

Gemeente Lansingerland
01 Inkomende Post d.d. 19/07/2012



112.50507

BRO⁵⁰¹
Ruimte om in te leven

Gemeente Lansingerland
t.a.v. de heer P. Kerklaan
Postbus 1
2650 AA BERKEL en RODENRIJS

datum	uw schrijven	ons schrijven
18 juli 2012	--	203x00913.071509_1-TW/MVn
onderwerp		bijlagen
eindrapportage		2 x 203x00913.071510_3

Geachte heer Kerklaan,

Bijgaand ontvangt u in tweevoud de eindrapportage 'DPO centrumontwikkeling Berkel en Rodenrijs - fase 2'.

Vertrouwende u hiermee voldoende geïnformeerd te hebben. Indien u vragen en/of opmerkingen heeft, kunt u contact opnemen met Tommy Walvius.

Met vriendelijke groet,

Maaïke Verstijnen
secretaresse

DPO centrumontwikkeling Berkel en Rodenrijs – fase 2

Gemeente Lansingerland

Rapportnummer:	203X00913.071510_3
Datum:	13 juli 2012
Contactpersoon opdrachtgever:	De heer Kerklaan
Projectteam BRO:	Tommy Walvius
Trefwoorden:	Lansingerland, Berkel en Rodenrijs, distributie- planologisch onderzoek, dagelijkse en niet-dagelijkse artikelensector, versterkingsmogelijkheden centrum
Bron foto kaft:	Hollandse Hoogte 13
Beknopte inhoud:	Er zijn plannen voor versterking van het winkelaan- bod in het centrum van Berkel en Rodenrijs. BRO heeft onderzocht wat de distributieve mogelijkheden hiervoor zijn.

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

Inhoudsopgave	pagina
1. INLEIDING	3
1.1 Leeswijzer	4
2. OVERWEGINGEN EN CONCLUSIES	5
2.1 Toekomstige positie centrum Berkel en Rodenrijs	5
2.2 Duurzame ontwrichting	8
2.3 Resumé	10
VERANTWOORDING	11
3. VERTREKSITUATIE	13
3.1 Aanbodstructuur	13
3.2 Centrum Berkel en Rodenrijs	15
3.3 Vraagstructuur Lansingerland	17
4. ONTWIKKELINGEN, TRENDS EN BELEID	19
4.1 Plannen en initiatieven	19
4.2 Trends	21
4.3 Beleid	25
5. VERSTERKINGSMOGELIJKHEDEN	29
5.1 Huidig en toekomstig functioneren	29
5.2 Versterkingsmogelijkheden	38
BIJLAGEN	

1. INLEIDING

Aanleiding en vraagstelling

In 2008 heeft BRO de ontwikkelingsmogelijkheden onderzocht voor detailhandel in het centrum van Berkel en Rodenrijs. Toen werd geconcludeerd dat de uitbreidingsruimte naar 2018 zal toenemen tot circa 18.000 m² wvo (dagelijkse + niet-dagelijkse artikelensector). De laatste jaren zijn echter de uitgangspunten van dit onderzoek gewijzigd, zowel door lokale ontwikkelingen in winkelaanbod, inwoneraantal, woningbouwprogramma en de mogelijke komst van een Factory Outlet Center (FOC) bij Bleizo, als door landelijke ontwikkelingen (o.a. economische crisis, consumentenbestedingen, internetaankopen). Om deze reden is de behoefte ontstaan om de uitgangspunten van het onderzoek uit 2008 te actualiseren en een nieuw DPO op te stellen.

Het branchegerichte distributie-planologisch onderzoek dient ons inziens antwoord te geven op de volgende vragen:

- Wat zijn de kwantitatieve (distributieve ruimte) en kwalitatieve mogelijkheden (nut & noodzaak) voor versterking van detailhandel in het centrum van Berkel en Rodenrijs?
- Wat zijn de eventuele effecten van de voorgenomen plannen voor de 2^e fase op de bestaande winkelcentra in de gemeente?

Afbakening onderzoek

Het onderzoek richt zich op de versterkingsmogelijkheden voor detailhandel in de kern Berkel en Rodenrijs. De drie kernen in de gemeente Lansingerland, Bergschenhoek, Berkel en Rodenrijs en Bleiswijk, hebben ieder een eigen centrumgebied. Maar met de voorgenomen groei van het centrum van Berkel en Rodenrijs gaat dit centrum naar de toekomst een sterkere rol vervullen voor de drie kernen in de gemeente. Voor de toekomstige ontwikkelingsmogelijkheden worden Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek als primair verzorgingsgebied beschouwd en Bleiswijk en andere kernen als secundair, gezien de grotere afstand tot het centrum van Berkel en Rodenrijs.

De cijfers over het aanbod aan winkels zijn ontleend aan Locatus Verkenner, update 23 mei 2012, tenzij anders vermeld. In deze cijfers zijn echter nog niet de vestigingen van Xenos en Wibra opgenomen die begin dit jaar hun deuren opende. BRO heeft om deze reden de aanbodcijfers opgehoogd met 450 m² wvo voor Xenos (huishoudelijk en luxe artikelen) en 350 m² wvo voor Wibra (kleding en mode).

1.1 Leeswijzer

Voorliggende rapportage bestaat uit twee delen: de beantwoording van de onderzoeksvragen en de verantwoording. In hoofdstuk 2 vindt u de belangrijkste afwegingen omtrent duurzame ontwrichting en de wenselijkheid van de plannen. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met de conclusies en aanbevelingen. De achterliggende analyses zijn te vinden in de verantwoording. Hierin wordt achtereenvolgens uitgebreid ingegaan op de aanbod- en vraagstructuur, de beleidskaders, trends en ontwikkelingen in de detailhandel en het economisch functioneren.

2. OVERWEGINGEN EN CONCLUSIES

2.1 Toekomstige positie centrum Berkel en Rodenrijs

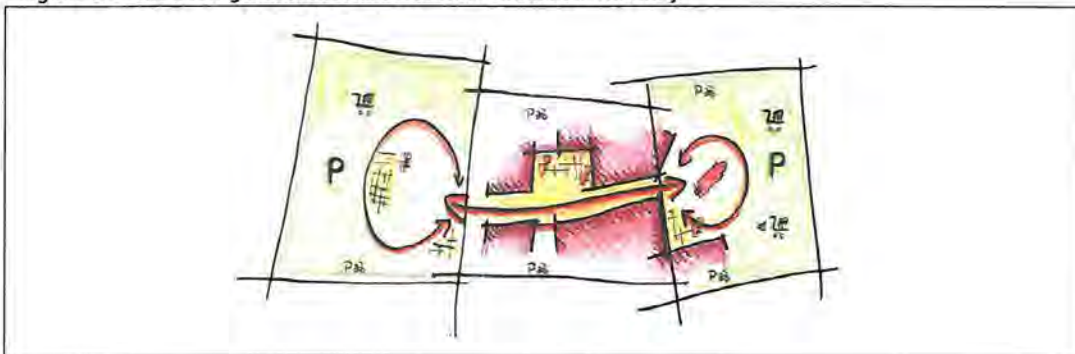
Sterke boodschappenfunctie

Het centrum van Berkel en Rodenrijs heeft in de huidige situatie een sterke boodschappenfunctie. Met twee supermarkten, diverse speciaalzaken en drogisterijen is het aanbod in de dagelijkse artikelensector aan de basis redelijk goed op orde. Maar op basis van het aantal inwoners zou je een groter aanbod verwachten. De C1000 in het centrum is qua omvang aan de krappe kant en er liggen nog versterkingsmogelijkheden in diverse subbranches.

Niet-dagelijkse artikelensector beperkt

Met name de niet-dagelijkse artikelensector is beperkt voor een kern met het aantal inwoners van Berkel en Rodenrijs. Het aanbod is niet compleet; diverse branches zijn niet of in beperkte omvang aanwezig. Inwoners van de gemeente Lansingerland zijn voor recreatief winkelaanbod aangewezen op omliggende kernen. Gezien de ligging ten opzichte van Rotterdam en Zoetermeer en het ruime recreatieve winkelaanbod aldaar is dit een vrij logische situatie. Bij versterking van het aanbod in Berkel en Rodenrijs wordt de eigen consument een modern aanbod op korte afstand geboden. Dit draagt bij aan een toekomstbestendig centrum voor de gemeente en beperkt de koopkrachtafvloeiing naar omliggende gemeenten. Dit kan alleen gerealiseerd worden bij een algehele versterking van het centrum.

Figuur 2.1 Versterking halterstructuur centrum Berkel en Rodenrijs



Versterking halterstructuur centrum

Het centrum van Berkel en Rodenrijs heeft in de basis een sterke halterstructuur: een winkelas met twee koppen. Wel zijn er nog aandachtspunten, zoals de parkeervoorzieningen aan de oostzijde en enkele afzijdige (winkel)delen. Met de voorgenomen versterkingen van de koppen aan de oost- en westzijde kan een deel van deze knelpunten opgelost worden.

- In 2013 moet een nieuw winkelcomplex haar deuren openen op de locatie van het huidige gemeentekantoor. De totale omvang van het project bedraagt circa 3.800 m² bvo, waaronder supermarkten Hoogvliet en Aldi. Ook is er 250 m² bvo gereserveerd voor horeca.
- Aan de westzijde van het centrum zijn plannen voor een uitbreiding van het winkelaanbod met circa 11.000 m² bvo, inclusief horeca. Hiermee zal ook rondom het Westerwater een winkelrondje ontstaan. De eerste aanzet hiertoe is al gegeven met de ontwikkeling van het Xenos/Wibra-blok.

Tabel 2.1 Planvoorraad centrum Berkel en Rodenrijs (m² wvo)

	Dagelijks	Niet-dagelijks
Totale planvoorraad centrum Berkel en Rodenrijs	4.250	6.950
- w.v. gemeentehuis	2.250	550
- w.v. westzijde	2.000	6.000
- w.v. verdere invulling blok Xenos / Wibra		400

De totale planvoorraad bedraagt, omgerekend naar m² wvo, 11.200 m². Hiermee komt het totale winkelaanbod in het centrum op circa 22.000 m² wvo, een gebruikelijk maat voor centrumgebieden in kernen van de omvang van Berkel en Rodenrijs. Aan de oostzijde zal met name een versterking in het boodschappenaanbod gerealiseerd worden, terwijl aan de westzijde de branchegroep mode & luxe op niveau wordt gebracht. Door beide koppen te ontwikkelen blijft het centrum in balans.

Toenemende concurrentiedruk

Met de realisatie van twee nieuwe supermarkten in het centrum van Berkel en Rodenrijs, versterking van het centrum van Bergschenhoek en de nieuwbouw van wijkwinkelcentrum Westpolder-Bolwerk neemt de concurrentie voor het bestaande boodschappenaanbod in het centrum toe. Rondom versterken de centrumgebieden zich met name op het gebied van mode & luxe. In deze grote concurrentie, die alleen maar toe zal nemen de komende jaren, zal het centrum van Berkel en Rodenrijs een eigen positie moeten verwerven. Dit kan in aanbod, maar ook in verblijfsklimaat, gemak, etc.

Consumentengedrag verandert

Consumenten doen hun boodschappen het liefst dicht bij huis. Maar als de supermarkt niet voldoet aan hun verwachtingen (o.a. omvang, assortiment, bereikbaarheid, etc.), dan zijn ze bereid verder te reizen. Consumenten bezoeken ook meerdere supermarkten. Er zijn geen duidelijk afgebakende verzorgingsgebieden meer te trekken rondom supermarkten. De steeds mobieler consumenten doen boodschappen op het moment wanneer het hen uitkomt, bij de formule die het beste bij hen aansluit en op de locatie waar zij zich thuis voelen. Om de consument te binden in centrumgebieden als dat van Berkel en Rodenrijs is een modern boodschappenaan-

bod in de basis noodzakelijk. De voorgenomen versterking op de gemeentehuislocatie (Hoogvliet + Aldi) past binnen deze ontwikkeling.

Lansingerland groeit...

Het winkelaanbod in de gemeente Lansingerland is achtergebleven bij de groei van het aantal inwoners. Deze groei zal de komende jaren ook nog verder doorzetten. Hierdoor zit Berkel en Rodenrijs in de redelijk unieke positie dat in een slechte markt nog een aanzienlijke uitbreidingsruimte is. Op basis van de resultaten van het koopstromenonderzoek Randstad is in de huidige situatie al een uitbreidingsruimte aan te geven van 1.500 – 2.000 m² wvo in de dagelijkse artikelensector en 3.000 – 3.500 m² wvo in de niet-dagelijkse artikelensector. Door versterking van het centrum van Berkel en Rodenrijs en een verdere groei van het aantal inwoners loopt dit verder op naar 2017.

...maar ook rekening houden met andere ontwikkelingen

Bij de benadering van het toekomstige functioneren dient rekening gehouden te worden met lokale en landelijke ontwikkelingen die momenteel spelen. Aan de hand van vijf scenario's de toekomstige uitbreidingsruimte benaderd:

1. Een basisscenario gebaseerd op de huidige situatie en meest recente bevolkingsprognose;
2. Een scenario met het vertraagde woningbouwprogramma;
3. Een scenario waarin rekening wordt gehouden met de komst van FOC Bleizo;
4. Een scenario waarin rekening gehouden wordt met toenemende groei van internetverkoop;
5. Een gecombineerd scenario, met een vertraagd woningbouwprogramma, de komst van FOC Bleizo en toenemende groei van internetverkoop.

