is ten opzichte van concurrerende winkelgebieden. Zaken die van 'buiten' komen en waar geen of nauwelijks invloed op kan worden uitgeoefend, vallen onder de kansen of bedreigingen. Een voorbeeld hiervan is bevolkingskrimp.

In de onderstaande tabel zijn de sterke en zwakke punten en toekomstige kansen en bedreigingen van winkelcentrum Van Hogendorplaan opgesomd.

Tabel 6 SWOT-analyse Van Hogendorplaan

Sterktes	Zwaktes
<ul style="list-style-type: none"> - Centrale ligging in de wijk - Gunstige ligging aan (hoofd)infra - Voldoende gratis maaiveldparkeergelegenheid 	<ul style="list-style-type: none"> - Verouderde ruimtelijk-functionele opzet (langgerekt, enkelzijdige bewinkeling, overwegend kleine units) - Winkelgebied is aan einde levenscyclus - Wat onduidelijke profilering - Zeer lage koopkrachtbinding
Kansen	Bedreigingen
<ul style="list-style-type: none"> - Mogelijkheid tot herontwikkeling en herpositionering - Opwaardering directe projectomgeving: openbare ruimte, nieuwe functies, woningvoorraad - Geen andere concurrentie in de wijk - Verbetering van de koopkrachtbinding 	<ul style="list-style-type: none"> - Versterking overige gebieden Vlaardingen op supermarktgebied

Een SWOT-confrontatie koppelt de sterke en de zwakke punten aan de kansen en bedreigingen. Zo ontstaan de meest veelbelovende mogelijkheden en meest bedreigende situaties. Uit deze confrontatie zijn de strategische opties voor de uiteindelijke positionering en ruimtelijk-functionele uitwerking voor de Van Hogendorplaan te herleiden.

Meest veelbelovend

De combinatie Waterweg Wonen/Synchroon heeft het initiatief genomen om het winkelcentrum te herontwikkelen. Gelijktijdig vindt een grootscheepse herstructurering plaats, waarbij de openbare ruimte en woningvoorraad worden opgewaarderd en nieuwe functies toegevoegd. Met een wat meer duidelijke profilering als boodschappencentrum en ‘hart van de wijk’ lijkt de toekomst van de Van Hogendorplaan voor de komende tijd verzekerd. De toevoeging van een nieuwe supermarkt zal de afvloeiing van de koopkracht uit de wijk naar andere gebieden in Vlaardingen verminderen.

Meest bedreigend

De noodzaak voor grootschalige herstructurering en herprofilering moge duidelijk zijn. Het winkelcentrum is aan het einde van de levenscyclus, en de concurrentie staat niet stil. De positie van de Van Hogendorplaan is kwetsbaar voor ontwikkelingen van buiten, vooral in Vlaardingen Centrum dat een logisch alternatief is voor de wijkbewoners, ook als het gaat om de dagelijkse boodschappen.

2.5 Conclusies perspectief Van Hogendorplaan

Het winkelcentrum Van Hogendorplaan is sterk verouderd en de opzet niet meer van deze tijd. De positie is de afgelopen decennia ernstig verzwakt: het supermarktaanbod is beperkt in omvang en functie, het winkelcentrum functioneert matig, de leegstand is hoog en de koopkrachtbinding en -toevloeiing zijn laag. De straat is op het einde van de levenscyclus. Een rigoureuze herstructurering en ruimtelijk-functionele herprofilering is noodzakelijk. Het perspectief en eindbeeld is een meer compleet, compact, en comfortabel boodschappencentrum, dat als hart van de wijk fungeert. Daardoor zal de koopkrachtbinding weer gaan toenemen. De voorliggende plannen voorzien hierin.

3 Distributieve analyse

Om te bepalen wat de distributieve mogelijkheden zijn en aan welke functies, branches en segmenten er behoefte is in het nieuwe winkelcentrum Van Hogendorplaan zijn verschillende methodieken gebruikt:

- Landelijke kengetallen;
- Referentiecentra: een analyse van geselecteerde centra die qua omvang en functie vergelijkbaar zijn met de Van Hogendorplaan;
- Traditionele dpo-berekening: op basis van kengetallen als de gemiddelde bestedingen, koopkrachtbinding en -toevloeiing en normatieve vloerproductiviteiten wordt bepaald hoeveel uitbreidingsruimte er in het verzorgingsgebied aanwezig is;

Er is zowel gekeken naar de totale omvang en branchering, als naar de functies/branches/formules die de initiatiefnemers wensen toe te voegen, te weten: een nieuwe supermarkt, warenhuis (bijvoorbeeld HEMA), textielsuper (bijvoorbeeld Zeeman) en horeca. Aan de supermarkt is een aparte paragraaf gewijd (3.2).

3.1 Omvang en branchering

De Van Hogendorplaan heeft momenteel een omvang van 9.586 m² bvo (waarvan ca. 80% detailhandel en 20% overige commerciële functies). Met de herontwikkeling komt hier per saldo circa 700 m² bvo bij. De uiteindelijke omvang zal dan circa 10.268 m² bvo bedragen. Het totale detailhandelsaanbod na herontwikkeling wordt geschat op circa 5.600 m² wvo, wat een toename van circa 400 m² wvo betekent. Voor een groot wijkcentrum, zoals de Van Hogendorplaan wordt getypeerd in Locatus, is dit een gemiddelde omvang. De omvang van een gemiddeld 'wijkcentrum groot' bedraagt 6.241 m² wvo.

Het toekomstige winkelaanbod aan de Van Hogendorplaan zal voor het grootste deel bestaan uit al zittende ondernemers. Daarnaast is beperkte ruimte gecreëerd voor nieuwe winkels en branches. De nieuwe winkels zullen geplaatst worden in het te ontwikkelen Middenblok. Bij de invulling is het van belang dat rekening wordt gehouden met de bevolkingskenmerken van het verzorgingsgebied. Tot op heden kende met name de buurt Babberspolder-Oost een hoog aandeel niet-westerse allochtonen en een iets lager gemiddeld inkomen dan de rest van Vlaardingen. Het transformatieproces in het herstructureringsgebied Babberspolder-Oost is erop gericht dat deze verhoudingen fors zullen wijzigen. Dit is met name van belang voor het formulebeeld en de winkelinrichting (in het bijzonder het assortiment). Deze trend is nu al merkbaar.

Door middel van een benchmarkanalyse wordt de huidige branchering van de Van Hogendorplaan vergeleken met andere wijkcentra. Voor deze benchmark zijn wijkcentra geselecteerd die net een maatje groter zijn dan de huidige maatvoering van de Van Hogendorplaan. De gemiddelde omvang van de benchmarkcentra komt neer op circa 7.000 m² wvo detailhandel. Onderstaande tabel toont de gemiddelde branchering van deze centra.

Tabel 7 Branchering naar hoofdbranche Van Hogendorplan (VHDL) en benchmarkcentra (n=36)

	Omvang m ² wvo			Aantal verkooppunten		
	VHDL	Benchmark	Vershil	VHDL	Benchmark	Vershil
Levensmiddelen	1.764	2.918	1.154	12	9,4	-2,6
Persoonlijke Verzorging	298	461	163	2	2,7	0,7
Totaal dagelijks	2.062	3.379	1.317	14	12,1	-1,9
Warenhuis	0	142	142	0	0,3	0,3
Kleding & Mode	650	716	66	6	5,1	-0,9
Schoenen & Lederwaren	190	214	24	2	1,0	-1,0
Juwelier & Optiek	60	99	39	1	1,7	0,7
Huishoudelijke- & Luxe Ar	100	351	251	1	1,2	0,2
Antiek & Kunst	0	7	7	0	0,1	0,1
Sport & Spel	0	282	282	0	1,3	1,3
Hobby	70	34	-36	1	0,7	-0,3
Media	85	168	83	1	1,5	0,5
Plant & Dier	540	295	-245	4	2,3	-1,7
Bruin & Witgoed	0	167	167	0	0,9	0,9
Auto & Fiets	203	150	-53	2	0,8	-1,2
Doe-Het-Zelf	0	107	107	0	0,5	0,5
Wonen	231	222	-9	1	1,1	0,1
Detailhandel Overig	0	70	70	0	0,5	0,5
Totaal niet-dagelijks	2.129	3.025	896	19	18,9	-0,1
Leegstand	997	677	-320	9	3,6	-5,4
Totaal	5.188	7.082	1.894	42	34,6	-7,4
Horeca/leisure	-	-	-	7	6,6	-0,4
Dienstverlening	-	-	-	9	8,4	-0,6

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner 2010, bewerking Bureau Stedelijke Planning bv

Uit de vergelijking wordt duidelijk dat er met name in het dagelijkse segment een groot verschil zit. Zowel voor de branche Levensmiddelen als Persoonlijke Verzorging geldt dat het aanbod in de benchmarkcentra gemiddeld fors groter is. Een benchmark geeft bovendien een gemiddelde situatie weer. Echter de ambitie aan de Van Hogendorplan is met de beoogde herontwikkeling boven het gemiddelde uit te stijgen om de tand des tijd goed te kunnen doorstaan.

Binnen het niet-dagelijkse segment lijkt er vooral marktruimte te zijn in de branches Sport&Spel, Huishoudelijke en luxe artikelen en Bruin&Witgoed. Het aanbod aan Plant&Dier is in de Van Hogendorplan sterk bovengemiddeld.

Opvallend is dat het aantal verkooppunten in de Van Hogendorplan voor zowel het dagelijkse als niet-dagelijkse segment als voor de overige functies gemiddeld tot bovengemiddeld is in verhouding tot de (qua omvang grotere) benchmarkcentra. Dit duidt op kleinschaligheid van de aanwezige winkels in de Van Hogendorplan en de noodzaak tot meer differentiatie in unitgrootte.

Hieronder wordt nog meer specifiek ingezoomd op een aantal functies, branches en formules die de initiatiefnemers wensen toe te voegen, te weten:

- Een klein warenhuis (bijvoorbeeld HEMA) van 400 m² bvo (circa 320 m² wvo);
- Textielsuper 350 m² bvo (circa 280 m² wvo);
- Horeca.

Warenhuis

Een warenhuis kan een waardevolle toevoeging zijn aan het aanbod voor de Van Hogendorplaan. Binnen de branche 'Warenhuis' is HEMA de enige formule die zich (tot nu toe) ook vestigt in wijkcentra. HEMA is van oudsher gevestigd in de kernwinkelgebieden. De formule heeft sinds enige tijd ook kleinere formats, met een aangepast en beperkt assortiment. Hierdoor komen ook dorpskernen en wijken in beeld met een inwoneraantal van 7.500 of meer. Door in te zetten op franchising wordt expansie ook mogelijk gemaakt in kleinere plaatsen. Het is een sterke subtrekker, met een duidelijk profiel en gemiddeld circa 4.000-5.000 klanten per week. De vraag is of HEMA geïnteresseerd is vestiging aan de Van Hogendorplaan, aangezien het filiaal in het centrum op korte afstand ligt.