Tabel 2.2 Geraamde distributieve ruimte naar scenario

Centrum Berkel en Rodenrijs Scenario	Dagelijks		Niet-dagelijks	
	2017	2027	2017	2027
1. basis	2.600 – 3.400	3.300 – 4.300	4.500 – 7.700	6.000 – 9.500
2. vertraagd woningbouwprogramma	2.400 – 3.200	3.400 – 4.300	4.200 – 7.200	6.100 – 9.600
3. komst FOC	2.600 – 3.400	3.300 – 4.300	4.200 – 7.300	5.500 – 9.000
4. internetbestedingen	2.600 – 3.400	3.300 – 4.300	3.900 – 6.900	4.600 – 7.700
5. gecombineerde scenario's	2.400 – 3.200	3.400 – 4.300	3.300 – 6.100	4.300 – 7.400

In het basisscenario ontstaat een theoretische uitbreidingsruimte van 7.000 – 11.000 m² wvo naar 2017, wat oploopt tot 9.000 – 14.000 m² wvo naar 2027. De verschillende scenario's hebben met name effect op de niet-dagelijkse artikelensector. De toenemende groei van internetverkoop heeft het grootste effect. Wanneer alle ontwikkelingen optreden komt de uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse artikelensector circa 2.000 m² wvo lager te liggen. De totale uitbreidingsruimte in dit scenario bedraagt dan 6.000 – 9.000 m² wvo naar 2027.

2.2 Duurzame ontwrichting

De huidige planvoorraad in het centrum (ca. 11.000 m² wvo) is in lijn met de distributieve uitbreidingsruimte in het basisscenario. Vanwege het grote draagvlak en het beperkte aanbod in de huidige situatie, zijn ondernemers ook in de toekomstige situatie in staat op een gezond niveau te functioneren. Mochten de eerder besproken ontwikkelingen optreden, dan zal de distributieve uitbreidingsruimte lager worden. Dit leidt niet per definitie tot blijvende negatieve effecten op de detailhandelsstructuur of 'duurzame ontwrichting', het juridische toetsingskader voor nieuwe detailhandelsinitiatieven. Om deze conclusie verder toe te lichten is het van belang om het begrip duurzame ontwrichting helder te krijgen.

Duurzame ontwrichting

In de ruimtelijke ordening dient op basis van ruimtelijk relevante argumenten beoordeeld te worden of nieuwe initiatieven resulteren in duurzame ontwrichting van de voorzieningsstructuur. Het gaat hierbij om de effecten op de structuur, dus het geheel van de winkelvoorzieningen. Een verslechterde concurrentiepositie voor individuele bedrijven is geen ruimtelijk relevant argument¹. Bij haar besluitvorming behoort een overheid zich niet te mengen in onderlinge concurrentieverhoudingen.

Pas als het verdwijnen van één of meerdere winkels als gevolg van een initiatief een onevenredige aantasting van de distributieve voorzieningen tot gevolg heeft, is er sprake van duurzame ontwrichting. Het gaat hierbij om aantasting gedurende langere tijd (b.v. als het leidt tot langdurige leegstand en verpaupering). Bij duurzame ontwrichting gaat het dus om het directe consumentenbelang op lange termijn. Dit is het geval indien er wezenlijke beperkingen ontstaan voor de inwoners van een kern bij het doen van hun aankopen, door het te verwachten wegvallen van één of meerdere winkels. In concreto gaat het om een onaanvaardbare afname van de in een verzorgingsgebied aanwezige variatie in het aanbod van een bepaalde branche. Hiervan is bijvoorbeeld sprake als door uitbreiding van een supermarkt, de supermarkten in de omliggende wijken/ kernen omvallen, en de consument een fors grotere reisafstand heeft om boodschappen te kunnen doen. De consument dient een voldoende voorzieningenniveau te behouden op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats². De definitie van 'aanvaardbare afstand' is in de rechtspraak echter nog niet eenduidig. Dit is onder meer afhankelijk van de regio en de branche.

Bij duurzame ontwrichting gaat het er dus om of voor de inwoners van het verzorgingsgebied een voldoende voorzieningenniveau behouden blijft in die zin dat zij op een aanvaardbare afstand van hun woonplaats hun dagelijkse en niet-dagelijkse inkopen kunnen doen. Overaanbod in het verzorgingsgebied en mogelijke sluiting van bestaande detailhandelsvestigingen is geen doorslaggevend criterium.

Duurzame ontwrichting en Berkel en Rodenijs

In de economische visie voor de gemeente Lansingerland staat de gewenste detailhandelsstructuur beschreven:

¹ ABRS 2 oktober 2001, zaaknummer 200105597/1

² Afdeling bestuursrechtspraak 10 juni 2009 AB 2009, 252; r.o. 2.7.1 – winkelcentrum gemeente Marne

- Centrum Berkel en Rodenrijs als bovenlokaal verzorgend hoofdcentrum, met een compleet winkelaanbod, een divers horeca-aanbod en culturele voorzieningen.
- Centrum Bergschenhoek als lokaal verzorgend centrum met de nadruk op de dagelijkse artikelensector, aangevuld met aanbod in de niet-dagelijkse artikelensector en (winkelondersteunende) horeca.
- Centrum Bleiswijk als lokaal verzorgend centrum met een winkelaanbod vooral in de dagelijkse artikelensector en enig overig aanbod (niet-dagelijks en horeca).
- Winkelcentrum Westpolder als nieuw te realiseren wijkverzorgend centrum, met de nadruk op de dagelijkse artikelensector.

Er kan dus alleen sprake zijn van duurzame ontvruchting als uitbreiding van het winkelaanbod leidt tot aantasting van de andere centrumgebieden (Bergschenhoek en Bleiswijk) en het nieuw te realiseren boodschappencentrum Westpolder, waardoor de consument een onaanvaardbare reisafstand krijgt om boodschappen te doen. Dit is gezien de distributieve uitbreidingsruimte niet aan de orde:

- Vier supermarkten in een centrumgebied is weliswaar veel, maar referenties laten zien dat het mogelijk is. Daarnaast is er voldoende distributieve uitbreidingsruimte voor de voorgenomen versterking van het centrum van Berkel en Rodenrijs. De versterking past binnen de gemeentelijke en regionale ambities, zoals verwoord in het regionale detailhandelsbeleid en de economische visie van de gemeente Lansingerland. De consument is gebaat bij modernisering van het centrum; zij krijgen de beschikking over een basispakket aan voorzieningen op korte afstand.
- Daarnaast gaat een versterking van het centrum van Berkel en Rodenrijs niet ten koste van boodschappenaanbod elders in de gemeente. Een totale koopkrachtbinding van 85 – 90% is reëel op het niveau van Berkel en Rodenrijs/ Bergschenhoek; volgens het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 is dit in de huidige situatie ook al 85%. Dit betekent dat ongeveer € 51 miljoen buiten het centrum van Berkel en Rodenrijs wordt besteed. In de huidige situatie is hier circa 4.700 m² wvo aanwezig, maar met de voorgenomen plannen zal dit toenemen tot circa 7.700 m² wvo³. Hiermee functioneert de dagelijkse artikelensector buiten het centrum van Berkel en Rodenrijs naar 2017 iets onder niveau, maar door de verwachte bevolkingsgroei zal dit op niveau komen te liggen in 2027.
- Voor de benadering van het toekomstig functioneren is gerekend met een koopkrachttoevoeiing in de dagelijkse artikelensector van 10%, met name afkomstig uit de kern Bleiswijk. Dit sluit aan op de positie van een beperkt regionaal functionerend centrum, zoals beschreven in het nieuwe regionale detailhandelsbeleid voor de Stadsregio Rotterdam.

Het bestedingspotentieel in de niet-dagelijkse artikelensector in de gemeente is groot; een groot deel van de bestedingen vloeit af naar omliggende gemeenten. Bij versterking van dit aanbod, zal een groter deel van de bestedingen in eigen ge-

³ Uitbreiding C1000 centrum van Bergschenhoek (+1.000 m² wvo) en het nieuwe winkelcentrum Westpolder (+2.000 m² wvo dagelijks, raming BRO).

meente blijven. Hierdoor komt de planvoorraad in de niet-dagelijkse artikelensector (ca. 7.000 m² wvo) nagenoeg overeen met de geraamde distributieve uitbreidingsruimte. Er zijn niet of nauwelijks effecten te verwachten en eventuele effecten spreiden zich over een groot aantal aanbieders. Er is dan ook geen sprake van duurzame ontvricting in de niet-dagelijkse artikelensector. Versterking van de niet-dagelijkse artikelensector biedt de consumenten uit Lansingerland juist meer keuze in de eigen gemeente.

2.3 Resumé

In de huidige situatie is er al distributieve uitbreidingsruimte te benaderen voor het centrum van Berkel en Rodenrijs en dit neemt door de aanhoudende bevolkingsgroei de komende jaren verder toe. Versterking van het centrum van Berkel en Rodenrijs is wenselijk om te komen tot een modern, toekomstbestendig centrumgebied. Dit mede met het oog op de landelijke ontwikkelingen; kleinere en onduidelijk geprofileerde kernen staan onder druk. BRO is van mening dat een sterk boodschappenaanbod essentieel is voor een toekomstbestendig centrum van Berkel en Rodenrijs. Het zijn de dragers voor ontwikkelingen in het centrum, zowel direct (invulling nieuwe winkelmeters) als indirect (marktrisico's, zekerheid voor investeerders). De plannen op de gemeentehuislocatie passen hier dan ook goed in.

Maar ook de niet-dagelijkse artikelensector heeft een impuls nodig. Het aanbod mode & luxe is zeer beperkt in het centrum van Berkel en Rodenrijs; diverse (inter)nationale formules ontbreken. Voor een centrum van een kern als Berkel en Rodenrijs is een ruimer aanbod te verwachten. Om het centrumgebied naar een hoger niveau te tillen zal hier versterking in gezocht moeten worden. Deze dynamiek wordt gefaciliteerd aan de westzijde van het centrum, waar al een eerste aanzet is gemaakt met de realisatie van nieuwe winkels voor Xenos en Wibra. Beide locaties vullen elkaar aan en door beide koppen te ontwikkelen blijft het centrum ook in balans.

Er is nog voldoende distributieve uitbreidingsruimte voor een (forse) versterking van het centrum. Rekening houdend met de groei van internetwinkelen, een uitgesteld woningbouwprogramma en de komst van FOC Bleizo valt de theoretische uitbreidingsruimte lager uit. In de nog groeiende gemeente Lansingerland is echter voldoende marktpotentieel voor een toekomstige uitbreiding van het winkelaanbod. Ook is er geen sprake van duurzame ontvricting: de consument krijgt een modern winkelaanbod in het eigen centrum, zoals ook de ambitie is van het regionale detailhandelsbeleid en de gemeentelijke economische visie. Vergelijkbare centrumgebieden laten zien dat er ook nog voldoende invullingmogelijkheden zijn voor een dergelijke uitbreiding.

VERANTWOORDING

Planlocatie westzijde centrum



Planlocatie oostzijde gemeentekantoor



Recente nieuwbouw Xenos/Wibra



Recente versterking rondom kerk



Centrumpassage



Kerkstraat



3. VERTREKSITUATIE

3.1 Aanbodstructuur

Omvang en spreiding aanbod

Het totale winkelverkoop vloeroppervlak (wvo) in de gemeente Lansingerland bedraagt circa 70.000 m². Hiervan bevindt ongeveer 12.500 m² wvo zich in de dagelijkse artikelensector, de overige 57.500 m² in de niet-dagelijkse artikelensector (tabel 3.1). Alle drie de kernen beschikken over een aanzienlijk winkelaanbod, waarbij het aanbod in zowel de dagelijkse als de niet-dagelijkse artikelensector het grootst is in Berkel en Rodenrijs.

Tabel 3.1 Spreiding winkelaanbod gemeente Lansingerland

Kern	Inwoners ^a	Dagelijks		Niet-dagelijks		Totaal	
		aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo	aantal	m ² wvo
Bergschenhoek	17.378	15	3.161	40	22.671	55	25.832
Berkel en Rodenrijs	26.851	25	5.777	82	23.815	107	29.592
Bleiswijk	11.041	13	3.756	34	10.975	47	14.731
Totaal	55.270	53	12.694	156	57.461	209	70.155

- De drie centrumgebieden van Bergschenhoek, Berkel en Rodenrijs en Bleiswijk vormen de belangrijkste aankoopplaatsen van de gemeente, waarvan het centrum van Berkel en Rodenrijs veruit de grootste is (12.000 m² wvo). Dit centrum is naast een belangrijke aankoopplaats voor boodschappen ook een belangrijke aankoopplaats voor frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen (huishoudelijke artikelen, textiel, etc.).
- De centrumgebieden van Bergschenhoek en Bleiswijk zijn kleiner van omvang, respectievelijk 6.700 en 4.800 m² wvo. De nadruk ligt hier sterk op boodschappenaanbod (dagelijkse artikelensector).
- Op de Berkelse Poort is een perifeer detailhandelscluster gevestigd met winkels in de branches wonen, doe-het-zelf en plant & dier.
- Ongeveer de helft van het winkelaanbod bevindt zich verspreid over de gemeente en op bedrijventerreinen.