Textielsuper

Textielsupers komen veelvuldig voor in wijkcentra. In ruim een derde van alle wijkcentra in Nederland is een textielsuper gevestigd. Zeeman is de veruit meest voorkomende formule met een gemiddelde oppervlakte van 206 m² wvo.

Tabel 8 Textielsupers naar formule in wijkcentra

Top 3	Aantal vestigingen	Gemiddelde oppervlakte (m ² wvo)
Zeeman	131	206
Wibra	36	268
Hans *	31	271

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner 2010

*: verkeert in surseance van betaling

Zeeman heeft meer dan 1.100 winkels in Nederland, Duitsland, België, Frankrijk en Luxemburg met jaarlijks zo'n 60 miljoen klanten. Het assortiment bestaat voor het grootste deel uit textiel en basiskleding voor het hele gezin. Naast het basisassortiment voert Zeeman een wisselend assortiment niet-textielproducten.

Horeca-aanbod

De Van Hogendorplaan telt nu 5 horecavoorzieningen (zie bijlage, tabel 13). In het Middenblok is ruimte voor 300 m² bvo extra horeca.

Tabel 9 Horeca-aanbod Van Hogendorplaan (VHDL) en benchmarkcentra (n=36)

	Benchmark	VHDL
Café	0,89	0
Discotheek	0,03	0
Fastfood	1,11	2
Bezorg/Halen	0,50	2
Grillroom/Sh	0,42	0
Ijssalon	0,06	0
Lunchroom	0,61	0
Café-Restaurant	0,44	0
Restaurant	1,39	1
Totaal	5,53	5

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, bewerking Bureau Stedelijke Planning bv

Het aantal horecavoorzieningen aan de Van Hogendorplaan ligt met 5 ongeveer op het benchmarkgemiddelde van 5,53. Het aantal horecavoorzieningen is dus momenteel voldoende, maar is onder gemiddeld indien er ondernemers vertrekken. Fastfood en

Bezorg/Halen lijken op de Van Hogendorpplan oververtegenwoordigd. Uitbreiding ligt het meest voor de hand met een cafetaria, snackbar of lunchroom. Horeca en winkels vormen een logische combinatie. Horecagelegenheden veraangamen het bezoek en vormen een additioneel bezoekmotief. Dit gaat vooral op als openingstijden van de horecagelegenheden aansluiten op de winkels. Ook is het wenselijk om bij versspeciaalzaken de mogelijkheid te creëren om ter plekke of buiten voor de deur waar te nuttigen. De toevoeging van extra horeca kan het Middenblok dus zeker versterken.

Conclusie

Uit de benchmark-analyses is gebleken dat de huidige omvang van de Van Hogendorpplan gemiddeld is en dat zelfs (beperkte) uitbreiding gerechtvaardigd is. De meeste marktruimte is aanwezig in het dagelijkse segment. Daarentegen is er juist sprake van een oververtegenwoordiging van de branche Plant & Dier. De gewenste toevoeging van een klein warenhuis kan het winkelgebied een enorme impuls geven. Een textielsuper is een veelvoorkomende winkel in wijkcentra en past hiermee in de Van Hogendorpplan. Het horeca-aanbod is momenteel voldoende, echter komt er door het mogelijke vertrek van zittende ondernemers ruimte voor een cafetaria, snackbar of lunchroom.

3.2 Supermarkten

In het Middenblok is een nieuwe supermarkt van 1.500-2.000 m² bvo (circa 1.200-1.600 m² wvo) voorzien. De vraag is of deze toevoeging verantwoord is.

Supermarktdekking

Het supermarktaanbod in de wijk Vlaardinger Ambacht bestaat volgens gegevens van Locatus uit de MCD (930 m² wvo) en een kleine zelfstandige supermarkt Coop Codis (210 m² wvo). De supermarktdichtheid is met 0,10 m² per inwoner zeer laag. Ter vergelijking: in Vlaardingen bedraagt de supermarktdichtheid 0,19 m² wvo per inwoner, landelijk is dit 0,22. Cijfermatig is er een ondervertegenwoordiging van 1.420 m² wvo⁴ ten opzichte van het landelijk gemiddelde.

Benchmark

Onderstaande tabel zoomt in op het dagelijkse aanbod⁵ in de Van Hogendorpplan en de benchmarkcentra.

Tabel 10 Dagelijks aanbod Van Hogendorpplan (VHDL) en benchmarkcentra (n=36)

	Omvang m ² wvo			Aantal verkooppunten		
	Benchmark	VHDL	Vershil	Benchmark	VHDL	Vershil
Supermarkt	2.479	1.140	1.339	2,2	2	0,2
(Vers)speciaalzaak	440	624	-184	7,2	10	-2,8
Totaal Levensmiddelen	2.918	1.764	1.154	9,4	12	-2,6
Apotheek	53	90	-38	0,7	1	-0,3
Drogist	390	208	182	1,7	1	0,7
Parfumerie	16	0	16	0,2	0	0,2
Haarproducten	3	0	3	0,1	0	0,1
Overig	1	0	1	0,0	0	0,0
Totaal Pers. Verz.	461	298	163	2,7	2	0,7

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner 2010, bewerking Bureau Stedelijke Planning bv

⁴ Bij een gemiddelde supermarktdekking van 0,22 m² wvo, is in Vlaardinger Ambacht een supermarkt omvang van 0,22*11.628=2.558 m² wvo haalbaar. Ten opzichte van het huidige aanbod is er dus sprake van een ondervertegenwoordiging van 2.558 - 1.140 = 1.420 m² wvo.

⁵ Deze gegevens kunnen afwijken van de eigen gegevens van Waterweg Wonen.

Het gemiddelde supermarktaanbod in een benchmarkcentrum telt 2,2 supermarkten met een totale omvang van 2.479 m² wvo. Dit is een verschil van 1.339 m² met de Van Hogendorpplan.

Overigens lijkt er ook binnen de branche Persoonlijke Verzorging marktruimte. De benchmarkcentra tellen gemiddeld 1,7 drogist per winkelcentrum. In de Van Hogendorpplan is er slechts 1. Als de Coop Codis-supermarkt door huurontbinding niet in het nieuwe winkelcentrum terugkeert, zal het verschil in supermarktruimte ten opzichte van de benchmark met 210 m² wvo toeneemt naar 1.549 m² wvo.

Prijs-service-segment

Van alle wijkcentra in Nederland met minimaal één supermarkt (n=510), komt de situatie met één supermarkt evenveel voor als twee. Een combinatie van drie supermarkten is een uitzondering. De combinatie van een full-service supermarkt met een hard discounter (Lidl of Aldi) is een veel voorkomende situatie. Meer dan de helft van alle wijkcentra met twee supermarkten omvat deze combinatie. In wijkcentra met twee supermarkten, waarvan één een hard discounter, is de gemiddelde omvang van de full-service supermarkt 1.179 m² wvo. De hard discounter is gemiddeld 752 m² wvo. In de wijkcentra met twee full-service supermarkten, de situatie in ruim 40% van de wijkcentra met twee supermarkten, telt de gemiddelde supermarkt 1.084 m² wvo. N.B.: In nieuwbouwsituaties is de supermarkt gemiddeld beduidend groter, in de regel minimaal 1.200 a 1.300 m² wvo (zie ook eerder trends).

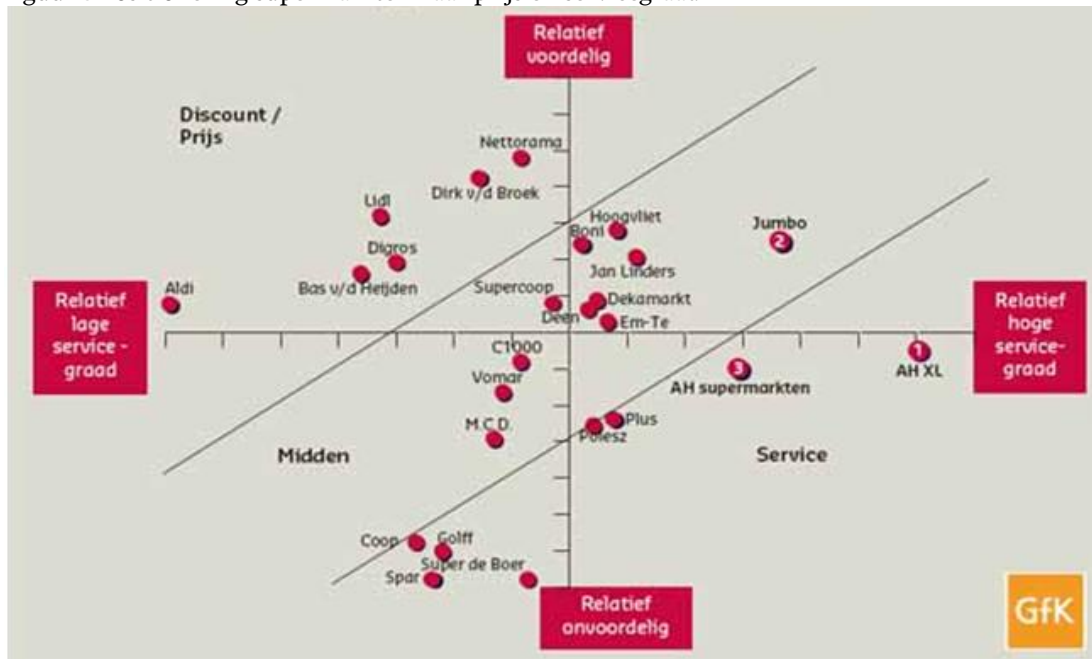
Tabel 11 Frequentie aantal supermarkten per wijkcentrum

Aantal supermarkten	Aantal	Gemiddeld m ² wvo
1	240	1.089
2	240	1.084
2 1 supermarkt + 1 hard discounter	139	1.179 + 752
3	30	947
Totaal	510	1.012

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner, bewerking Bureau Stedelijke Planning bv

Onderstaand diagram toont de positionering van diverse supermarktformules. Het diagram geeft een weerslag van het consumentenoordeel over prijs en servicegraad. Dit correspondeert echter lang niet altijd met de werkelijke prijzen.