Groei winkelaanbod sinds 2008

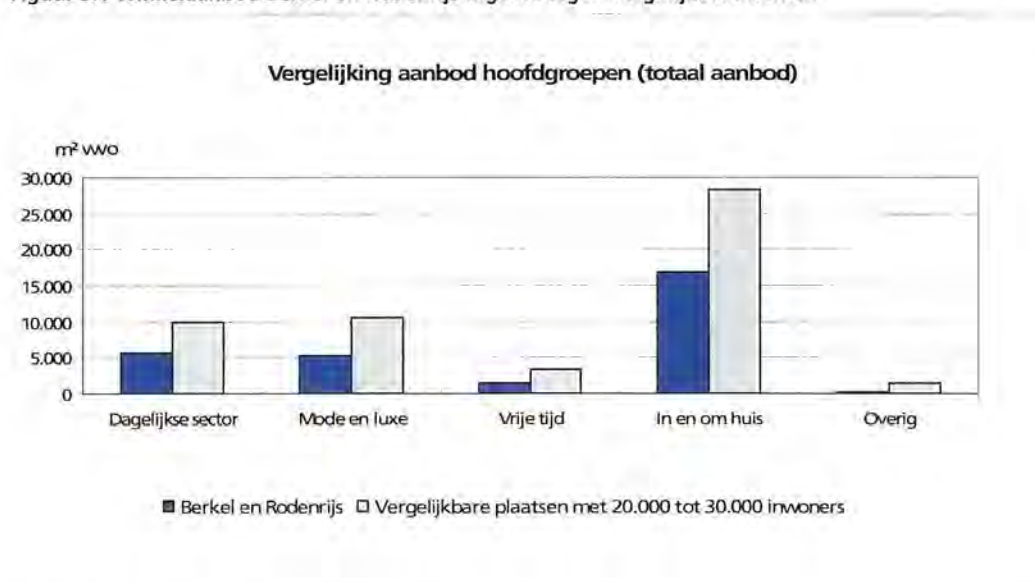
Het winkelaanbod is sinds 2008 met bijna 10.000 m² wvo toegenomen. Deze groei heeft met name plaatsgevonden in de niet-dagelijkse artikelensector in Bergschenhoek (o.a. nieuwe Praxis) en Berkel en Rodenrijs. In Bleiswijk is juist de dagelijkse artikelensector de laatste jaren versterkt.

^a Gemeente Lansingerland, inwoners per 1 januari 2012, www.lansingerland.nl

Winkelaanbod Berkel en Rodenrijs

In figuur 3.1 is het winkelaanbod in Berkel en Rodenrijs afgezet tegen kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal, gewogen naar het aantal inwoners van Berkel en Rodenrijs. Hieruit komt naar voren dat met een omvang van circa 29.600 m² wvo ligt het winkelaanbod in de kern Berkel en Rodenrijs onder het landelijk gemiddelde. In kernen met een vergelijkbaar inwoneraantal ligt de omvang van het winkelaanbod gemiddeld 25.000 m² wvo hoger. De dagelijkse artikelensector blijft ongeveer 4.000 m² wvo achter bij het landelijk gemiddelde; de niet-dagelijkse artikelensector circa 21.000 m² wvo. Het aanbod blijft in alle branches achter, zowel in omvang als in aantal (zie bijlage 2).

Figuur 3.1 Winkelaanbod Berkel en Rodenrijs afgezet tegen vergelijkbare kernen



Een aantal zaken valt op:

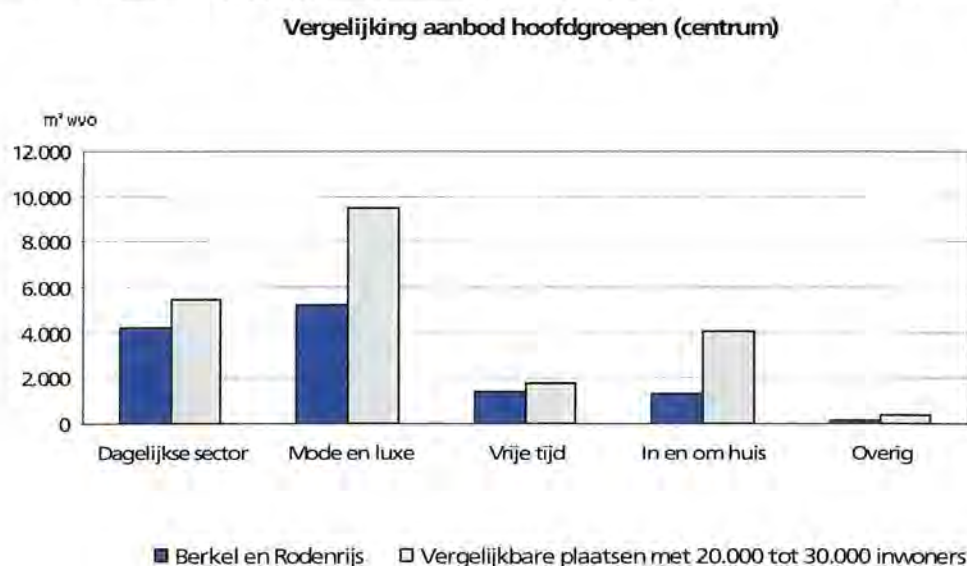
- In het centrum van Berkel en Rodenrijs is de belangrijkste aankoopplaats voor boodschappen. Buiten het centrum liggen nog twee solitaire supermarkten van C1000 (900 m² wvo) en een Albert Heijn (300 m² wvo). Beide supermarkten zijn van beperkte omvang; moderne fullservice supermarkten vragen een omvang van circa 1.500 m² wvo.
- Ook in de niet-dagelijkse artikelensector is het centrum van Berkel en Rodenrijs de belangrijkste concentratie.
- De Berkelse Poort is een perifere detailhandelslocatie. Hier zijn onder meer Berckelaer wonen en de landelijke formules Karwei en Roobol aanwezig.
- Buiten deze winkelgebieden zijn nog circa 20 winkels gevestigd, met name in de branchegroep in/om huis.

3.2 Centrum Berkel en Rodenrijs

Het centrum van Berkel en Rodenrijs heeft een omvang van circa 12.300 m² wvo, verspreid over 76 verkooppunten. Hiermee is het aanbod toegenomen met 1.300 m² wvo sinds 2008. In figuur 3.2 is een vergelijking gemaakt van het centrumaanbod naar de vijf branchegroepen, ten opzichte van centra in woonplaatsen met een vergelijkbaar inwonertal.

Hieruit valt op te maken dat de verschillende branchegroepen over de volle breedte achterblijven bij de referentiecentra. Belangrijke branches, zoals levensmiddelen, kleding & mode, warenhuis en huishoudelijke artikelen, zijn beperkt vertegenwoordigd waardoor het niet als volwaardig centrum functioneert (zie bijlage 3).

Figuur 3.2: Vergelijking aanbod CENTRUM Berkel en Rodenrijs naar branchegroep (in m² wvo)



Ruimtelijke opbouw centrum: ideale halterstructuur

Het centrum van Berkel en Rodenrijs wordt primair gevormd door de as Kerkstraat-Centrupassage. Deze as wordt aan de oostzijde begrenst door de Kerksingel met C1000 als trekker en aan de westzijde door het Westerwater met trekkers als Hema en Albert Heijn. In de basis heeft het centrum van Berkel en Rodenrijs een sterke halterstructuur met trekkers op de kopse kanten.

Wel liggen enkele delen van het centrum afzijdig, zoals marktplein/Nieuwstraat en de kiosken aan de Kerksingel. Daarnaast is de recent geopende uitloper van het Westerwater (waar onder meer Xenos en Wibra gevestigd zijn) nog niet opgenomen in het winkelcircuit.

De presentatie en uitstraling van de winkels en openbare ruimte zijn verzorgd. Wel is een duidelijke scheiding zichtbaar tussen het oudere oostelijke en het nieuwere westelijke deel. Dit wordt mede veroorzaakt doordat de Herenstraat als barrière werkt voor het voetgangersgebied.

Aan de westzijde van het centrum zijn goede parkeermogelijkheden, alhoewel de inrichting van de openbare ruimte hier nog wel iets te wensen laat. Aan de oostzijde zijn iets mindere parkeervoorzieningen. De parkeergarage onder de C1000 en het parkeerterrein achter het gemeentehuis zijn lastig bereikbaar.

Sterk boodschappenaanbod

Het boodschappenaanbod in het centrum van Berkel en Rodenrijs is redelijk compleet, met 2 supermarkten, een redelijk compleet pakket aan aanvullende versspecialzaken (o.a. bakker, slager, groente/fruit, poelier en viswinkel) en drie drogisterijen. Aan de westzijde is een sterk boodschappenaanbod, met een Albert Heijn van moderne omvang en diverse versspecialzaken in het versplein Berkel. De C1000 is relatief klein met een omvang van 950 m² wvo.

In de basis is er een sterk boodschappenaanbod aanwezig in het centrum van Berkel en Rodenrijs, toch zou je op basis van het aantal inwoners een ruimer winkelaanbod verwachten.

Beperkt niet-dagelijks aanbod

De niet-dagelijkse artikelensector heeft een omvang van 7.300 m² wvo. In de niet-dagelijkse artikelensector ligt een sterke nadruk op de branchegroep mode & luxe (totaal ca. 4.400 m² wvo), met 35 aanbieders in diverse branches en prijssegmenten. Het warenhuis van Hema is op het niveau van Berkel en Rodenrijs een grote trekker. Toch blijft met name deze branchegroep achter bij landelijke gemiddelden. Opvallend hierin is het beperkte aantal landelijke formules. Verschillende formules die wel aanwezig zijn hebben een beperkte omvang.

Het winkelaanbod in de branchegroepen vrije tijd en in/om huis zijn redelijk op niveau. Uitzonderingen hierop zijn de branches doe-het-zelf (ontbreekt geheel) en wonen.

Horecavoorzieningen niet winkelondersteunend

Het horeca aanbod in het centrum van Berkel en Rodenrijs is zeer bescheiden. Er zijn drie drankenverstrekkers (café, bar), vier fastfoodzaken (snackbar, grillroom) en acht restaurants. De horecavoorzieningen liggen met name aan de randen van het centrum. De horecavoorzieningen zijn nauwelijks winkelondersteunend en vormen geen aanvulling op het winkelen.

Grote concurrentie rondom

Het centrum van Berkel en Rodenrijs heeft in de huidige situatie met name een verzorgingsfunctie voor eigen inwoners, op het gebied van boodschappen en frequent benodigde niet-dagelijkse artikelen. Voor een dagje winkelen is de consument nu aangewezen op de centrumgebieden van Rotterdam, Zoetermeer of één van de andere omliggende steden. Binnen een straal van 10 kilometer bevinden zich de grote steden Rotterdam, Delft en Zoetermeer, met moderne boodschappencentra, PDV-locaties en een ruim mode-aanbod in de binnensteden en stadsdeelcentra.

3.3 Vraagstructuur Lansingerland

Groei inwoneraantal

De gemeente Lansingerland telde per 1 januari 2012 55.270 inwoners⁵. Het inwoneraantal van de gemeente is de laatste vijf jaar toegenomen met ruim 7.000 inwoners (ca. 48.000 inwoners in 2007) en zal de komende jaren nog verder doorgroeien⁶.

Voor de benadering van het toekomstig functioneren worden de kernen Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek als primair verzorgingsgebied gezien. In de gemeentelijke prognoses worden 2 scenario's onderscheiden:

- ongewijzigd beleid;
- vertraging in het woningbouwprogramma.

Bij het laatste scenario wordt uitgegaan van een lagere woningbouwproductie tot en met 2017 en een hogere productie in de periode 2017 – 2020, waarna de productie afneemt tot 0 naar 2027. In tabel 3.2 zijn beide prognoses uiteengezet.

Tabel 3.1 Bevolkingsprognose Berkel en Rodenrijs / Bergschenhoek

Berkel en Rodenrijs/Bergschenhoek	2012	2017	2022	2027
Scenario 1 – ongewijzigd beleid	44.229	50.000	53.300	55.700
Scenario 2 – vertragingen	44.229	48.600	54.000	56.100

Met een ongewijzigd beleid zal het inwoneraantal toenemen tot 50.000 inwoners in 2017, 53.300 inwoners in 2022. Bij een vertraging van het woningbouwprogramma zal de groei van het inwoneraantal later op gang komen: 48.600 in 2017 en 54.000 in 2022. Het hoogste inwoneraantal wordt in beide scenario's bereikt in 2027, 55.700 in scenario 1 en 56.100 in scenario 2.

⁵ Gemeente Lansingerland, www.lansingerland.nl

⁶ Gemeente Lansingerland (2012). Bevolkingsprognose 2012

Koopstromen

In 2011 is een koopstromenonderzoek uitgevoerd voor de Randstad⁷, waaronder de gemeente Lansingerland. De belangrijkste uitkomsten zijn navolgend opgesomd.

- De koopkrachtbinding in de gemeente Lansingerland bedraagt 85% in de dagelijkse artikelensector en 43% in de niet-dagelijkse artikelensector. Hiermee ligt de binding lager dan in 2004 (89% dagelijks en 44% niet-dagelijks).
- De koopkrachtbinding blijft hiermee achter bij referentiegemeenten (89% dagelijks en 60% niet-dagelijks). Omzet uit Lansingerland komt met name terecht in Zoetermeer en Rotterdam.
- De totale omzet van buiten de kern Berkel en Rodenrijs (koopkrachttoevloeiing), als aandeel van de omzet, bedraagt 6% voor dagelijkse artikelen en 19% voor niet-dagelijkse artikelen.
- Specifiek voor het centrum van Berkel en Rodenrijs bedraagt de koopkrachtbinding in de dagelijkse artikelensector 33% en in de niet-dagelijkse artikelensector 17%. Inwoners van de gemeente Lansingerland zijn in de huidige situatie relatief sterk op het centrum van Berkel en Rodenrijs georiënteerd.
- Het centrum van Berkel en Rodenrijs wordt relatief weinig door consumenten uit de regio bezocht. De koopkrachttoevloeiing, als aandeel van de omzet, bedraagt 8% in de dagelijkse artikelensector en 12% in de niet-dagelijkse artikelensector. Deze omzet is met name afkomstig uit de gemeenten Rotterdam en Pijnacker-Nootdorp.
- In het onderzoek is de consument ook naar een beoordeling gevraagd naar verschillende kwaliteitsaspecten van het centrum van Berkel en Rodenrijs. Veiligheid en sfeer/uitstraling scoren hierin bovengemiddeld. Bereikbaarheid, parkeren en horeca blijven achter bij het gemiddelde.

⁷ I&O research (2011). Koopstromenonderzoek Randstad 2011

4. ONTWIKKELINGEN, TRENDS EN BELEID

4.1 Plannen en initiatieven

In de gemeente Lansingerland spelen diverse plannen op het gebied van detailhandel. Een groot deel van de plannen heeft betrekking op de dagelijkse artikelensector. Navolgend worden de bij ons bekende plannen en initiatieven beschreven.

Centrum Berkel en Rodenrijs

In het centrum van Berkel en Rodenrijs zijn plannen om de koppen aan de oost- en westzijde van het centrum te versterken.

- Recent is de Kerksingel versterkt met een woon-/winkelcomplex (o.a. Cosmo) en in 2013 moet een nieuw winkelcomplex haar deuren openen op de locatie van het huidige gemeentekantoor. De totale omvang van het project bedraagt circa 3.800 m² bvo, waaronder supermarkten Hoogvliet en Aldi. Ook is er 250 m² bvo gereserveerd voor horeca.
- Aan de westzijde van het centrum zijn plannen voor een uitbreiding van het winkelaanbod met circa 11.000 m² bvo, inclusief horeca. Hiermee zal ook rondom het Westerwater een winkelrondje ontstaan. De eerste aanzet hiertoe is al gegeven met de ontwikkeling van het Xenos/Wibra-blok.

Figuur 4.1 Voorgenomen plannen centrum Berkel en Rodenrijs



Elders Lansingerland

- Ontwikkeling van een nieuw wijkwinkelcentrum Westpolder-Bolwerk in het westen van Berkel en Rodenrijs. Het centrum heeft een geplande omvang van ca. 3.600 m² bvo en wordt gepositioneerd als boodschappencentrum met onder meer een moderne full-service supermarkt.
- Herontwikkeling van het gebied Kerkstraat-Dorpsstraat-Rondom in het centrum van Bergschenhoek, met een totaal planvolume van 2.300 m² bvo. De huidige C1000 ondernemer zal hier een grotere vestiging gaan openen (Jumbo). De achterblijvende supermarktlocatie zal ingevuld worden met kleinere winkels en voorzieningen.
- In het centrum van Bleiswijk is een initiatieven voor een winkelprojecten met een totale omvang van ca. 800 bvo.
- Toevoeging van een bouwcentrum en tuinmarkt op bedrijventerrein Oudeland. Tevens worden autobedrijven/showrooms toegestaan.

Omliggende regio

Daarnaast moet er ook rekening gehouden worden met plannen die op dit moment nog boven de markt zweven:

- *Zoetermeer/Lansingerland* - Foruminvest en Stable International hebben gezamenlijk het initiatief genomen om op de Bleizo-locatie een Factory Outlet Center te realiseren met een eerste omvang van circa 20.000 m² wvo en een latere uitgroeimogelijkheid van 5.000 à 10.000 m² wvo. Zoals gebruikelijk in FOC's, zal de nadruk sterk komen te liggen op de branches mode en sport(kleding).
- *Zoetermeer* - Cadenza is de laatste grote uitbreiding van het Stadshart in Zoetermeer (ca. 8.000 m² bvo). De locatie sluit enerzijds aan op het kernwinkelgebied en grenst anderzijds aan het stadstheater en de nieuwe bioscoop.
- *Zoetermeer* - Woonboulevard Prisma, een ontwikkeling van circa 25.000 m² bvo aan perifere detailhandel, inclusief een bouwmarkt van maximaal 3.500 m². Daarnaast enkele PDV-functies op entreekavel Prisma (5.500 m² bvo).
- *Den Haag* - Voor verschillende locaties in het centrum van Den Haag zijn plannen in een vergevorderd stadium, zoals Spui/Kalvermarkt, de nieuwe Haagse Passage en La Cigüëña. Er wordt onder meer gesproken over de komst van Primark en uitbreiding van de Bijenkorf. De totale planvoorraad bedraagt meer dan 30.000 m² bvo.
- *Rotterdam* - In het centrum van Rotterdam ligt circa 20.000 m² bvo aan concrete initiatieven. Twee andere initiatieven kunnen zorgen voor extra toevoeging van circa 58.000 m² bvo, deze plannen zijn echter nog niet hard gemaakt.
- *Rotterdam* - Er zijn grootschalige uitbreidingsplannen voor Alexandrium, waarvan een tweetal concrete: uitbreiding Alexandrium II (megastores, +3.000 m² bvo) en versterking Alexandrium I rondom het Poolsterplein (+16.000 m² bvo). Tevens mag het gebied zich samen met Capelle XL en de Woonmall zich sterker profileren als het 'woonwalhalla van Europa'.

4.2 Trends

Gewoonlijk worden drie soorten koopgedrag onderscheiden, waarin aspecten meespelen als het aan te schaffen artikel, de eisen die gesteld worden aan het bezoek en de kenmerken van de aankoopplaats (aanbod en verblijfsklimaat):

Door aan te sluiten op dit koopgedrag kunnen winkelgebieden, maar ook delen van grotere centra, zich duidelijk profileren en hun eigen identiteit uitdragen. Dit draagt weer bij aan het onderscheidend vermogen van de winkelgebieden. Zo ligt de nadruk in binnensteden sterk op het recreatieve winkelen en in de buurt- en wijkcentra sterk op het boodschappen doen. Voor perifere detailhandelslocaties geldt dat ze overwegend door de consument bezocht worden om doelgericht aankopen te doen.

- **Boodschappen doen:** het gaat hier om de aankopen van de consument voor het primaire levensonderhoud. Deze aankopen worden met een hoge frequentie gedaan en veelal in de nabijheid van de woonomgeving. Regelmatig zal sprake zijn van combinatie aankopen van levensmiddelen en hoog frequent benodigde (alledaagse) non-food. Bij de keuze in aankoopplaats zijn reistijd, bereikbaarheid, parkeermogelijkheden, gemak, assortiment, uitstraling en prijs overwegingsfactoren.
- **Recreatief winkelen:** bij recreatief winkelen staat het kijken en vergelijken centraal. De consument wil veel keuzemogelijkheden hebben en worden geprikkeld (impuls)aankopen te doen. De sfeer en beleving van een centrum zijn erg belangrijk. Deze aankopen worden met een wisselend frequentie gedaan en men is bereid een grotere afstand af te leggen. Het gaat om artikelen waarmee men een hogere emotionele binding heeft of uit speciale interesse en/of persoonlijke voorkeuren zoals mode en luxe artikelen. In veel gevallen is dit koop- of bezoekgedrag een vorm van vrije tijdsbesteding.
- **Doelgericht aankopen:** dit zijn (duurzame en/of vervangings) aankopen die met een lage frequentie en veelal doelgericht worden gedaan. Het gaat om aankopen van woninginrichting, bruin- en witgoed, fietsen, doe-het-zelf- en tuinartikelen, etc. De aankopen van deze laatste twee worden vooral in de nabijheid van de woonomgeving gedaan. Voor de overige aankopen is de scope van de consument veel groter. Hier is een goede prijs-kwaliteitverhouding van groot belang.

Trends & ontwikkelingen

Landelijk zijn verschillende trends en ontwikkelingen te onderscheiden. De effecten hiervan verschillen per type winkelcentrum. Navolgend worden de algemene trends en ontwikkelingen in de detailhandel beschreven en de relevantie hiervan voor Berkel en Rodenrijs.

- **Genieten en ervaren** – Steeds meer winkels zetten in op de beleving in hun winkels om een bepaalde sfeer te creëren. Service, productpresentatie en – beleving, try & buy, gemak, etc. zijn daarbij kernbegrippen. Ook de integratie van horeca en voorzieningen als kinderopvang is van groot belang. Dergelijke elementen dragen bij aan bezoekduurverlenging en daarmee tot hogere bestedingen in een winkel of winkelgebied.
- **Gemak** - Het verwachtingspatroon van consumenten wordt ingegeven door het bezoekdoel. Boodschappen moeten snel en eenvoudig kunnen worden gedaan.

Het liefst parkeert de consument daarbij in de winkel. Ook laagfrequente aankopen moeten efficiënt plaatsvinden. Gaat de consument om te kijken, te vergelijken en te snuffelen (zoals in binnensteden), dan besteedt hij daar meer tijd aan, maar stelt ook hoge eisen aan comfort, sfeer en gezelligheid.

- **Webwinkelen** - De bestedingen via internet zitten fors in de lift. De totale omzet van online aankopen is in 2010 uitgekomen op € 8,2 miljard en dat is 11% meer dan in 2009. Het aandeel thuiswinkelen (online winkelen + catalogi, post etc.) in de detailhandel is de afgelopen vijf jaar bijna verdubbeld. Bedroeg het aandeel thuiswinkelen in 2005 nog 4,6% van de detailhandel, in 2010 liep dat percentage op naar 10%. Hierbij moet worden aangetekend dat de benchmark alleen indicatief is voor het groeiende aandeel van thuiswinkelen ten opzichte van de detailhandel, omdat hierin ook online verkopen van reizen, verzekeringen en tickets zijn meegenomen. Wanneer hiervoor wordt gecorrigeerd, vond in 2010 circa 5% van de totale detailhandelsbestedingen via thuiswinkelen plaats. Uitgaande van enkel detailhandel non-food ligt dit percentage op circa 10%. De detailhandelsbestedingen via internet op het gebied van telecom en elektronica en witgoed zijn het grootst, gevolgd door hard- en software en kleding. Over de periode 2008 – 2010 zijn de detailhandelsbestedingen via thuiswinkelen op het gebied van kleding (+57%) en hard- en software (+51%) het sterkst gestegen. Er zijn geen cijfers beschikbaar over het aandeel internetaankopen wat uiteindelijk wel in een winkel wordt opgehaald (multichanneling).
- **Schaalvergroting** – Komende jaren zal de schaalvergroting zich blijven door zetten. Schaalvergroting speelt in op de behoefte van de consument aan keuzemogelijkheden, comfort en beleving. Uitbreiding van winkels naar een grotere maat is niet één op één te vertalen in meer omzet. Grotere winkels worden immers ook gebruikt om meer comfort te bieden aan de consument (ruimere opzet winkel), een betere en attractievere productpresentatie en een grotere voorraad (magazijn). De komende jaren blijft er echter ook behoefte aan speciaalzaken met een relatief smal maar diep assortiment.
- **Opleving ondersteunende centra** – Er is een opleving van dorps-, wijk- en stadsdeelcentra zichtbaar. Het aanbod in de wijken wordt steeds meer geconcentreerd en supermarkten in deze centra maken waar mogelijk een schaa sprong. Zij zijn op wijk-, buurt- en dorpsniveau de publiekstrekkingen. De branches die zich niet richten op comfort, sfeer en gezelligheid vertrekken uit de binnensteden (o.a. computers en fietsen) en komen steeds vaker in de ondersteunende winkelcentra (en op perifere locaties) terecht.
- **Kleine centra onder druk** – De kleine buurt- en wijkwinkelcentra en dorpscentra staan sterk onder druk. De kleinschaligheid van het aanbod, het veelal ontbreken van trekkers en een veranderend consumentengedrag zijn daar debet aan. Indien versterking en uitbreiding van het aanbod niet mogelijk is, wordt steeds vaker op zoek gegaan naar functieverandering van deze centra. Combinaties met maatschappelijke voorzieningen (welzijn, zorg) kunnen mogelijkheden bieden om een bepaald voorzieningenniveau te blijven bieden.

- **Filialisering en netwerkverdichting** – Er is sprake van een verdichting van het netwerk van filiaalbedrijven. Ook de kleinere verzorgingsgebieden worden bediend door bekende formules, zoals Hema.
- **Vergrijzing ondernemersbestand⁸** - De leeftijdsopbouw van het ondernemersbestand is nog sneller aan het vergrijzen vergeleken met onze bevolking. De gemiddelde leeftijd van ondernemers in de detailhandel ligt in 2010 al op 45 jaar en daarmee vijf jaar boven de gemiddelde leeftijd van de Nederlander. Ruim 35% van de ondernemers is ouder dan 50 jaar. Uit onderzoek van CBW-MITEX blijkt dat circa 30% van de MKB-leden tussen 2010 en 2015 wil stoppen. In veel gevallen is er geen opvolging, waardoor veel winkels zullen gaan sluiten.
- **Branchevervaging en parallellisatie** – Door branchevervaging en parallellisatie transformeren perifere winkelcentra geleidelijk naar ‘gemakscentra’, zoals de retailparks in Hengelo en Roermond, maar ook op winkelniveau treden deze trends steeds vaker op. In de periferie zien we steeds meer branchegerichte warenhuizen.
- **Crisis** - De crisis drukt ook haar stempel op de winkelvastgoedmarkt. De effecten zijn met name aan de randen van de centrumgebieden en ondersteunende winkelgebieden te zien, waar een groter aandeel lokale ondernemers te vinden is. Steeds meer ondernemers hebben moeite de huur te betalen, terwijl banken terughoudend zijn met financieringen voor nieuwe ondernemers. Dit leidt tot meer leegstand. Daarnaast zijn beleggers minder geïnteresseerd in risicovolle vastgoedprojecten.