Figuur 3 Positionering supermarkten naar prijs en servicegraad



Bron: GfK Zomerrapport, 2010

Distributieve berekening

Een belangrijk onderdeel van de herontwikkeling betreft de toevoeging van een nieuwe supermarkt van 1.500-2.000 m² bvo (circa 1.200-1.600 m² wvo). Onderstaande distributieve berekening geeft een inschatting van de (maximale) uitbreidingsruimte in het dagelijkse segment in Vlaardinger Ambacht. Voor de dagelijkse sector is de methode vrij goed bruikbaar, omdat het een vrij homogene sector is en er op basis van landelijke kerncijfers een redelijk betrouwbare berekening kan worden gemaakt. De volgende kengetallen zijn gehanteerd:

- Inwoneraantal van 11.628 in 2010 (bron: Actieplan Wonen 2030) en inwoneraantal van 11.500 in 2015 (eigen inschatting op basis van bevolkingsprognose);
- De bestedingen aan dagelijkse artikelen is vastgesteld op € 2.540,- per hoofd van de bevolking per jaar (inclusief BTW), zo'n 3,5% onder het Nederlands gemiddelde, een lichte verbetering ten opzichte van het huidige gemiddelde inkomensniveau (7% onder het Nederlands gemiddelde) door de te verwachten wijziging in de bevolkingssamenstelling van de wijk als gevolg van het lopende herstructureringsproces. Dit cijfer is gebaseerd op gegevens uit het rapport 'Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek' van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (Augustus 2010);
- De vloerproductiviteit geeft aan wat een gemiddelde winkel per jaar en per m² wvo moet omzetten om gezond te functioneren. Voor de dagelijkse artikelen hanteren we een vloerproductiviteit van € 7.652 (inclusief BTW). Dit cijfer is gebaseerd op gegevens uit het rapport 'Omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijk-economisch onderzoek' van het Hoofdbedrijfschap Detailhandel (Augustus 2010);
- Een koopkrachtbinding van 28% en -toevloeiing van 6% (bron: Detailhandelsnota 2007-1012, Gemeente Vlaardingen). Bij opwaardering van het winkelcentrum kan een fors hogere binding en toevloeiing worden verwacht in de dagelijkse sector. Wij schatten deze in op maximaal 80-85% en 15-20%. Per saldo is de afvloeiing (15-20%) ongeveer gelijk aan de toevloeiing (15-20%).

Tabel 12 Distributieve berekening marktruimte dagelijkse sector Vlaardinger Ambacht

	2010	2015
Inwoners	11.628	11.500
Bestedingen per hoofd	€ 2.452	€ 2.540
Bestedingspotentieel in € mln.	€ 28,5	€ 29,2
Koopkrachtbinding	28%	80-85%**
Gebonden bestedingen in € mln.	€ 8,0	€ 23,4 - € 24,8
Koopkrachttoevoeiing*	6%	15-20%
Omzet door toevoeiing in € mln.	€ 0,5	€ 4,1 - € 6,2
Totale bestedingen in €mln.	€ 8,5	€ 27,5 - € 31,0
Norm. Vloerproductiviteit in €/m ² wvo p.j.	7.652	7.652***
Haalbaar aanbod m ² wvo	1.110	3.593-4.056
Gevestigd aanbod m ² wvo	2.098	1.888****
Uitbreidingsruimte m² wvo	-988	1.705-2.168

Bron: Bureau Stedelijke Planning bv

*:Als aandeel van de totale bestedingen

** : zie onder meer "Winkelvoorzieningen op waarde geschat", drs. E.J. Bolt, 2003

***: voorlopige aanname dat deze gelijk blijft

****: exclusief CoopCodis

Een aanzienlijke verbetering van de koopkrachtbinding en -toevoeiing in de dagelijkse sector is mogelijk bij opwaardering van het supermarktbestand. De uitbreidingsruimte volgens de methode van distributieplanologisch onderzoek wordt becijferd op 1.705 tot 2.168 m² wvo.

Conclusie

Op basis van de verschillende methodes – landelijk kengetallen, benchmark, en distributieve berekening – is een uitbreiding van het supermarktareaal aan de Van Hogendorpstraat van 1.550 m² wvo (volgens benchmark) tot 2.168 m² wvo (circa 2.110 tot 2.710 m² bvo) verantwoord. Uitbreiding van het supermarktareaal zal meer trekkracht en binding bewerkstelligen. Aangezien diverse methoden een uitbreiding rechtvaardigen, kan er vanuit gegaan worden dat er geen noemenswaardige gevolgen zullen optreden voor het functioneren van de overige winkelvoorzieningen in Vlaardingen.

4 Beantwoording onderzoeksvragen en slotconclusies

In dit hoofdstuk zijn de in de inleiding geformuleerde onderzoeksvragen beantwoord en slotconclusies geformuleerd.

4.1 Beantwoording onderzoeksvragen

Onderzoeksvraag 1

Is de herontwikkeling en uitbreiding van 700 m² bvo markttechnisch en distributief verantwoord?

Het toekomstige winkelaanbod aan de Van Hogendorplaan zal voor het grootste deel bestaan uit zittende ondernemers.