Horeca

In toenemende mate wordt het economisch en sociaal-maatschappelijk belang van de horecasector erkend, ook door overheden. Vrijwel elke Nederlander bezoekt tegenwoordig wel eens een horecazaak, in welk verband en met welk motief dan ook. De volle horecaterrassen van tegenwoordig spreken boekdelen. Horeca is essentieel voor binnensteden, andere centra en vrijetijdsbestemmingen. Het belichaamt het gastvrije, sfeervolle karakter van een stad en is in die zin wezenlijk voor de identiteit en het imago.

De horeca heeft in Nederland ten opzichte van veel andere economische sectoren een sterk vernieuwend vermogen. Een moderne horecagelegenheid past tegenwoordig elke zes à zeven jaar de productformule ingrijpend aan. Wel is de sector nogal conjunctuurgevoelig en zijn de bedrijfslasten de afgelopen jaren relatief sterk toegenomen, terwijl ook de bestedingen sterk onder druk staan.

⁸ Retail 2020 Re'structure, CBW Mitex

Landelijke trends in de horeca: de vraagzijde

- De consumentenbestedingen in de horeca namen sinds 2008 door de economische recessie fors af, maar sinds het voorjaar van 2011 is er weer een stijgende lijn zichtbaar.
- De consument gaat steeds bewuster consumeren en is kritisch. De nadruk ligt op gezond, minder vet en gemakkelijk eten. Men kiest vaker voor slow-food en streekeigen producten.
- De individualisering zet zich door, wat leidt tot een grotere behoefte aan variatie in horeca.
- Vervluchting van het vrijetijdsgedrag. Mensen hebben de behoefte steeds meer activiteiten te combineren in minder tijd.
- Groeiende behoefte aan verrassing, avontuur, spektakel en unieke belevenissen. Sfeer en beleving zijn belangrijk voor de consument.
- Een toenemend aantal 'eetmomenten', ook onderweg ('grazen').
- Het aspect veiligheid(sbeleving) wordt belangrijker.
- Steeds meer actieve senioren met een goed gevulde portemonnee

Landelijke trends in de horeca: de aanbodzijde

- Clustering en brancheverbreding, met steeds meer branchevreemde aanbieders. Toenemende integratie met o.a. detailhandel, leisure en cultuur.
 - Filialisering en ketenvorming om schaalvoordelen te behalen. Het betreft vooral restaurants (La Place, De Colonie, Humphrey's, Beren eetcafés) en fastfoodzaken (McDonald's, Burger King, Kentucky Fried Chicken, diverse snackformules).
 - Branchevernieuwing. De horeca richt zich steeds meer op vermaak en beleving. Voorbeeld: themacafés, ludieke evenementen, arrangementen, merchandise (truien, T-shirts, caps etc.).
 - Thematisering. Themarestaurants (b.v. wokrestaurant, buffetrestaurant) of cafés (lounge bar, cultuurcafé, brouwerijcafé), maar ook thema-hotels (Art-hotel, designhotel, zorghotel).
 - Sterke groei van de vers-outlets zoals hoogwaardige koffiemarket (Starbucks, Mocka More, Bagels & Beans), sushi-bars (Deli, Tiny Tokyo) en juice-bars. Koelverse producten versterken hun marktaandeel, dat van fastfoodsnacks stabiliseert.
 - De kwaliteit van restaurantkeukens is toegenomen, met aandacht voor gezondheid en gebruik van streekeigen versproducten. Tegelijkertijd is het luxe niveau van restaurants afgenomen.
 - Restaurants ondervinden sterke concurrentie van eetcafés. De fastfoodsector kent een groeiende concurrentie van supermarkten, die steeds langer open zijn.
 - Het aantal discotheken neemt nog steeds af, mede door concurrentie van dancefeesten en festivals.
 - Uiterlijk en inrichting van horecazaken worden steeds belangrijker; architectuur kan een attractie op zich zijn.
 - Opkomst van kindvriendelijke restaurants.
 - De overheid geeft bijzondere aandacht aan veiligheid en al alcoholmatiging.
-

Relevantie voor Berkel en Rodenrijs

De dynamiek in de detailhandel is groot. Diverse autonome ontwikkelingen, waarvan vergrijzing van de ondernemers, dalende bestedingen en e-commerce de belangrijkste zijn, zullen druk zetten op het functioneren van het bestaande winkel-aanbod. De gemeente Lansingerland is de laatste jaren echter fors gegroeid en dit zal de komende jaren ook doorzetten. Het voorzieningenaanbod is hierbij achtergebleven. Dit brengt de gemeente Lansingerland in de vrij unieke positie dat er juist

vraag is naar een versterking van het winkelaanbod, zowel in het boodschappen-aanbod als in de recreatieve winkelbranches. Inwoners van de gemeente hebben behoefte aan een eigen, modern centrum. Het centrum van Berkel en Rodenrijs moet echter wel concurreren met enkele sterke centrumgebieden rondom, die zich al hebben bewezen. Deze concurrentie zal de komende jaren alleen nog maar toenemen.

Het is zaak dat het centrum van Berkel en Rodenrijs zich juist weet te profileren, om zich te onderscheiden van de concurrentie en zich te kunnen weren tegen voorgaand benoemde ontwikkelingen. Hierbij dient aansluiting gezocht te worden bij het koopgedrag van de consument. Het centrum is voornamelijk een belangrijke aankoopplaats voor de boodschappen (kernverzorgend), aangevuld met frequent benodigde artikelen in de niet-dagelijkse artikelensector. De consument dient een compleet basispakket geboden te worden op het gebied van boodschappen en mode & luxe. Het centrum moet goed en eenvoudig bereikbaar zijn. Ruimtelijk dient er gestreefd te worden naar een zo compact mogelijk winkelgebied. Het centrum van Berkel en Rodenrijs moet zich met name in gemak onderscheiden van centrumgebieden als Rotterdam-centrum, Alexandrium en Zoetermeer-centrum.

4.3 Beleid

Provincie Zuid-Holland

Het beleid uit de sectorale structuurvisie detailhandel⁹ is door de provincie Zuid-Holland overgenomen in de Provinciale structuurvisie Zuid-Holland (2010)¹⁰. De provincie ziet het als haar taak om de dynamiek in de detailhandel te bevorderen, de structuur te versterken en ernstige verstoringen daarvan te voorkomen; niet om de concurrentie te beperken of de dynamiek in de detailhandel te belemmeren door een volumebeleid te voeren. De dynamiek dient zoveel mogelijk binnen de bestaande structuur geacommodeerd te worden en slechts bij uitzondering zal worden ingestemd met nieuwe regionale aankoopplaatsen.

Het provinciale beleid is gericht op de bovenregionale winkelcentra, waardoor een grotere vrijheid is toegekend aan de gemeenten voor lokale winkelcentra. De verantwoordelijkheid voor ontwikkelingen tot 2.000 m² bvo is bij de gemeenten neergelegd. Daarnaast sluit het provinciale detailhandelsbeleid zoveel mogelijk aan bij de regionale structuurvisies, zoals opgesteld door de REO's¹¹.

Nieuwe detailhandel, buiten de traditionele aankoopplaatsen, is mogelijk indien het buurt- en gemakswinkels, winkels op knopen (passend binnen het knooprofiel),

⁹ Provincie Zuid-Holland (2007) Structuurvisie Detailhandel Zuid-Holland 2007

¹⁰ Provincie Zuid-Holland (2010) Visie op Zuid-Holland – ontwikkelen met schaarse ruimte

¹¹ Regionaal Economische Overlegorganen

detailhandel in brand- en explosiegevaarlijke goederen, zeer volumineuze goederen, tuincentra en bouwmarkten of grootschalige meubelbedrijven (> 1.000 m² bvo) betreft. De provincie heeft opvanglocaties voor nieuwe grootschalige detailhandel aangewezen in de structuurvisie. Ten aanzien van de branchevervaging heeft de provincie bepaald dat het te voeren nevenassortiment, passend bij het hoofdasortiment, beperkt wordt tot 20 procent van het netto verkoopvloeroppervlak.

Regionaal beleid

Zoals uit het provinciaal detailhandelsbeleid naar voren komt, wordt zoveel mogelijk aangesloten het beleid van de REO's. Zeer recent is het detailhandelsbeleid van de Stadsregio Rotterdam, waartoe de gemeente Lansingerland behoort, geactualiseerd. In het 'beleid detailhandelsstructuur stadsregio Rotterdam' wordt gekozen voor een ontwikkelingslijn gericht op versterking van de bestaande detailhandelsstructuur¹².

- In het beleid is als uitgangspunt genomen dat nieuwe vestigingslocaties voor detailhandel niet ten koste mogen gaan van de bestaande perspectiefrijke winkelgebieden. De bestaande winkelgebieden hebben daarmee beleidsmatig voorrang, ook om belangrijke herstructureringsopgaven te realiseren.
- De regio is gebaat bij het ontwikkelen van verschillende, elkaar aanvullende winkelgebieden met een eigen identiteit. Niet elk winkelgebied kan hetzelfde bieden. Concurrentie scherpt de profilering van winkelgebieden. Teveel van hetzelfde maakt vooral zwakker en kopieergedrag kan leiden tot identiteitsverlies.
- Het centrum van Berkel en Rodenrijs behoort op dit moment tot de categorie lokaal verzorgende centra (50 - 100 winkels). Een lokaal verzorgend centrum functioneert vooral als aankoopplaats voor dagelijkse boodschappen, frequent benodigd niet-dagelijks winkelaanbod (textiel, huishoudelijke artikelen) en aanvullend een beperkt recreatief winkelaanbod. Uitgangspunt in het beleid is het optimaliseren van de lokaal verzorgende functie van deze centra, zowel qua omvang en branchering als qua uitstraling.
- Vanwege de sterke lokale bevolkingsuitbreiding kan het centrum van Berkel en Rodenrijs naar de toekomst toe een beperkt regionale functie krijgen. In de toekomstvisie op de regionale detailhandelsstructuur zal het centrum van Berkel en Rodenrijs een nadrukkelijke functie gaan vervullen voor de gemeente Lansingerland.

Economische visie Lansingerland

De gemeente Lansingerland heeft samen met het bedrijfsleven en belangenorganisaties de economische visie voor Lansingerland opgesteld¹³. Deze visie geeft richting aan het beleid voor de periode 2011 – 2016. Lansingerland positioneert zich als een Parkstad, Greenport en Vrijtijdsstad. De gemeente werkt aan een duurzame economie met gevarieerde bedrijvigheid en diversiteit. Behoud van de levendigheid, aantrekkingskracht en charme van de drie dorpskernen Berkel en Rodenrijs, Berg-

¹² Stadsregio Rotterdam (2012) Beleid detailhandelsstructuur stadsregio Rotterdam 2012

¹³ Gemeente Lansingerland (2011) Economische visie Lansingerland 2011 – 2016 *Focus op ondernemen*

schenhoek en Bleiswijk staat hoog in het vaandel. Verder hecht de gemeente erg aan goede voorzieningen op het gebied van leisure en recreatie.

De gemeente wil een zo compleet mogelijk voorzieningenaanbod realiseren voor haar inwoners, waarbij wordt ingezet op de volgende structuur:

- Centrum Berkel en Rodenrijs als bovenlokaal verzorgend hoofdcentrum, met een compleet winkelaanbod, een divers horeca-aanbod en culturele voorzieningen.
- Centrum Bergschenhoek als lokaal verzorgend centrum met de nadruk op de dagelijkse artikelensector, aangevuld met aanbod in de niet-dagelijkse artikelen-sector en (winkelondersteunende) horeca.
- Centrum Bleiswijk als lokaal verzorgend centrum met een winkelaanbod vooral in de dagelijkse artikelensector en enig overig aanbod (niet-dagelijks en horeca).
- Winkelcentrum Westpolder als nieuw te realiseren wijkverzorgend centrum, met de nadruk op de dagelijkse artikelensector.

Het centrum van Berkel en Rodenrijs zal zich ontwikkelen tot een recreatief centrum waar de consumenten comfortabel kunnen winkelen en boodschappen doen. Uitgangspunt bij de ontwikkeling van het centrum vormt een evenwichtige oost-west verbinding. Samen met marktpartijen wil de gemeente komen tot uitbreiding van het winkelaanbod. Daarnaast wordt gestreefd naar een concentratie van horeca, waarmee de recreatieve functie van Berkel en Rodenrijs verder wordt versterkt.

5. VERSTERKINGSMOGELIJKHEDEN

5.1 Huidig en toekomstig functioneren

In dit hoofdstuk worden de versterkingsmogelijkheden onderzocht voor het centrum van Berkel en Rodenrijs, dat naar de toekomst een belangrijkere functie zal krijgen voor met name de kernen Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek. De toekomstige uitbreidingsruimte is specifiek benaderd voor het centrum van Berkel en Rodenrijs, waarbij in de koopstromen wel rekening is gehouden met andere ontwikkelingen (o.a. versterking centrum Bergschenhoek en komst winkelcentrum Westpolder).

Gemiddeld bestedingsniveau

Het gemiddeld besteedbaar inkomen in de gemeente Lansingerland ligt met € 15.900,- per hoofd ongeveer 7 procent boven het landelijk gemiddelde van € 14.800,- per hoofd¹⁴ (exclusief BTW). Het is in de distributie-planologie gebruikelijk om een correctie op de bestedingscijfers toe te passen, wanneer de afwijking groter dan 5% is. Rekening houdend met een inkomenselasticiteit van 0,25 in de dagelijkse artikelensector en 0,5 in de niet-dagelijkse artikelensector komen de gecorrigeerde bestedingscijfers hiermee op: € 2.282,- in de dagelijkse artikelensector en € 2.676,- in de niet-dagelijkse artikelensector¹⁵.

Huidig functioneren

Uit het koopstromenonderzoek Randstad komt naar voren dat de gemiddelde omzet per m² wvo in het centrum van Berkel en Rodenrijs in de dagelijkse artikelensector € 11.587,- bedraagt, in de niet-dagelijkse artikelensector bedraagt de vloerproductiviteit € 3.571,-. Hiermee ligt het ruim boven het landelijke gemiddelde in Zuid-Holland (€ 7.630,- dagelijks en € 1.790,- niet-dagelijks).

Op basis van het koopstromenonderzoek is in de huidige situatie is al een uitbreidingsruimte te benaderen van circa 1.500 – 2.000 m² wvo in de dagelijkse artikelensector en 3.000 – 3.500 in de niet-dagelijkse artikelensector.

Toekomstig functioneren: 5 scenario's

Het toekomstig functioneren is benaderd aan de hand van 5 scenario's:

1. Een basisscenario gebaseerd op de huidige situatie en meest recente bevolkingsprognose.
2. Een scenario met het vertraagde woningbouwprogramma.

¹⁴ Bron: CBS, Regionale inkomensverdeling 2006

¹⁵ Bron: HBD 2011, omzetkengetallen ten behoeve van ruimtelijke economisch onderzoek (aug. 2011)

3. Een scenario met de komst van FOC Bleizo.
 4. Een scenario waarin rekening gehouden wordt met toenemende groei van internetverkoop.
 5. Een gecombineerd scenario, met een vertraagd woningbouwprogramma, de komst van FOC Bleizo en toenemende groei van internetverkoop.
- De uitgangspunten voor deze scenario's worden navolgend kort toegelicht.

1. Basisscenario

In het basisscenario wordt uitgegaan van de meest recente cijfers ten behoeve van distributie planologisch onderzoek:

- Toename van het inwonertal van Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek tot circa 50.000 inwoners in 2017.
- De bestedingcijfers worden naar de toekomst gelijk gehouden omdat nog niet duidelijk is hoe deze zich in de toekomst zullen ontwikkelen: € 2.282,- in de dagelijkse artikelensector en € 2.676,- in de niet-dagelijkse artikelensector.
- Met name inwoners uit Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek zijn gericht op de dagelijkse artikelensector in het centrum van Berkel en Rodenrijs. Naar de toekomst dient rekening gehouden te worden met een forse versterking van het boodschappenaanbod in het centrum (o.a. komst Hoogvliet en Aldi), maar ook elders in de gemeente (o.a. Westpolder-Bolwerk en centrum Bergschenhoek). Vanwege de compleetheid van het aanbod wordt het centrum van Berkel en Rodenrijs een aantrekkelijk alternatief voor dichterbij gelegen supermarkten. Een koopkrachtbinding van 40-45% op het centrum van Berkel en Rodenrijs wordt hierbij reëel geacht. De koopkrachttoevoeiing, als aandeel van de omzet, zal slechts beperkt toenemen. Voor het toekomstig functioneren wordt uitgegaan van een percentage van 10%.
- Met de voorgenomen versterking van het centrum van Berkel en Rodenrijs wordt een sterk basispakket aan recreatief winkelaanbod gerealiseerd. De consument hoeft hiervoor niet meer naar omliggende winkelgebieden. Het centrum heeft echter met name een functie voor de eigen gemeente. Dit leidt tot een hogere koopkrachtbinding (20 – 25% uit Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek) en een lichte stijging van de koopkrachttoevoeiing (15%, met name uit Bleiswijk en Hilligersberg).
- De landelijk gemiddelde omzet voor de dagelijkse artikelensector bedraagt € 6.910,-. Rekening houdend met hogere omzetten in centrumgebieden en de versterking van het supermarktaanbod¹⁶, is voor het toekomstig functioneren uitgegaan van een hogere normomzet: € 7.500,- per m² wvo. Ook voor de niet-dagelijkse artikelensector ligt de normomzet boven het landelijke gemiddelde: € 2.500,- per m² wvo (€ 1.960,-).

¹⁶ Supermarkten functioneren op een gemiddeld hogere vloerproductiviteit van € 7.860, HBD.

Tabel 5.1: Benadering toekomstig functioneren BASISSCENARIO (scenario 1)

Centrum Berkel en Rodenrijs Basis	Dagelijks		Niet-dagelijks	
	2017	2027	2017	2027
Inwoners primair verzorgingsgebied	50.000	55.700	50.000	55.700
Bestedingen per hoofd (in €)	2.282	2.282	2.676	2.676
Bestedingspotentieel (in mln. €)	114,1	127,1	133,8	149,0
Koopkrachtbinding	40 - 45%	40 - 45%	20 - 25%	20 - 25%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	45,6 - 51,3	50,8 - 57,2	26,8 - 33,4	29,8 - 37,3
Koopkrachttoevoeiing (aandeel totale omzet)	10%	10%	15%	15%
Omzet door toevoeiing (in mln. €)	5,1 - 5,7	5,6 - 6,4	4,7 - 5,9	5,3 - 6,6
Totale omzet (in mln. €)	50,7 - 57,0	56,5	31,5 - 39,4	35,1 - 43,8
Huidig aanbod (m ² wvo)	4.218	4.218	8.059	8.059
Theoretisch haalbaar aanbod (m ² wvo)	6.800 - 7.600	7.500 - 8.500	12.600 - 15.800	14.000 - 17.500
Uitbreidingsruimte (in m ² wvo)	2.600 - 3.400	3.300 - 4.300	4.500 - 7.700	6.000 - 9.500

Uit de benadering van het toekomstig functioneren komt naar voren dat door de verwachte groei van de bevolking en een sterkere koopkrachtbinding er een uitbreidingsruimte ontstaat in de dagelijkse artikelensector van 2.600 – 3.400 m² wvo en 4.500 – 7.700 m² wvo in de niet-dagelijkse artikelensector (2017). Op de top van de bevolkingsgroei in 2027 zal dit toenemen tot 3.300 – 4.300 m² wvo (dagelijks) en 6.000 – 9.500 m² wvo (niet-dagelijks).

2. Vertraagd woningbouwprogramma

In het tweede scenario wordt rekening gehouden met een eventuele vertraging in het woningbouwprogramma. Hierdoor blijft de bevolkingsgroei tot 2017 achter bij het basisscenario, maar zal op het hoogtepunt (2027) wel groter zijn.

- Toename van het inwonertal van Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek tot circa 48.600 inwoners in 2017 en 56.100 in 2027.
- De overige aannames worden gelijkgehouden aan het basisscenario.

Door de vertraging in het woningbouwprogramma is het draagvlak voor winkelvoorzieningen kleiner, waardoor de uitbreidingsruimte tot 2017 circa 500 – 700 m² wvo lager komt te liggen dan in het basisscenario. Door de hogere woningproductie na 2017 neemt de uitbreidingsruimte wel fors toe.

Tabel 5.2: Benadering toekomstig functioneren scenario 2: vertraagd woningbouwprogramma

Centrum Berkel en Rodenrijs Vertraagd woningbouwprogramma	Dagelijks		Niet-dagelijks	
	2017	2027	2017	2027
Inwoners primair verzorgingsgebied	48.600	56.100	48.600	56.100
Bestedingen per hoofd (in €)	2.282	2.282	2.676	2.676
Bestedingspotentieel (in mln. €)	110,9	128,0	130,0	150,1
Koopkrachtbinding	40 - 45%	45%	20 - 25%	20 - 25%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	44,4 - 49,9	51,2 - 57,6	26,0 - 32,5	30,0 - 37,5
Koopkrachttoevloeiing (aandeel totale omzet)	10%	10%	15%	15%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	4,9 - 5,5	5,7 - 6,4	4,6 - 5,7	5,3 - 6,6
Totale omzet (in mln. €)	49,3 - 55,4	56,9 - 64,0	30,6 - 38,2	35,3 - 44,2
Huidig aanbod (m ² wvo)	4.218	4.218	8.059	8.059
Theoretisch haalbaar aanbod (m ² wvo)	6.600 - 7.400	7.600 - 8.500	12.200 - 15.300	14.100 - 17.700
Uitbreidingsruimte (in m² wvo)	2.400 - 3.200	3.400 - 4.300	4.200 - 7.200	6.100 - 9.600

3. FOC Bleizo

Op het grondgebied van de gemeente Lansingerland, aan de oostrand van Zoetermeer, wordt de komende jaren een multifunctioneel vervoersknooppunt gerealiseerd met kantoren, bedrijvigheid en vrijetijdsvoorzieningen. Onderdeel van de plannen op deze Bleizo-locatie een Factory Outlet Center (FOC) met een eerste omvang van circa 20.000 m² wvo en een latere uitgroeimogelijkheid van nog eens circa 5.000 à 10.000 m² wvo. Het moet zowel ruimtelijk als functioneel een bijzonder en hoogwaardig concept worden.

BRO heeft hier in 2011 een effectenstudie voor uitgevoerd:

- In de omliggende gemeenten zullen ondernemers door deze koopkrachtverschuiving met een omzetzaling geconfronteerd worden. De omzetzaling is het grootst in de branches mode (gemiddeld -7%), schoenen (gemiddeld -4%) en sport (gemiddeld -6%). Voor het totale niet-dagelijkse aanbod in de omliggende gemeenten zijn de effecten beduidend kleiner, namelijk 1,3 à 1,5%.
- Bij een eventuele 2^e fase (+5.000 à 10.000 m²) zal de omzetzaling toenemen tot ca. 8 -10% in de branche mode, ca. 5 - 6% in de schoenenbranche en ca. 10% in de sportbranche.
- Hierbij is geen rekening gehouden met een eventuele anticipatie van ondernemers, zoals aanpassingen in het assortiment of promotie, waardoor de effecten lager kunnen uitvallen.
- Uitgangspunt voor deze effectenberekening is dat circa 270.000 - 315.000 bezoekers per jaar uit de direct omliggende gemeenten Lansingerland, Pijnacker-

Nootdorp, Zoetermeer en Zuidplas komen. Deze bezoekers besteden ongeveer € 8,1 – 9,5 miljoen¹⁷ in het nieuwe FOC.

- Hiervan komt naar verwachting € 1,2 – 1,4 miljoen uit de gemeente Lansingerland. Deze omzetsdaling spreidt zich over alle ondernemers in de genoemde branches in de gemeente. Voor de centrumondernemers in Berkel en Rodenrijs betekent dit een totale omzetsdaling van € 0,7 - € 0,8 miljoen. Bij een eventuele 2^e fase (+5.000 à 10.000 m²) neemt deze omzetsdaling toe tot € 0,8 - € 1,0 miljoen.
- In de benadering van het toekomstig functioneren is een omzetsdaling van € 0,8 miljoen doorgerekend naar 2017 en € 1,0 miljoen, uitgaande van een tweede fase. De dagelijkse artikelensector is buiten beschouwing gelaten, aangezien deze branche niet in het FOC aanwezig is.

Tabel 5.3: Benadering toekomstig functioneren scenario 3: komst FOC Bleizo

Centrum Berkel en Rodenrijs	Niet-dagelijks	
	2017	2027
Komst FOC		
Inwoners primair verzorgingsgebied	50.000	55.700
Totale omzet (in mln. €) BASIS SCENARIO	31,5 – 39,4	35,1 – 43,8
Omzetverlies FOC (in mln. €)	- 0,8	- 1,0
Totale omzet (in mln. €) SCENARIO FOC	30,7 – 38,6	34,1 – 42,8
Theoretisch haalbaar aanbod (m ² wvo)	12.300 – 15.400	13.600 – 17.100
Huidig aanbod (m ² wvo)	8.059	8.059
Uitbreidingsruimte (in m ² wvo)	4.200 – 7.300	5.500 – 9.000

Door het specialistische aanbod van het geplande FOC zijn de effecten op de uitbreidingsruimte vanuit distributief planologisch oogpunt relatief beperkt. Door de verwachte koopkrachtverschuiving is 300 – 500 m² wvo minder uitbreidingsruimte te benaderen in de modische- en sportbranches.