Daarnaast is er ruimte gecreëerd voor nieuwe winkels en branches, te weten: een supermarkt (1.500-2.000 m² bvo), een klein warenhuis (400 m² bvo), een textielsuper (350 m² bvo) en horeca. Uit de benchmarkanalyse blijkt dat deze toe te voegen winkels en branches thans ondervertegenwoordigd zijn. Met betrekking tot uitbreiding van de horeca ligt een cafetaria, snackbar of lunchroom het meest voor de hand.

Per saldo neemt het dagelijkse en frequent benodigde aanbod toe, en het overig niet-dagelijks aanbod licht af. Ook worden sociaal-maatschappelijke functies toegevoegd. Hierdoor zal de Van Hogendorplaan zich nadrukkelijker als boodschappencentrum en 'hart van de wijk' kunnen positioneren. Hier liggen ook de kansen. Sterker, als de Van Hogendorplaan zich niet transformeert tot het boodschappencentrum van de wijk is de toekomst uiterst onzeker.

Door het toevoegen van nieuwe trekkers in de dagelijkse en frequent benodigde sfeer - de extra supermarkt, een klein warenhuis, textielsuper en horeca - zal de functie en de binding aan de wijk Vlaardinger Ambacht aanzienlijk kunnen verbeteren en de bovenwijkse toevloeiing iets kunnen toenemen. Daarbij moet met de invulling (formulebeeld en winkelinrichting) rekening gehouden worden met de kenmerken van de bevolking (groot aandeel niet-westerse allochtonen en lagere inkomens in de huidige situatie, en daling inwoneraantal, vergrijzing en stijging inkomens in de toekomstige situatie). Onder deze condities is de uitbreiding distributief verantwoord.

De netto-toevoeging bedraagt 700 m² bvo. De maatvoering van de Van Hogendorplaan na herontwikkeling bedraagt rond de 5.600 m² wvo. Een gemiddeld 'wijkcentrum groot' heeft een omvang van circa 6.200 m² wvo. Zelfs met een toevoeging van 700 m² bvo blijft de maatvoering van het nieuwe winkelcentrum aan de Van Hogendorplaan (5.600 m² wvo) fors kleiner (600 m² wvo) dan een gemiddeld wijkcentrum groot (6.200 m² wvo). Ook in dit licht lijkt de uitbreiding distributief verantwoord.

Onderzoeksvraag 2

En meer specifiek: Is de komst van een (tweede) supermarkt van 1.500 tot 2.000 m² bvo (circa 1.200 tot 1.600 m² wvo) te onderbouwen?

De uitbreidingsruimte voor de dagelijkse sector incl. supermarkten in Vlaardinger Ambacht bedraagt tussen de 1.690 m² wvo tot 2.168 m² wvo (circa 2.110 tot 2.710 m² bvo) op basis van de volgende parameters:

- De supermarktdichtheid in Vlaardinger Ambacht is met 0,10 m² per inwoner zeer laag. Cijfermatig is er een ondervertegenwoordiging van 1.420 m² wvo ten opzichte van het landelijk gemiddelde;
- In vergelijking met andere wijkcentra is de omvang van het huidige supermarktaanbod in de Van Hogendorplaan 1.550 m² wvo lager dan elders (rekening houdende met vervanging van de bestaande CoopCodis);
- Uit de distributieve berekening is gebleken dat er in de dagelijkse sector een marktruimte is van maximaal 1.706 – 2.168 m² wvo.

Conclusie

De toevoeging van een full-service supermarkt van 1.500 tot 2.000 m² bvo (circa 1.200 tot 1.600 m² wvo) is distributief verantwoord. Een omvang van 1.500 m² bvo (1.200 m² wvo) kan als ondergrens worden beschouwd; de meeste nieuwe, moderne full-service supermarkten zijn vaak nog een maatje groter. Een supermarkt van 2.000 m² bvo (1.600 m² wvo), of beperkt kleiner, zal een optimale trekkracht en binding bewerkstelligen, en geen noemenswaardige gevolgen hebben voor het functioneren van de overige winkelvoorzieningen in Vlaardingen.

Onderzoeksvraag 3

Is uitbreiding van de bestaande supermarkt verantwoord, en zo ja met hoeveel vierkante meter en onder welke condities?

Met de toevoeging van een volwaardige full-service supermarkt met een moderne maatvoering (1.500 tot 2.000 m² bvo; circa 1.200 tot 1.600 m² wvo) resteert een beperkte uitbreidingsruimte voor de bestaande supermarkt. De bestaande supermarkt meet 930 m² wvo. Een beperkte uitbreiding van tussen de 150 m² en 250 m² wvo, indicatief 200 m² wvo, is distributief verantwoord. Dit is een metertoename van 20% ten opzichte van de huidige situatie. Met deze uitbreiding is de supermarkt in staat de winkel te optimaliseren en vooral bestaande klanten beter te bedienen (hogere omzet per transactie). Met een dergelijke maatvoering (1.080 tot 1.180 m² wvo) is de bestaande supermarkt geschikt(er) voor een hard discounter (Aldi of Lidl) en voor enkele soft discounters. De combinatie van een moderne volwaardige full-service supermarkt en een kleinere hard of soft discounter is een beproefd concept in wijkwinkelcentra. Een nog grotere uitbreiding van de bestaande supermarkt is fysiek niet inpasbaar en heeft toevoeging van parkeerruimte tot gevolg. Er is ook onvoldoende marktruimte voor twee moderne full-service supermarkten van minimaal 1.500 tot 2.000 m² bvo (circa 1.200 tot 1.600 m² wvo).

Onderzoeksvraag 4

Wat is de mening over de voorliggende omvang, functie, branchering en ruimtelijk-functionele opzet van het nieuwe winkelcentrum, inclusief het Noordblok?

Het winkelcentrum is sterk verouderd en de opzet niet meer van deze tijd. Na herontwikkeling ontstaat een meer compact en modern geoutilleerd centrum, waarbij de nieuwe winkels zijn gelegen rondom een (ontmoetings)plein. Er worden trekkers in de dagelijkse en frequent benodigde sfeer en sociaal-maatschappelijke functies toegevoegd. De Van Hogendorplaan transformeert tot een krachtig

boodschappencentrum en het 'hart van de wijk' krijgt meer vorm. Het aantal (openbare) parkeerplaatsen in het Middenblok is met ca. 300 voldoende. Het Zuidblok (175 openbare plaatsen) en het Noordblok fungeren als overloopcapaciteit.

Het middenblok is de aangewezen locatie voor een krachtige full-service supermarkt, gezien de centrale ligging en directe aansluiting op de parkeergelegenheid. Dit genereert de meeste trekkracht voor het totale winkelcentrum.

Het Noordblok blijft in tact en wordt gerenoveerd. Op lange termijn lijkt herstructurering, mogelijk gepaard gaande met volledige sanering van de winkelfunctie, noodzakelijk. Voor de komende jaren vraagt het Noordblok wellicht om een andere benadering, niet meer zozeer als winkelgebied, maar als 'rek-en-krimp'-gebied met een brede bestemming, lage huren en een afwijkend functie- en formulebeeld, waar in tijden van voorspoed vestigingsmogelijkheden voor winkels zitten en in tijden van tegenspoed ook ruimte voor andere bedrijvigheid is.

We adviseren om in de brancheadviescommissie afspraken te maken over hoe om te gaan met detailhandel in het Noordblok. De lijn detailhandel is dat detailhandel in het Noordblok mogelijk is, mits niet conflicterend met reguliere detailhandel in het Middenblok.

4.2 Slotconclusies

- Het winkelcentrum Van Hogendorp is verouderd en gedateerd van opzet;
- De positie van de Van Hogendorp de afgelopen decennia ernstig verzwakt: het supermarktaanbod is beperkt in omvang en functie, het winkelcentrum functioneert matig en de koopkrachtbinding en -toevloeiing zijn laag;
- Vernieuwing, modernisering, en een ruimtelijke en functionele herprofilering van het winkelcentrum zijn noodzakelijk;
- Na herontwikkeling van het Middenblok ontstaat een meer compact en modern geoutilleerd winkelcentrum met voldoende parkeergelegenheid;
- In het voorliggend plan wordt de bewinkeling sterker geconcentreerd, en een nieuwe supermarkt en andere ontbrekende functies, branches en formules toegevoegd. Hierdoor zal de Van Hogendorp zich kwantitatief en kwalitatief kunnen versterken met een dito toename van de binding en toevloeiing;
- Onder deze condities is een netto-toevoeging van 700 m² bvo distributief verantwoord;
- De becijferde uitbreidingsruimte in de dagelijkse sector komt neer op 1.550 m² wvo tot 2.168 m² wvo (circa 2.000 tot 2.710 m² bvo);
- Deze ruimte dient grotendeels te worden gereserveerd voor de toevoeging van een moderne full-service supermarkt in het Middenblok van 1.500-2.000 m² bvo (circa 1.200-1.600 m² wvo);
- Er resteert een beperkte uitbreidingsruimte van circa 200 m² wvo voor uitbreiding van de bestaande supermarkt.

Bijlage: Branchering Van Hogendorplan

Tabel 13 Branchering Van Hogendorplan

Blok	Hoofdbranche	Naam	Kassa's	m ² wvo
Noord	Leegstand	Leegstand		303
Noord	Levensmiddelen	Derya (minisuper)		70
Noord	Levensmiddelen	Hogervorst (kaas)		60
Noord	Levensmiddelen	MCD Slijterij		40
Noord	Levensmiddelen	MCD Supermarkten	6	930
Noord	Levensmiddelen	Riton (tabak/lect)		105
Noord	Levensmiddelen	Smulders (bakker)		60
Noord	Persoonlijke Verzorging	Mediq Apotheek		90
Noord	Kleding & Mode	Borgers		84
Noord	Huishoudelijke- & Luxe Ar	Blokker		100
Noord	Hobby	Ringfoto Engelse		70
Noord	Plant & Dier	Wissink		120
Noord	Auto & Fiets	Van Kortenhof		158
Noord	Horeca	Paradijs (restaurant)		0
Noord	Ambacht	D. v. Schoor (schoonheidssp.)		0
Noord	ATM	SERVICEPUNT		0
Midden	Leegstand	Leegstand		556
Midden	Levensmiddelen	Slijterij Rietberg		56
Midden	Kleding & Mode	Avanti Mode		210
Midden	Kleding & Mode	Funny Kids Store		96
Midden	Schoenen & Lederwaren	Schoenen Centrum		110
Midden	Juwelier & Optiek	Eye Wish Groeneveld		60
Midden	Plant & Dier	Peet's Bloemenmagazijn		95
Midden	Auto & Fiets	Hoogendijk		45
Midden	Horeca	Domino's Pizza		0
Midden	Horeca	Café/snackbar De Laan		0
Midden	Horeca	Verhage (fastfood)		0
Midden	Verhuur	Movie Max		0
Midden	Particuliere Dienstverl.	AV (makelaar)		0
Midden	ATM	Rabobank ATM		0
Zuid	Leegstand	Leegstand		138
Zuid	Levensmiddelen	Bakker Klootwijk		40
Zuid	Levensmiddelen	Frans vd Berg (slager)		45
Zuid	Levensmiddelen	Jaap Westbroek (poelier)		65
Zuid	Levensmiddelen	CoopCodis Van Duren	1	210
Zuid	Persoonlijke Verzorging	DA Aad de Vette		208
Zuid	Kleding & Mode	One 75		80
Zuid	Schoenen & Lederwaren	Rutten		80
Zuid	Media	Bruna		85
Zuid	Plant & Dier	Pet's Place		260
Zuid	Plant & Dier	Plantenbeurs		65
Zuid	Wonen	Deco-Pro		231
Zuid	Horeca	Albert's Broodjes Corner		0
Zuid	Cultuur	Dutch Mountain		0
Zuid	Ambacht	Geja (kapper)		0
Zuid	Ambacht	Peter Smit (kapper)		0