4. Scenario waarin rekening wordt gehouden met internetverkoop

- In de trends en ontwikkelingen is naar voren gekomen dat de bestedingen via internet fors in de lift zitten. Het aandeel thuiswinkelen (online winkelen + catalogi, post etc.) in de niet-dagelijkse artikelensector bedroeg in 2010 circa 10% (gecorrigeerd voor reizen, verzekeringen en tickets). De detailhandelsbestedingen via internet op het gebied van telecom en elektronica en witgoed zijn het grootst, gevolgd door hard- en software en kleding. Dit aandeel ligt volgens het koopstromenonderzoek Randstad nog iets hoger: in de gemeente Lansingerland vloeit ca. € 1mln. in de dagelijkse artikelensector af naar Internet (1%) en ca. € 15 mln. in de niet-dagelijkse artikelensector (11%). Als deze trend zich doorzet is het reëel te veronderstellen dat in de niet-dagelijkse detailhandel in 2017 circa 15% van de non-foodomzet via internet aangekocht wordt¹⁸.

¹⁷ Totale rekenkundige omzet FOC in detailhandel € 108 - 126 miljoen. Hiervan komt circa 7,5% uit de direct omliggende gemeenten.

¹⁸ Inschatting BRO. Hierbij zij opgemerkt dat de bestedingen per branche erg kunnen verschillen.

- In het basisscenario is uitgegaan over de meest recente bestedingscijfers (2010). Wanneer we veronderstellen dat de online-bestedingen in de niet-dagelijkse artikelensector groeien naar 15% in 2017 en 20% in 2027, dan betekent dit een verdere daling van 5 - 10% van de bestedingscijfers. Dat betekent dat voor 2017 in de sector niet-dagelijkse goederen de gemiddelde bestedingen per hoofd van de bevolking zullen uitkomen op circa € 2.542,-. Voor 2027 komen de bestedingscijfers uit op € 2.408 per hoofd van de bevolking. Voor dagelijkse goederen worden geen noemenswaardige effecten verwacht.

Tabel 5.4: Benadering toekomstig functioneren scenario 4: Internetbestedingen

Centrum Berkel en Rodenrijs	Niet-dagelijks	
	2017	2027
Internetbestedingen		
Inwoners primair verzorgingsgebied	50.000	55.700
Bestedingen per hoofd (in €)	2.542	2.408
Bestedingspotentieel (in mln. €)	127,1	134,1
Koopkrachtbinding	20 - 25%	20 - 25%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	25,4 - 31,8	26,8 - 33,5
Koopkrachttoevloeiing (aandeel totale omzet)	15%	15%
Omzet door toevloeiing (in mln. €)	4,5 - 5,6	4,7 - 5,9
Totale omzet (in mln. €)	29,9 - 37,4	31,6 - 39,4
Huidig aanbod (m ² wvo)	8.059	8.059
Theoretisch haalbaar aanbod (m ² wvo)	12.000 - 15.000	12.600 - 15.800
Uitbreidingsruimte (in m ² wvo)	3.900 - 6.900	4.600 - 7.700

Verdere daling van de bestedingscijfers, door groei van internetverkopen, zal leiden tot een lagere omzet in de fysieke winkels in het centrum van Berkel en Rodenrijs. Bij een groei van de online bestedingen tot 15% betekent een daling van de uitbreidingsruimte van 600- 800 m² wvo. Bij een groei tot 20% zal dit verschil op kunnen lopen tot 1.600 - 1.800, deels gecompenseerd door de bevolkingsgroei. Hierbij moet wel worden afgevraagd of een normomzet van € 2.500 per m² wvo nog wel realistisch is. Fysieke winkels zullen ook een deel van de omzet online halen en te verwachten is ook dat de huurprijzen als gevolg hiervan dalen. De omzeteffecten hebben met name effect op de zogenaamde emotionele producten (cd's, boeken, electronica, etc.).

5. Gecombineerd scenario

In het vijfde scenario worden voorgaand beschreven effecten gecombineerd:

- Toename van het inwonertal van Berkel en Rodenrijs en Bergschenhoek tot circa 48.600 inwoners in 2017 en 56.100 in 2027.
- Een omzetzak van € 0,8 miljoen naar 2017 en € 1,0 miljoen in de niet-dagelijkse artikelensector naar 2027 is gevolg van de realisatie van een FOC op Bleizo.

- Daling van de gemiddelde besteding per hoofd van de bevolking tot € 2.542,- in 2017 en € 2.408 in 2027 in de niet-dagelijkse artikelensector als gevolg van toenemende bestedingen per internet.

Tabel 5.5: Benadering toekomstig functioneren Scenario 5: gecombineerd scenario

Centrum Berkel en Rodenrijs	Dagelijks		Niet-dagelijks	
	2017	2027	2017	2027
Gecombineerde scenario's				
Inwoners primair verzorgingsgebied	48.600	56.100	48.600	56.100
Bestedingen per hoofd (in €)	2.282	2.282	2.542	2.408
Bestedingspotentieel (in mln. €)	110,9	128,0	123,5	135,1
Koopkrachtbinding	40 - 45%	40 - 45%	20 - 25%	20 - 25%
Gebonden bestedingen (in mln. €)	44,4 - 49,9	51,2 - 57,6	24,7 - 30,9	27,0 - 33,8
Koopkrachttoevoeiing (aandeel totale omzet)	10%	10%	15%	15%
Omzet door toevoeiing (in mln. €)	4,9 - 5,5	5,7 - 6,4	4,4 - 5,5	4,8 - 6,0
Totale omzet (in mln. €)	49,3- 55,4	56,9 - 64,0	29,1 - 36,3	31,8 - 39,7
Omzetverlies FOC (in mln. €)			- 0,8	- 1,0
Totale omzet (in mln. €) SCENARIO FOC			28,3 - 35,5	30,8 - 38,7
Huidig aanbod (m ² wvo)	4.218	4.218	8.059	8.059
Theoretisch haalbaar aanbod (m ² wvo)	6.600 - 7.400	7.600 - 8.500	11.300 - 14.200	12.300 - 15.500
Uitbreidingsruimte (in m ² wvo)	2.400 - 3.200	3.400 - 4.300	3.300 - 6.100	4.300 - 7.400

Bij het gecombineerde scenario komt er nog een uitbreidingsruimte naar voren van 5.700 – 9.300 m² wvo tot 2017. De ontwikkelingen hebben met name effect op de uitbreidingsruimte in de niet-dagelijkse artikelensector; deze blijft 1.200 – 1.600 m² wvo achter bij het basisscenario. Tot 2027, op de top van de bevolkingsgroei, ontstaat een uitbreidingsruimte van 7.700 – 11.700 m² wvo. Hier is een grotere daling van de niet-dagelijkse artikelensector te zien door de ontwikkelingen op het gebied van internetverkoop.

Tabel 5.6 confrontatie marktruimte en planvoorraad (m² wvo)

Centrum Berkel en Rodenrijs Scenario	Dagelijks		Niet-dagelijks	
	2017	2027	2017	2027
1. basis	2.600 – 3.400	3.300 – 4.300	4.500 – 7.700	6.000 – 9.500
2. vertraagd woningbouwprogramma	2.400 – 3.200	3.400 – 4.300	4.200 – 7.200	6.100 – 9.600
3. komst FOC	2.600 – 3.400	3.300 – 4.300	4.200 – 7.300	5.500 – 9.000
4. internetbestedingen	2.600 – 3.400	3.300 – 4.300	3.900 – 6.900	4.600 – 7.700
5. gecombineerde scenario's	2.400 – 3.200	3.400 – 4.300	3.300 – 6.100	4.300 – 7.400

Totale planvoorraad centrum Berkel en Rodenrijs	Dagelijks	Niet-dagelijks
- w.v. gemeentehuis	2.250	550
- w.v. westzijde	2.000	6.000
- w.v. verdere invullingblok Xenos / Wibra		400

Toelichting planvoorraad

- De plannen op de gemeentehuislocatie hebben een totale detailhandelsomvang van 3.500 m² BVO, wat neerkomt op een wvo van circa 2.800 m². Hiervan wordt circa 2.250 m² wvo ingenomen door de twee supermarkten (dagelijkse artikelensector).
- De plannen aan de westzijde van het centrum hebben een totale omvang van circa 11.000 m² BVO. Er van uitgaande dat circa 90% wordt ingenomen door detailhandel betekent dit een planvolume van 9.900 m² BVO (omgerekend 8.000 m² wvo). Voor de invulling wordt onder meer gesproken over verplaatsing en uitbreiding van Albert Heijn. Dit betekent een netto toevoeging van circa 2.000 m² wvo in de dagelijkse artikelensector, rekening houden met herinvulling van de achterblijvende supermarktlocatie met aanbod in de niet-dagelijkse artikelensector.
- Begin dit jaar is nieuwe winkelruimte gerealiseerd, waar Xenos en Wibra hun intrek hebben genomen. Ook zal hier een horecagelegenheid zich vestigen. Nog circa 400 m² wvo is beschikbaar, wat als planvoorraad in de niet-dagelijkse artikelensector is opgenomen.

Effecten voorgenomen plannen op bestaand winkelaanbod

In tabel 5.6 zijn de uitkomsten van de verschillende scenario's samengevat en afgezet tegen de huidige plannen en initiatieven. In de huidige situatie is al een uitbreidingsruimte te benaderen in de dagelijkse artikelensector van 1.500 – 2.000 m² wvo. Dit zal door de groei van de bevolking en een sterkere binding bij versterking van het supermarktaanbod toenemen tot ruim 3.000 m² wvo in 2017 en ruim 4.000 m² wvo in 2027. De totale planvoorraad voor het centrum van Berkel en Rodenrijs past hier nagenoeg binnen. Dit zal wel zorgen voor een grotere concurrentiedruk tussen de supermarkten:

- Met de komst van Hoogvliet en Aldi neemt de concurrentie voor de bestaande C1000 en Albert Heijn (fors) toe. De nieuwe supermarkten moeten zich nog wel bewijzen; zij zijn nog niet aanwezig in de gemeente.
- Aldi bevindt zich als harddiscounter in een ander prijssegment en is hiermee complementair aan de andere formules.
- Albert Heijn zal zich naar de toekomst onderscheiden in omvang en serviceniveau (AH XL), terwijl C1000 (naar de toekomst Jumbo) beperkt in omvang is (nog geen 1.000 m² wvo). Daarnaast is de bereikbaarheid van C1000 niet optimaal.
- Met de komst van twee nieuwe supermarkten rondom de kerk ontstaat een sterke boodschappenconcentratie aan de oostzijde. Vergroting van de Albert Heijn tot een AH XL, in combinatie met het versplein Berkel, zorgt ook voor een sterk boodschappencluster aan de westzijde.
- Andere centra laten zien dat de aanwezigheid van vier supermarkten niet onmogelijk is (o.a. Doetinchem, Oldenzaal, Valkenswaard, Wijchen en Hoofddorp).

Versterking van het centrum van Berkel en Rodenrijs betekent niet dat dit ten koste gaat van de dagelijkse artikelensector elders in de kern. Een totale koopkrachtbinding van 85 – 90% is reëel op het niveau van Berkel en Rodenrijs/ Bergschenhoek; volgens het Koopstromenonderzoek Randstad 2011 is dit in de huidige situatie ook al 85%. Dit betekent dat ongeveer € 51 miljoen buiten het centrum van Berkel en Rodenrijs wordt besteed. In de huidige situatie is hier circa 4.700 m² wvo aanwezig, maar met de voorgenomen plannen zal dit toenemen tot circa 7.700 m² wvo¹⁹. Hiermee functioneert de dagelijkse artikelensector buiten het centrum van Berkel en Rodenrijs iets onder niveau: € 7.000 (2017²⁰). Door bevolkingsgroei neemt dit nog wel toe tot € 7.800 per m² wvo naar 2027, waarmee het op een gezond niveau ligt.

Het bestedingspotentieel in de niet-dagelijkse artikelensector in de gemeente is groot; een groot deel van de bestedingen vloeit af naar omliggende gemeenten. Bij versterking van dit aanbod, zal een groter deel van de bestedingen in eigen gemeente blijven. Hierdoor komt de planvoorraad in de niet-dagelijkse artikelensector (ca. 7.000 m² wvo) nagenoeg overeen met de geraamde distributieve uitbreidings-

¹⁹ Uitbreiding C1000 centrum van Bergschenhoek (+1.000 m² wvo) en het nieuwe winkelcentrum Westpolder (+2.000 m² wvo dagelijks, raming BRO).

²⁰ Uitgaande van een koopkrachttoevloeiing, als aandeel van de omzet, van 5%.

ruimte. Er zijn niet of nauwelijks effecten te verwachten en eventuele effecten spreiden zich over een groot aantal aanbieders.