Blok	Hoofdbranche	Naam	Kassa's	m ² wvo
Zuid	Particuliere Dienstverl.	TNT Post		0
Zuid	ATM	ING ATM		0
Totaal (excl. leegstand)				3.928
Totaal (incl. leegstand)				4.925

Bron: Locatus Verkooppunt Verkenner 2010, bewerking Bureau Stedelijke Planning bv

Bijlage: Trends en ontwikkelingen

Er zijn een aantal trends en ontwikkelingen gaande die van invloed zijn op het functioneren van buurt- en wijkwinkelcentra, zowel aan de vraagkant als aan de aanbodkant.

Consumententrends

De winkelstructuur is aan veel veranderingen onderhevig. Er is een aantal factoren aan de vraagzijde van de markt die deze structuur beïnvloeden.

- **Veranderende activiteitenpatronen:** de traditionele winkelpatronen die uitgaan van een trip naar de winkel en weer terug naar huis worden vervangen door meer diffuse patronen, waarbij veel boodschappen gedaan na werk en het ophalen van de kinderen. Gemak en convenience vormen een steeds groter aandeel in de dagelijkse bestedingen;
- **Veranderende leefpatronen:** hierbij gaat het om ontwikkelingen als individualisatie, vergrijzing, stijging van het opleidingsniveau, meer tweeverdieners, hogere arbeidsparticipatie van vrouwen, delen van zorgtaken etc. Naast de fysieke nabijheid van een winkel, wordt er tegenwoordig door consumenten steeds meer waarde gehecht aan snelheid, gemak en uitgebreide keuzemogelijkheden;
- **Gezinsverdunding:** de laatste decennia is de gemiddelde grootte van het huishouden gedaald van 2,8 tot 2,2. Deze trend leidt in combinatie met de veranderende leefpatronen tot een groter aantal boodschappentrips;
- **Autobezit:** ongeveer driekwart van alle huishoudens beschikt over één of meerdere auto's. De verwachting is dat het autobezit alleen maar zal toenemen. De mentale en geografische afstand tot winkelgebieden worden hierdoor als het ware steeds kleiner. Als gevolg daarvan zullen ook buurt- en wijkwinkelcentra meer en meer met elkaar in competitie zijn, en steeds minder aanspraak mogen maken op een natuurlijk verzorgingsgebied.

Aanbodtrends

Ook aan de aanbodzijde van de markt zijn er veel trends en ontwikkelingen gaande.

- **Supermarkt vs. speciaalzaak:** Door de toenemende parallelisatie zijn speciaalzaken tegenwoordig alleen levensvatbaar indien het winkelcentrum een sterk supermarktaanbod heeft, en de speciaalzaken zich in zaken als service, kwaliteit en breedte en diepte van het aanbod weten te onderscheiden van de supermarkt;
- Opkomst van **discountformules:** naast grootschalige supermarkten zijn ook discountsupermarkten zoals Aldi en (vooral) Lidl in opkomst. Kenmerkend voor deze formules zijn het beperkte assortiment, de lage prijzen en de mindere focus op service;
- Verandering in een meer **pluriform winkellandschap:** opkomst van nieuwe winkelgebieden en -vormen, zoals factory outlets, traffic locaties, internet, retail parken;
- Groeiende rol van **internet**, zowel in de oriëntatie op nieuwe aankopen als in de daadwerkelijke aanschaf. Internet maakt inmiddels 5% uit van de totale detailhandelsverkopen. De mentale horizon van consumenten wordt steeds groter;
- Verdwijning van winkelvoorzieningen aan de **onderkant van de hiërarchie:** kleinere buurtstrips en -centra;
- **Schaalvergroting en schaalverkleining:** Aan de ene kant zien we de supermarkten steeds groter worden (AH XL) en aan de andere kant zien we de opkomst van nieuwe typen kleinschalige detailhandel gericht op gemak, zoals kleine supermarkten en kiosks op traffic locaties (bijvoorbeeld stations, ziekenhuizen, onderwijsinstellingen, stadions);
- **Funciemenging:** steeds meer waarde wordt er gehecht aan keuze, vermaak, gemak, doelgerichtheid, efficiëntie.