5.2 Versterkingsmogelijkheden

Wanneer we het centrum van Berkel en Rodenrijs vergelijken met centrumgebieden van kernen van vergelijkbare omvang, dan valt een aantal zaken op:

- Het huidige aantal winkels en de omvang hiervan in Berkel en Rodenrijs is kleiner dan het gemiddelde. Ook de gemiddelde omvang van de winkels is kleiner, wat opvallend is gezien de planmatige opzet van het winkelcentrum.
- De dagelijkse artikelensector blijft circa 5 winkels en 1.200 m² wvo achter. De gemiddelde schaal van de winkels in de dagelijkse artikelensector ligt op niveau. In de meeste centrumgebieden zijn drie supermarkten aanwezig, waaronder vrijwel altijd een Albert Heijn. In een aantal gevallen is nog een buitenlandse of biologische supermarkt aanwezig. Daarnaast kan nog versterking worden gezocht in speciaalzaken, zoals Bakkerij Bart, Jamin of Simon Levelt.
- De branche persoonlijke verzorging is relatief sterk vertegenwoordigd met drie drogisterijen, maar kan worden aangevuld met nog ontbrekende formules als DA of Op=Op Voordeelshop. Aanvulling kan worden gezocht in specialistische aanbieders als Ici Paris XL, De Tuinen of Rituals.
- De andere winkelgebieden zijn veel sterker vertegenwoordigd in de branche kleding & mode. De Hema in Berkel en Rodenrijs is met een omvang van 450 m² wvo beperkt; elders is deze gemiddeld twee keer zo groot. Daarnaast zijn modeformules beperkt aanwezig. In vergelijkbare kernen zien we formules als Bonita, Charles Vogele, C&A, Cecil, Didi, Esprit, Jack&Jones/Vero Moda, Jeans Centre, Livera, Steps, MS Mode en Witteveen. Daarnaast kan gedacht worden aan lokale spelers als Henny's Rits, Au bon Marché of Moscow. Ook kan versterking worden gezocht in andere modische branches als schoenen (o.a. Van Haren, Schuurman, Dolcis), juwelier/optiek (o.a. Eyewish, Lucardi en Specsavers). Daarnaast is Blokker een opvallende afwezige.
- Ook het winkelaanbod in de branchegroepen vrije tijd en in/om huis blijven achter bij vergelijkbare kernen. Opvallend zijn de verschillen in de branches fiets/auto, sport/spel en wonen. Mogelijke versterkingen hier zijn ANWB, Aktie Sport, Bart Smit, gamestores als E-Plaza/Game Mania, Decorette, Colors @ Home, Dixons, Harense Smid, Discus, Dobey, Halfords, Profile en Fietswereld. Ook de formules BeterHoren en Schoonenberg zijn sterk expansief.

Horeca / leisure

Een sterk centrumgebied kan niet zonder goede horeca, die het verblijfsklimaat versterkt en de verblijfsduur verhoogt. De winkelfunctie en de uitgaansfunctie voor de lokale bevolking vormen de belangrijkste basis voor de horecasector. De winkelfunctie is in het dorp echter duidelijk beter ontwikkeld dan de uitgaansfunctie, ze-

ker na realisatie van de uitbreiding. De horecasector kent landelijk een grote dynamiek, wat zich vooral uit in een toenemende ketenvorming, productverbreding en ruimtelijke concentratie. De kwalitatieve potenties van het centrum van Berkel en Rodenrijs worden hieronder benoemd.

Tabel 5.6 Kerneisen horecatypen en potenties centrum Berkel en Rodenrijs vanuit ruimtelijk-fysiek perspectief

	Kerneisen vanuit type horeca				Inrichtingskwaliteit buitenruimte **
	Omvang per zaak *	Bereikbaarheid, parkeercapaciteit **	Winkelend publiek (impulsbezoek) **	Uitgaanspubliek **	
<i>Drankverstrekkers:</i>					
(Eet)café, brasserie	●●	●	●●	●●●	●●
<i>Fastfood:</i>					
Lunchroom, snackbar	●	●	●●●	●	●
<i>Restaurants:</i>					
Familierestaurant	●●	●●	●	●●	●●
Restaurant algemeen	●●	●●●	●	●●●	●
<i>Overig, combinaties:</i>					
Zakelijke ontmoeting middensegment	●● - ●●●	●●●	●	●●	●●
Partycentrum	●●●	●●●	●	●●	●●

*: ● < 100 m² ●● 100 – 500 m² ●●● > 500 m².

**:

- minder belangrijk
- belangrijk
- zeer belangrijk

Potenties

Centra van referentiekernen hebben meestal een duidelijk groter horeca aanbod dan Berkel en Rodenrijs. Toch betekent dit niet per definitie dat deze sector in Berkel en Rodenrijs een enorm groeipotentieel heeft. Daarvoor staat de horecasector landelijk teveel onder druk: afnemende inkomsten tegenover stijgende exploitatiekosten. Desalniettemin zien we voor het centrum van Berkel en Rodenrijs nog bepaalde uitbreidingsmogelijkheden. We benadrukken daarbij dat in de horeca de combinatie productconcept en ondernemer(schap) telkens weer het verschil maakt tussen succes en falen. De gemeente moet zorgen voor een optimale invulling van de randvoorwaarden, waaronder inrichting van de openbare ruimte (schoon, heel, veilig), beschikbaarheid van sfeervolle terrasruimte, parkeerruimte op korte afstand en vlotte vergunningverlening.

Het marktperspectief voor de horeca in Berkel en Rodenrijs is als volgt:

- Drinkverstrekkers: + 2 à 3 zaken (geen bekende formules voor dit type centra)
- Fastfood: + 3 à 4 zaken (formules: Delifrance, Panos)
- Restaurants: + 2 à 3 zaken

Bedrijven die binnen hun concept ook een zakelijke functie hebben (vergaderruimten, catering, etc.) hebben economisch het meeste perspectief. Zie voor kansrijke productformules en indicatieve omvangsmaten de bovenstaande matrix.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Begrippenlijst

Detailhandel

Verkoopkanaal voor goederen rechtstreeks aan de eindgebruiker.

Detailhandel (als activiteit)

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

Bestedingspotentieel

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

Vloerproductiviteit

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

Koopkrachtbinding

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

Koopkrachtafvloeiing

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

Koopkrachttoevloeiing

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

Koopstromenonderzoek

Telefonische enquête onder de huishoudens van een bepaald gebied (zoals kern, gemeente, regio of provincie) om te bepalen waar (in welke winkels, concentraties) hun detailhandelsbestedingen terechtkomen. Het koopgedrag wordt uitgedrukt in 'koopkrachtbinding' en 'koopkrachtafvloeiing' voor een bepaalde aankoopplaats.

Distributieve (uitbreidings)ruimte

De kwantitatieve uitkomst van de benadering van het economisch functioneren. Dit is een inschatting van het aantal vierkante meters dat rendabel kan functioneren in het verzorgingsgebied. Indien de distributieve ruimte groter is dan het aanwezige aanbod, is er sprake van distributieve uitbreidingsruimte. Deze cijfers zijn enkel indicatief en nooit normatief.

PDV-Perifere Detailhandels Vestigingen

Detailhandel op locaties buiten reguliere winkelcentra, bijvoorbeeld bedrijventerreinen, langs grote wegen, etc. Toegelaten branches in het tot voor kort geldende beleid: auto's, boten, caravans, brand- en milieugevaarlijke stoffen, tuincentra, bouwmarkten, de gehele woninginrichtingsbranche, keukens en sanitair. Perifere detailhandel had de branchering als criterium. Met de komst van de Nota Ruimte is PDV komen te vervallen.

GDV-Grootschalige Detailhandels Vestigingen

Winkels met een ondergrens van 1.500 m² bedrijfsvloeroppervlak, zoals tot voor kort in het Rijksbeleid toegelaten op daarvoor aangewezen GDV-locaties (13 stedelijke knooppunten). Met de komst van de Nota Ruimte is GDV komen te vervallen. Grootschalige detailhandel had oppervlakte als criterium, niet de branchering (zie ook PDV).

Omzetverdunding

Wanneer er meer winkelmeters komen, maar de bestedingen niet toenemen is er sprake van omzetverdunding. De bestedingen worden uitgespreid over een groter winkelaanbod, waardoor de omzetten dalen.

BVO, WGO, WVO

In Nederland worden verschillende termen gebruikt om bepaalde oppervlakten te benoemen. Voorheen werd voor het begrip 'winkelverkoopvloeroppervlakte' (wvo) de term 'verkoopvloeroppervlakte' (vvo) gebruikt. Omdat voornamelijk makelaars de laatstgenoemde afkorting ook gebruiken voor 'verhuurbare vloeroppervlakte' en de hiermee bedoelde oppervlakte juist sterk overeenkomt met de winkelgebruiksoppervlakte, is teneinde verwarring uit te bannen voor de term 'winkelvloeroppervlakte' met de afkorting wvo gekozen.

- **Brutovloeroppervlakte (bvo)** - Ook wel bebouwd oppervlak van een ruimte of een groep van ruimten is de oppervlakte, gemeten op vloerniveau langs de buitenomtrek van de opgaande scheidingsconstructies, die de desbetreffende ruimte of groep van ruimten omhullen.
- **Bedrijfsoppervlak oftewel winkelgebruiksvloeroppervlak (wgo)** - Alle in pandige ruimte die voor de individuele bedrijfsuitvoering benodigd is. Dus de totale bedrijfsruimte, inclusief de niet direct met de detailhandelsactiviteit verband houdende ruimten, zoals kantines, toiletten, kantoor, magazijn, etc.
- **Winkelvloeroppervlakte (wvo)** - De voor publiek toegankelijke, zichtbare, overdekte en ommuurde winkelruimte (dus excl. magazijn, kantoor, e.d.).
- **Verhuurbare vloeroppervlakte (vvo)** - Het verhuurbare deel van het bedrijfsoppervlak.

Bruto Vloeroppervlak (bvo = 100%)		
Bedrijfsvloeroppervlak / Winkelgebruiksoppervlak (wgo = 90%)		Buitenmuren, etc. (10%)
Winkelverkoopoppervlak (wvo)	Niet-winkelruimte (20%)	Buitenmuren, etc. (10%)

Dagelijkse artikelen

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

Niet-dagelijkse artikelen

Alle artikelen die niet behoren tot de dagelijkse artikelensector. BRO hanteert onderstaande (Locatus)indeling in de detailhandel naar sectoren, branchegroepen en hoofdbranches.

Sector	Branchegroep	Hoofdbranche
Dagelijks	Dagelijks	Levensmiddelen
		Persoonlijke verzorging
Niet-dagelijks	Mode & luxe	Warenhuis
		Kleding en mode
		Schoenen en lederwaren
		Juwelier en optiek
		Huishoudelijke en luxe
	Vrije tijd	Antiek en kunst
		Sport en spel
		Hobby
		Media
		In/om het huis
Overige detailhandel	Dier en plant	
	Bruin- en witgoed	
	Fietsen en autoaccessoires	
		Doe-het-zelf
		Wonen
		Overige detailhandel
Totaal detailhandel		

Bijlage 2: Detailhandelsaanbod Berkel en Rodenrijs t.o.v. benchmark

Winkelaanbod Berkel en Rodenrijs naar branche en vergelijking met referentie-woonplaatsen

	Berkeel en Rodenrijs (26.851 inwoners)			Vergelijkbare woonplaatsen (20.000-30.000 inwoners)*		
	aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per winkel	aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per 1.000 inw.
Levensmiddelen	20	4.841	242	33	8.413	258
Persoonlijke verzorging	5	936	187	9	1.424	154
<i>Dagelijkse artikelen</i>	25	5.777	231	42	9.837	235
Warenhuis	1	445	445	1	1.021	929
Kleding en mode	22	2.755	125	34	5.756	170
Schoenen en lederwaren	3	404	135	7	1.701	245
Juwelier en optiek	6	452	75	7	525	70
Huishoudelijke en luxe art.	4	387	97	6	1.477	244
Antiek en kunst	0	0	0	1	142	116
Sport en spel	5	774	155	6	2.245	354
Hobby	2	220	110	4	467	116
Media	3	517	172	5	721	140
Dier en plant	7	2.608	373	11	6.987	638
Bruin- en witgoed	3	697	232	7	1.122	152
Fietsen en autoaccessoires	4	595	149	6	1.164	193
Doe-het-zelf	5	3.886	777	7	5.519	842
Wonen	12	9.068	756	20	13.601	680
Detailhandel overig	3	207	69	8	1.403	168
<i>Niet-dagelijkse artikelen</i>	80	23.015	288	131	43.850	334
Totaal detailhandel	105	28.792	274	173	53.687	310

* gewogen naar het aantal inwoners van de kern Berkel en Rodenrijs

Bijlage 3: Detailhandelsaanbod centrum Berkel en Rodenrijs t.o.v. benchmark

Winkelaanbod Berkel en Rodenrijs CENTRUM naar branche en vergelijking met referentie-woonplaatsen

	Berkel en Rodenrijs (26.851 inwoners)			Centrumgebieden in vergelijkbare woonplaatsen (20.000-30.000 inwoners)*		
	aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per winkel	aantal winkels	m ² wvo	m ² wvo per winkel
Levensmiddelen	16	3.365	210	19	4.377	227
Persoonlijke verzorging	14	853	61	6	1.049	179
<i>Dagelijkse artikelen</i>	20	4.218	211	25	5.426	216
Warenhuis	1	445	445	1	989	947
Kleding en mode	22	2.755	125	31	5.299	173
Schoenen en lederwaren	3	404	135	6	1.529	241
Juwelier en optiek	6	452	75	7	477	71
Huishoudelijke en luxe art.	3	362	121	5	1.177	243
Antiek en kunst	0	0	0	1	63	84
Sport en spel	4	684	171	4	922	213
Hobby	1	180	180	3	239	87
Media	3	517	172	4	609	146
Dier en plant	3	323	108	5	537	119
Bruin- en witgoed	3	697	232	5	823	155
Fietsen en autoaccessoires	1	110	110	2	399	206
Doe-het-zelf	0	0	0	1	277	261
Wonen	2	163	82	6	1.988	311
Detailhandel overig	2	167	84	4	397	93
<i>Niet-dagelijkse artikelen</i>	54	7.259	134	85	15.723	185
Totaal detailhandel	74	11.477	155	110	21.150	192

* gewogen naar het aantal inwoners van de kern Berkel en Rodenrijs

BRO heeft vestigingen in Boxtel | Amsterdam | Tegelen | Genk
www.BRO.nl